



РЫНОК ТРУДА И ЭКОНОМИКА ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 331.101.3

ВЕКТОР МОТИВАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ¹

О. Е. АКимова*Волгоградский
государственный
технический
университет**e-mail:
akimovann25@mail.ru*

Исследование факторов, оказывающих влияние на мотивацию предпринимательской деятельности в России, свидетельствует о том, что вектор мотивации необходимо сместить в сторону ликвидации институциональных барьеров на пути развития предпринимательства и создания благоприятной предпринимательской среды, а не увеличения объемов финансирования предпринимательских структур. В статье представлена оценка предпринимательской активности и предпринимательского потенциала в стране, мотивационный шаблон, отражающий мотивационные ожидания предпринимателей в условиях инновационно-ориентированной экономики, проанализированы структура мотивации российских предпринимателей, мотивационное воздействие институциональных условий развития малого и среднего предпринимательства, существующих в России, сформирована модель мотивации предпринимательского труда. Особое внимание уделено направлениям внешней мотивации предпринимательской деятельности в России.

Ключевые слова: предпринимательский труд, предпринимательская деятельность, мотивация, предпринимательская активность, предпринимательский потенциал, мотивационный шаблон, мотивационные ожидания, мотивационное воздействие, внешние мотиваторы, модель мотивации.

Субъектов хозяйствования к активной общественно-полезной деятельности, одной из важнейших разновидностей которой является предпринимательство, побуждает необходимость удовлетворения собственных потребностей. При их осознании возникает интерес к условиям и способам их удовлетворения. Интересы могут повлиять на поведение людей, стать внутренними и внешними причинами их деятельности в случае реальной возможности их осуществления: мотивами и стимулами как побудительными моментами, управляющими поступками людей, вызванными к жизни совпадением внутренних и внешних обстоятельств.

Мотивированную деятельность в узком смысле слова можно определить как свободные, обусловленные внутренними побуждениями действия человека, направленные на достижение своих целей, реализацию своих интересов [3]. Процесс, в рамках которого формируются условия, побуждающие людей к трудовой деятельности, в единстве реализующей цели индивида и организации, получил название мотивации труда. Этот процесс состоит из двух элементов: внешнего целенаправ-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009–2013 гг.», проект № 14.А18.21.0066 «Разработка стратегических направлений повышения конкурентоспособности экономики российских регионов с учетом влияния современных факторов развития».



ленного воздействия на человека с помощью соответствующих условий и его внутренней психологической деятельности по формированию механизма мотивации (выбор целей, их упорядочение, разработка программ достижения), в связи с чем мотивация может быть внутренней (отношение к делу, моральные обязательства и пр.) и внешней (действия других людей, создающих условия и предоставляющие возможности для деятельности). Внешняя мотивация очень важна, поскольку она формирует внешнюю среду деятельности, но, на основе внутренней мотивации люди действуют спокойнее, быстрее, добросовестнее, тратят меньше сил, лучше усваивают задания и знания. Другими словами, они чувствуют себя увереннее даже в условиях агрессивной внешней среды.

Внутренняя мотивация определяется содержанием и значимостью работы. Если она интересует человека, позволяет реализовать его природные способности и склонности, то это само по себе является сильнейшим мотивом к активности, добросовестному и продуктивному труду (содержательная мотивация). Наряду с содержанием, существенным внутренним мотивом может быть значимость работы для развития определенных качеств человека, полезность данного вида деятельности для группы людей и общества, соответствие этой деятельности убеждениям работника, его этической ориентации (ролевая мотивация) [1].

Мотивация предпринимателей при организации нового дела обусловлена желанием быть хозяином своей судьбы, стремлением выделиться, изменить свой образ жизни, обрести независимость и самостоятельность, удовлетворить личные потребности в лидерстве, иметь достойное вознаграждение за свой труд или получать высокие стабильные дивиденды, иметь любимую престижную работу, что свидетельствует о преобладающей роли внутренней мотивации. Стимулирование и мотивация предпринимательского труда – взаимосвязанные понятия, поскольку для реализации внутренних мотивов необходимо стимулирование с позиции формирования определенной предпринимательской среды, предпринимательского климата, позволяющих сформировать предпринимательский потенциал общества.

Мотивация действующих предпринимателей обусловлена эффективностью предпринимательской деятельности и связана с возможностью и условиями самореализации и самоуважения, получения общественного признания и оценки, адекватной деятельности, обеспечения прав на охрану собственности и имущества, достойную жизнь, внедрения инноваций, направленных на общественное служение, позитивным имиджем предпринимателя, социальной ответственностью как перед обществом, так и перед наемными работниками, социальными привязанностями, властью и т.д.

Анализируя основные положения предпринимательской деятельности в рамках ее мотивационной структуры, можно сделать вывод, что ей свойственны самые сильные стимулы хозяйственной мотивации, с точки зрения которых личность предпринимателя можно рассмотреть в двух ипостасях: во-первых, как собственника имущества и других ресурсов, а, во-вторых, как руководителя по отношению к наемным работникам, трудящихся у него на условиях контракта, что позволяет говорить о сочетании внутренней и внешней мотивации предпринимательской деятельности. В этой связи, стимулирование со стороны общества и государства для предпринимателя имеет второстепенное значение: занимаясь коммерческой деятельностью, – а это итог всякого производства (бизнеса), – предприниматель в состоянии самостоятельно себя простимулировать.

Немотивированной, так же как и нецеленаправленной предпринимательской деятельности, просто не существует. Сила мотива определяется степенью актуальности потребности: чем насущнее нужда в том или ином благе, чем сильнее стремление получить его, – тем активнее будет действовать предприниматель.

Согласно теории ожидания в рамках мотивации трудовой деятельности можно выделить три важные взаимосвязи: затраты труда – результаты; результаты – вознаграждение и валентность (удовлетворение этим вознаграждением). Анализируя деятельность предпринимателя, можно отметить, что, затрачивая свои предпринимательские способности, он ожидает получения определенных результатов. Ожидания в отношении результатов – вознаграждений – это ожидания определенного вознаграждения или поощрения в ответ на достигнутые результаты труда, то есть то, что в настоящий момент наиболее ценно для предпринимателя (максимальная прибыль или самореализация). Третий фактор – валентность (ценность поощрения или вознаграждения) – это предполагаемая степень относительного удовлетворения или неудовлетворения, возникающая вследствие получения определенного вознаграждения.

Если мотив побуждает к действию, то мотивационные ожидания обуславливают цель, которую хотел бы достичь потенциальный предприниматель, и определяют алгоритм деятельности, следовательно, мотив относится к потребности, а мотивационные ожидания – к предмету (объекту), на который направлена деятельность. Вектор «мотив-мотивационные ожидания» служит для предпринимателя своего рода компасом, определяющим структуру и динамику всех других составляющих предпринимательского труда и последующей деятельности. Вектор «мотив-



мотивационные ожидания» влияет на внутреннюю мотивацию, в то время как стимулы определяют условия воспроизводства предпринимательского труда, которые, в свою очередь влияют на внешнюю мотивацию, то есть мотивационное воздействие, мотивационное стимулирование предпринимательства. Внешняя мотивация через условия и стимулы оказывает влияние на мотивы, изменяя их иерархию, а также ценности и мотивационные ожидания потенциальных предпринимателей, тем самым, смещая вектор «мотив-мотивационные ожидания» (рис. 1).

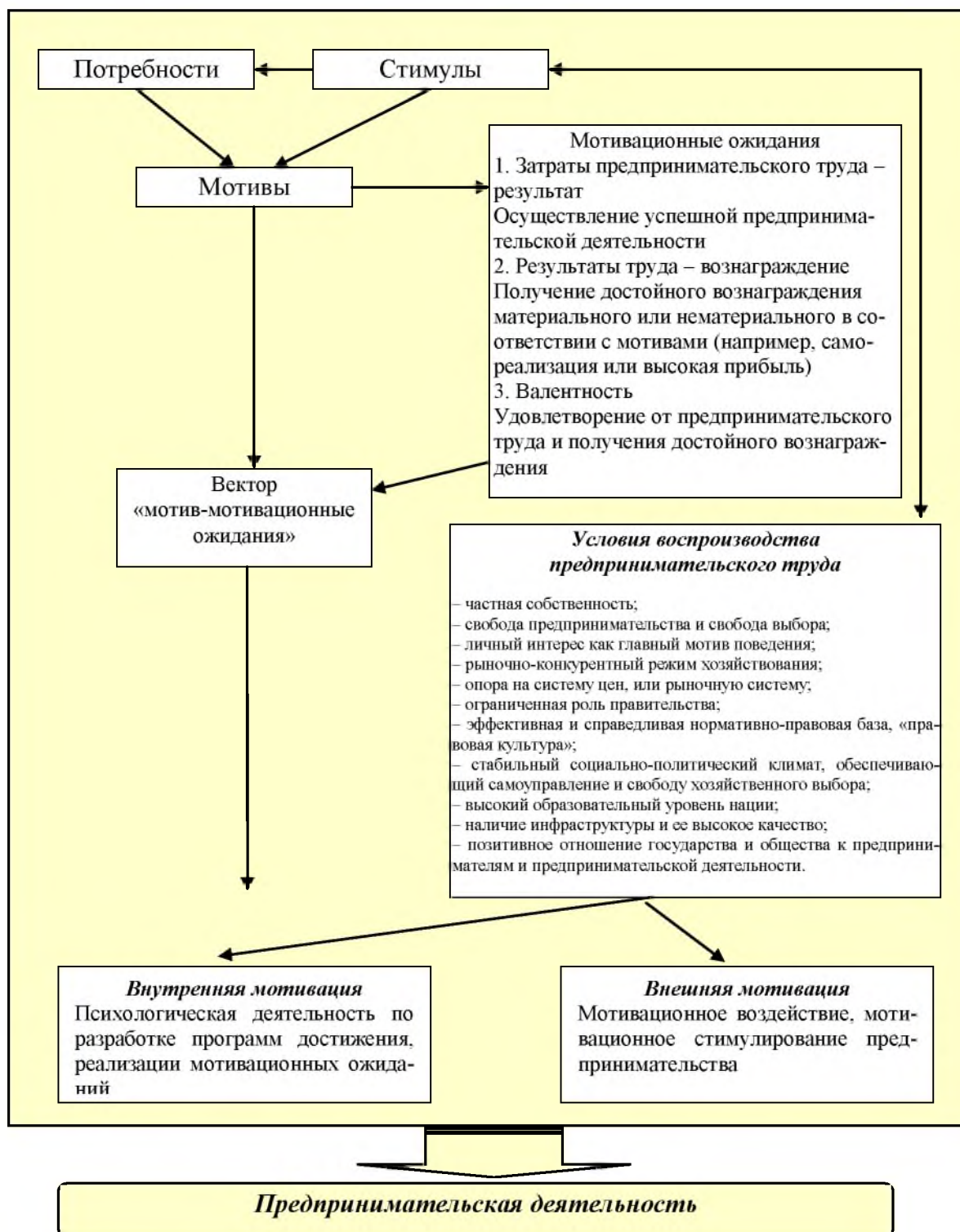


Рис. 1. Процесс мотивации потенциальных предпринимателей.
Источник авторский



Поскольку потребности существуют в диалектическом единстве с мотивами, интересами и стимулами, то для создания благоприятной предпринимательской среды, предпринимательского климата необходимо преодолеть внешние и внутренние ограничения, препятствующие развитию предпринимательской деятельности, сформировать у экономически активного населения сильные и устойчивые мотивы к предпринимательскому труду, для чего нужно создать стимулы, способствующие возникновению субъективного интереса к предпринимательству и повышению предпринимательской активности.

В том случае, если мотивационное воздействие оказывается недостаточным или даже отрицательным при наличии предпринимательского потенциала в стране, это свидетельствует об отсутствии необходимых стимулов для возникновения предпринимательской активности (например, частная собственность, свобода выбора, институты гражданского общества), что может означать существование вынужденного предпринимательства, отличающегося преимущественно спекулятивным характером и не влияющего позитивно на развитие экономики.

Оценивая предпринимательский потенциал как совокупность всех физических лиц, готовых к занятию предпринимательской деятельностью, стоит отметить, что в российском обществе существует достаточно прочное протопредпринимательское ядро, размеры которого, правда, значительно колеблются под влиянием ряда факторов и условий и весьма различаются в межрегиональном сопоставлении [5]. По данным ФОМ, около 8% населения так или иначе рассматривают возможность для себя предпринимательского старта (потенциальные предприниматели); примерно 6% в течение последнего года осуществляли конкретные шаги по подготовке к открытию собственного дела (протопредприниматели и латентные предприниматели).

Предпринимательством предпочитают заниматься люди, состоявшиеся в жизни и имеющие, как правило, опыт владения бизнесом. Согласно полученному портрету потенциальное предпринимательство недостаточно развито в крупных городах (там люди в большинстве предпочитают работать в государственных структурах и крупных компаниях, а это говорит о том, что предпринимательские структуры воспринимаются как нестабильные, что в целом свидетельствует о нестабильности экономики страны) и не имеет инновационной направленности (табл. 1).

Таблица 1

Портрет потенциального предпринимателя

Составляющие	Характеристика
Средний возраст	36-37 лет
Пол	мужской
Образование	высшее
Место жительства	город с численностью населения в 500 тыс. жителей
Сфера деятельности	розничная, оптовая торговля, строительство, бытовые, охранные, технические услуги, производство сельскохозяйственной продукции, информационные, консалтинговые и юридические услуги

Источник: систематизировано автором по материалам [4].

Если сопоставить указанные данные с основанной на статистике оценкой активности населения по созданию малых предприятий, то следует признать, что до стадии создания собственного бизнеса доходит лишь примерно каждый восьмой протопредприниматель. Между тем, если хотя бы четверть протопредпринимателей смогли бы реализовать свои планы, то численность создаваемых предпринимательских структур в стране могла бы существенно возрасти.

Наша страна, согласно опросу 7,5 тысяч представителей взрослого населения по репрезентативной выборке, в 2011 году отстает по уровню предпринимательской активности не только от всех остальных стран БРИКС, но и от большинства стран Восточной Европы. Дело не только в самом низком уровне раннего предпринимательства среди 54 стран-участниц проекта (4,3%, следующие на этой шкале – Малайзия с 4,9% и Венгрия с 6,3%), но и в высоком уровне пессимизма в отношении возможности позитивных изменений условий для развития предпринимательства в регионе их проживания в ближайшем будущем [4].

По данным исследования «Глобальный мониторинг предпринимательства» для более чем 70% российских ранних предпринимателей экономическая активность обусловлена поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом. Примечательно, что добровольная мотивация более типична для нарождающихся предпринимателей (78%), чем для владельцев нового бизнеса (64%). Для большинства российских предпринимателей открытие собственного дела хоть и является добровольным шагом, однако мотивированы они в основном желанием поддержать уровень своего дохода, а не увеличить его или получить независимость [4].



Экспертная оценка мотивационного воздействия существующих условий для развития предпринимательской деятельности¹ свидетельствует о том, что только четыре структурных фактора – динамика рынков, состояние физической инфраструктуры, профессиональное образование и развитие коммерческой инфраструктуры не оказывают существенное негативное воздействие на предпринимательский климат в стране. Остальные оценки находятся в зоне ниже 2,5 по 5-балльной шкале, что говорит о том, что состояние этих факторов тормозит открытие новых компаний и развитие уже существующего бизнеса [4].

Традиционно в качестве фактора, негативно влияющего на развитие предпринимательства в стране, эксперты называют реализацию государственной политики (средний балл – 2,39). Критическими факторами при этом выступают длительность получения большинства необходимых разрешений и лицензий (1,44), а также последовательность политики государства по отношению к малым и растущим фирмам (1,94). Отсутствие в национальной культуре ярко выраженной ориентации на предпринимательство (2,34) также оказывает негативное мотивационное воздействие на развитие предпринимательства в России. Особенно критично эксперты оценивают общественное мнение относительно личного успеха, достигнутого собственными силами (2,22), и поддерживаемую национальной культурой личную (а не коллективную) ответственность за собственные дела (2,23).

Еще одной из причин низкой предпринимательской идентичности российских граждан является существующая система начального и среднего образования (2,14), которая не позволяет сформировать у школьников знания и навыки, необходимые для открытия собственного дела (1,73), а также не поощряет в достаточной мере творческий подход учащихся, самодостаточность и личную инициативу (2,35). Сформировавшиеся в прежних условиях управления и хозяйствования традиции, знания, умения и навыки значительной части руководителей и специалистов стали существенным тормозом экономических и организационных нововведений. Кроме того, основные причины подобных негативных тенденций заключаются в отсутствии специальных образовательных программ для предпринимателей, несовершенстве методик их подготовки, отсутствии выбора учебного заведения при наличии множества альтернативных учебных структур без гарантий качества обучения, недостаточности материальной базы учебных заведений и квалифицированного состава преподавателей.

Многие эксперты ставят под сомнение эффективность государственных программ поддержки малого бизнеса (2,16). Кроме того, эксперты поставили под сомнение компетентность чиновников в государственных учреждениях, занимающихся поддержкой малых и растущих компаний (1,81), а также отметили избирательность программ поддержки. На этом фоне деятельность технопарков и бизнес-инкубаторов была признана достаточно эффективной (2,88).

Если динамика рынка потребительских товаров и услуг оценивается положительно, то барьеры входа становятся существенным препятствием при освоении компаниями новых рынков (1,97). Новые и растущие фирмы испытывают особое противодействие со стороны компаний, утвердившихся на рынке (1,86). Высокие издержки выхода на новые рынки, наряду с неэффективным применением антимонопольного законодательства, приводят к тому, что выживаемость малых и растущих компаний невелика.

Активное обсуждение в последние два года темы развития инноваций послужило поводом пристального внимания экспертов к проблемам внедрения и передачи научно-технических разработок малым и растущим компаниям. По мнению экспертов, существующая система государственных субсидий не позволяет новым и растущим фирмам приобретать новые технологии (1,68), кроме того, не каждая фирма может себе это позволить (1,74).

Существенным тормозом для развития предпринимательства в России являются высокий уровень бюрократии и чрезмерное налоговое бремя на новые и растущие компании. Этот фактор получил самые критичные оценки – в среднем 1,83 балла.

Отдельный блок экспертных интервью посвящен защите прав интеллектуальной собственности. Эксперты единодушны в том, что законодательство в данной области не является исчерпывающим, а правоприменение – эффективным. Новым и растущим фирмам сложно рассчитывать на строгое соблюдение авторских прав.

Большинство экспертов отметило, что принятие стратегических решений «сверху-вниз» доминирует над принятием решений «снизу-вверх» как в крупных, так и в малых и средних компаниях (4,26 и 3,86 соответственно). Очевидно, что российские компании не поощряют предпринимательскую активность своих работников. На этом фоне достаточно противоречиво смотрится

¹ В экспертной выборке были представлены 36 экспертов, которые оценили по 5-балльной шкале структурные условия развития предпринимательства и определили факторы, положительно и отрицательно влияющие на развитие предпринимательства в России.



относительно высокое значение оценки фактора, описывающего поддержку работодателями наемных работников, предлагающих новые идеи (3,37).

Таким образом, наиболее негативными являются следующие структурные условия развития предпринимательства.

1) Непоследовательность, непредсказуемость политики государства и слабость законодательной базы, которая не учитывает многие аспекты развития малого бизнеса. Новый налоговый кодекс, вступивший в силу в 2011 году, не только увеличил налоговую нагрузку, но и внес дополнительную путаницу в трактовку некоторых статей.

2) Общий социально-политический климат является неблагоприятным для развития предпринимательства в стране. Во многом это связано как с неэффективным государственным управлением, так и с коррупцией на всех уровнях власти, отсутствием системы защиты прав интеллектуальной собственности.

3) Национальные особенности российской культуры. Предпринимательство в России не является «признанным и уважаемым способом» достижения социального статуса в российском обществе.

4) Финансовая поддержка.

5) Слабость правового поля в области венчурного инвестирования, а также закрытость государственных систем субсидирования.

Сравнивая мнения экспертов, населения, ранних и потенциальных предпринимателей, можно отметить их совпадение. Безусловно, по ряду факторов наблюдаются количественные расхождения относительности их значимости, однако, в целом, и те, и другие в качестве барьеров признают непоследовательность, непредсказуемость политики государства, недоступность финансовых ресурсов для организации нового дела.

На фоне международных сопоставлений российский бизнес-климат для малого и среднего предпринимательства выглядит непривлекательно. По большинству показателей Россия находится во второй, неблагоприятной половине рейтингов, при этом по ряду показателей – в числе явных аутсайдеров. Наиболее серьезное отставание России отмечается в вопросах доступа к финансированию, доступности квалифицированных кадров, а также в вопросе внедрения новых технологий. Во второй половине рейтингов, но уже не в самом хвосте, Россия оказалась по показателям проблем с покупательной способностью и проблем с инфраструктурой.

В настоящее время тремя самыми важными предпосылками успешного предпринимательского старта являются наряду со стартовым капиталом, личные связи в органах власти, контрольных и правоохранительных органах и, наконец, предпринимательский склад характера. Усугубляет ситуацию и отношение общественности к предпринимателям и предпринимательской деятельности. Население по большому счету считает предпринимателей людьми, которых волнует, прежде всего, собственное материальное благополучие. Интересен тот факт, что многие люди полагают, что для них основной целью предпринимательской деятельности была бы реализация своих творческих способностей, но почему-то отказывают в этом предпринимателям. Причина подобного отношения кроется в том, что в обществе не формируется позитивный имидж предпринимателей. О них очень редко пишут в СМИ, показывают на телевидении. На представления людей могли бы повлиять различные бизнес-ассоциации, но они, к сожалению, вынуждены сегодня заниматься другими проблемами, связанными с нивелированием административных и иных барьеров.

Можно констатировать существование реальной разобщенности между населением и предпринимателями. При этом стоит отметить, что эта разобщенность двусторонняя и обоюдная; ни население, ни предприниматели не проявляют желаний к сближению, хотя для успешного развития предпринимательства их контакты необходимы.

Развитие предпринимательства является важнейшим показателем степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики. В этой связи, в целях построения инновационного государства и повсеместного развития предпринимательства необходимо внедрение мотивационной модели предпринимательской деятельности, направленной не только на формирование предпринимательского потенциала на основании воздействия стимулов и потребности в предпринимательском труде, но и его воспроизводство под действием внешних мотиваторов (экономических, административных, социальных и психологических), проявляющееся в росте предпринимательской активности, приводящей к улучшению предпринимательского климата, росте национального богатства и благополучия. Особое значение в рамках данной модели играет этико-культурная общественная и предпринимательская среда, поддерживающая высокие стандарты поведения бизнес-субъектов как на внутреннем, так и внешнем рынках, формирующая позитивное восприятие бизнес-среды (рис. 2). Вектор мотивации должен сместиться в сторону добровольного предпринимательства, для чего необходимо ликвидировать существующие институциональные барьеры на пути развития предпринимательской деятельности.

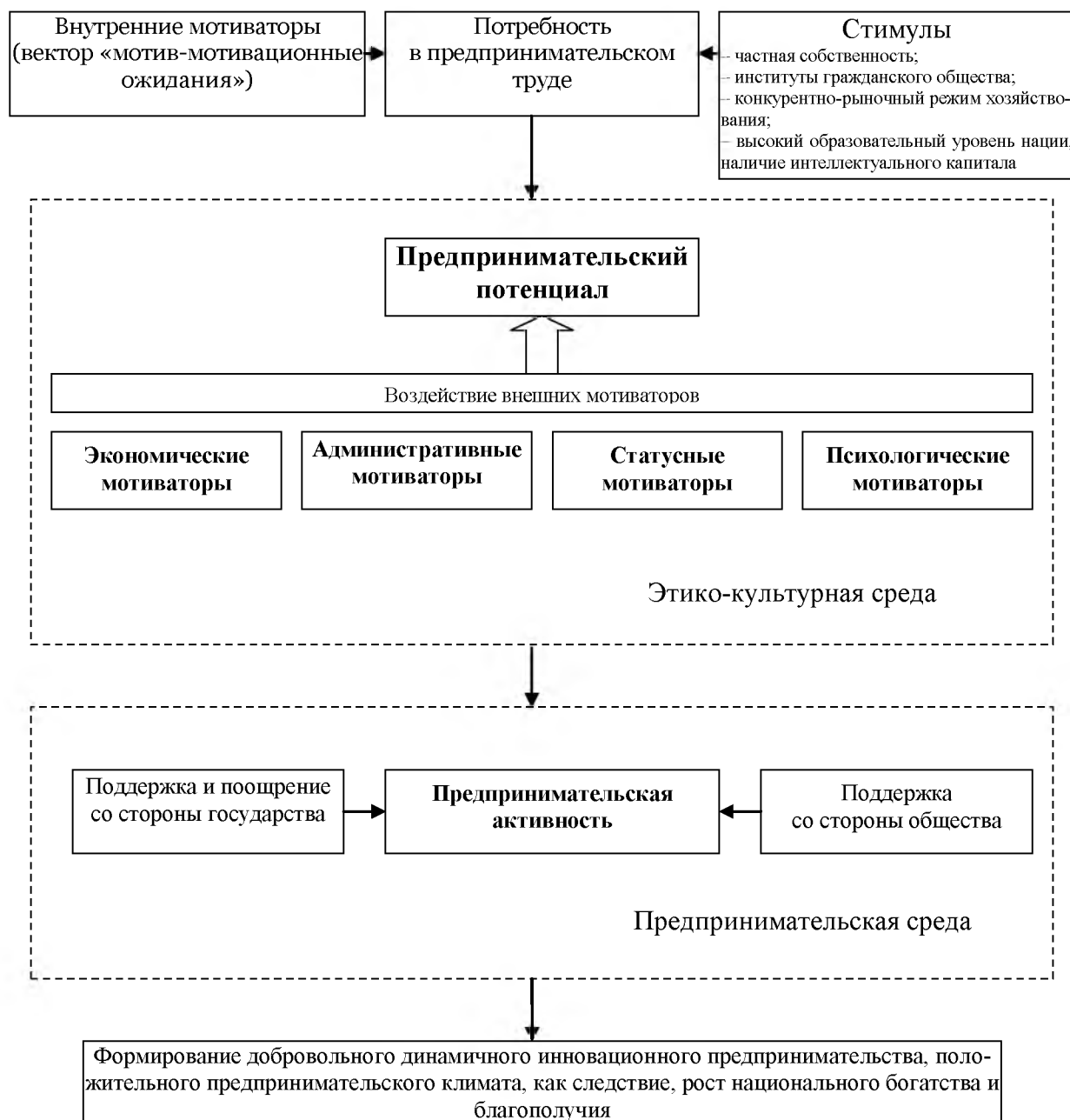


Рис. 2. Модель мотивации предпринимательского труда в условиях перехода России на инновационный путь развития. Источник: авторский

Формирование внешних мотиваторов, стимулирующих предпринимательский потенциал общества к проявлению постоянной предпринимательской активности, должно осуществляться по нескольким направлениям: административному, экономическому, социальному и личностно-психологическому.

1. Административное мотивирование – это побуждение к предпринимательской активности со стороны государства, предполагающее установление определенных санкций за нарушение установленных норм. К административным мотиваторам можно отнести:

- совершенствование нормативно-правовой базы в части конкретизации положений федеральных, региональных и местных законов о развитии малого и среднего бизнеса, ухода от декларативности в сторону четко прописанных гарантий, процедур, прав и обязанностей;

- проведение законодательных реформ в целях упрощения процедуры регистрации и ликвидации бизнеса, закрепления числа согласований при открытии и ведении бизнеса на разумном уровне;



– разработку шадящего налогового законодательства: перевести налогообложение малых предприятий на налог от вмененного дохода, заменив им налог на прибыль, НДС и налоги, начисляемые на фонд оплаты труда; введение дополнительных льгот по налогу на прибыль; снижение или даже замена налога на добавленную стоимость, который не способствует внедрению новых технологий, инновационных подходов к производству и осуществлению бизнес-процессов, например, на налог с продаж или на вариативную ставку налога на прибыль; изменить разрешительный порядок введения налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для некоторых предприятий на уведомительный, для чего потребуются внести изменения в некоторые статьи НК РФ; увеличение срока отнесения затрат на НИОКР, не давших положительного результата, до 3 лет; введение гибкой системы ставок по упрощенным налоговым режимам;

– введение моратория на любые изменения налогового законодательства, ухудшающие положение вновь образованных организаций-налогоплательщиков, сроком на три года; – введение моратория на изменение форм отчетности предпринимательских организаций, что может продемонстрировать изменение фискальной политики государства в сторону большей открытости и предсказуемости;

– за экономические преступления, не влекущие ущерба для государства в особо крупном размере, наказывать серьезными финансовыми санкциями, а не лишением свободы;

– гибкую систему кредитования начинающих предпринимателей. Предпринимательская деятельность – это альтернатива трудоустройству безработных. Однако, для открытия своего дела необходим стартовый капитал, каковой имеется далеко не у каждого потерявшего работу человека. В этой связи, необходимо предоставление государственных гарантий для получения кредитных средств, поскольку только государство может осуществлять кредитование на длительный срок и под льготный процент. Необходимо, чтобы бизнес опирался на самоорганизующиеся микрофинансовые организации, ассоциации венчурных капиталистов при том, что гарантом погашения обязательств должно выступать государство. Изменить срок погашения кредитов в зависимости от отраслевой направленности предприятия. Например, предоставить возможность не погашать кредит в первые два года, на третий год погашать только проценты в размере 3-4 %, а потом уже всю сумму;

– применение механизмов рассрочки по приватизации государственного и муниципального имущества;

– упорядоченную систему контроля за деятельностью предпринимательских структур, мониторинг функционирования вновь созданных малых и средних предприятий.

2. Экономическое мотивирование – это внешнее побуждение к предпринимательской активности посредством рычагов конкурентно-рыночного механизма, в том числе через доход, дивиденды и так далее. В качестве экономических мотиваторов предпринимательской деятельности можно выделить:

– качественный мониторинг отраслевого портфеля малого и среднего предпринимательства, исследование регионов на предмет выявления конкурентоспособных ниш и возможностей;

– устранение недобросовестной конкуренции на рынке предпринимательской деятельности, прямой доступ к долговременному финансированию;

– создание предпринимательской инфраструктуры, бизнес-инкубаторов, технопарков, повысить доступных физических ресурсов, упростить процедуру выкупа земель;

– долгосрочные программы поддержки сферы малого и среднего бизнеса, направленные на развитие инновационной экономики, производственно-технологических нововведений, содействие внешнеэкономической деятельности, создание новых рабочих мест, повышение качества жизни, выплату субсидий на компенсацию затрат малых предприятий [2], снижение ставок по аренде нежилых помещений;

– создание системы разделения государственного (муниципального) заказа на малые льготы, привлечение малого предпринимательства как субконтрактантов;

– поддержку технологического уровня действующих компаний малого и среднего предпринимательства в производственном секторе;

– защиту и охрану интеллектуальной собственности;

– дополнительные пенсионные накопления: в состав расходов на оплату труда необходимо включить взносы как на именные счета работников, так и на солидарные пенсионные счета предприятий, а условие, по которому при изменении существенных условий пенсионных договоров ранее уплаченные взносы подлежат налогообложению, целесообразно отменить;

– свободное хождение наличных денег в расчетах между субъектами малого бизнеса;

– выделение грантов на развитие. Гранты позволят финансировать развитие предпринимательской деятельности именно в тех отраслях и сферах деятельности, где в этом есть острая не-



обходимость. Еще одним преимуществом грантов можно назвать возможность отбора именно тех, кто действительно имеет потенциальные предпринимательские способности.

3. Статусное мотивирование направлено на изменение положения предпринимателя посредством общественного признания его заслуг, профессионального и морального авторитета, и в целом, создание позитивного имиджа предпринимательской деятельности. К статусным мотиваторам можно отнести:

- легализацию и интеграцию в российское общество бизнеса мигрантов;
- разработку образовательных программ на основе государственных образовательных стандартов, направленных на подготовку квалифицированных кадров в сфере предпринимательства, создание сети образовательных учреждений, реализующих образовательные программы для субъектов предпринимательской деятельности;
- повсеместное создание информационных систем о предпринимательстве, общественное продвижение малого и среднего бизнеса посредством СМИ, кино, театра, различных публикаций, формирование его позитивного имиджа;
- формирование надлежащих этических норм предпринимательства, предпринимательской культуры (кодексы нравственного поведения предпринимателя);
- развитие искренней благотворительной деятельности, позволяющей существенно образом изменить отношение общества к современным предпринимателям;
- развитие общественно-государственного партнерства, направленного на замещение государственных и муниципальных структур в социально-значимых секторах квалифицированным и качественно новым бизнесом.

4. Психологическое мотивирование – это побуждение к предпринимательской активности посредством психологической помощи в преодолении внутренних личностных ограничений и барьеров, препятствующих осуществлению предпринимательской деятельности при условии наличия потребности или желания стать предпринимателем. Психологическими мотиваторами могут являться:

- система страхования вновь создаваемого предприятия на случай неудачи в бизнесе, в целях снижения риска потери имущества при неудачном открытии предприятия;
- психологическая помощь и поддержка начинающим предпринимателям с целью снятия негативных установок и стереотипов, вызывающих боязнь личной ответственности и принятия самостоятельных решений [7].

Культуры, которые нацелены скорее на упорный труд и креативность, чем на использование политических связей, более созвучны развитию предпринимательства. Правительства, следящие за тем, чтобы политические интересы не доминировали над экономическими побуждениями, также вносят более конструктивный вклад в создание условий, при которых предпринимательство может расти и процветать [6]. Предпринимательство – это не героический акт немногих, а нормальная деятельность очень многих индивидуумов, которые могут свободно следовать своим склонностям в дружественном институциональном и культурном контексте.

Список литературы

1. Акимова, О.Е. Мотивы предпринимательской деятельности / О.Е. Акимова // Вестник Института Дружбы народов Кавказа. - 2011. - № 1. - С. 36.
2. Балекин, Е. В. Мотивация деятельности субъектов малого предпринимательства / Е. В. Балекин // Экономика и право. - 2009. - № 1. - С. 62.
3. Машкара, И. Мотивация труда в контексте инновационного развития предприятия / И. Машкара // Предпринимательство. - 2008. - № 7. - С. 176.
4. Чепуренко, А. Ю. Глобальный мониторинг предпринимательства: национальный отчет / А. Ю. Чепуренко, О. И. Образцова, М. В. Габелко, Ю. В. Демьянова, Е. И. Мурзачева, О. Р. Верховская, М. В. Дорохина, Д. Дашкевич, М. Балабанова, С. Чернышев. - СПб.: СПГУ, 2011. - С. 29-38.
5. Чепуренко, А. Ю. Предпринимательский потенциал российского общества / А. Ю. Чепуренко, Н. Е. Тихонова // Мир России. - 2004. - № 1. - С. 117.
6. Чепуренко, А. Ю. Частное предпринимательство и политика в отношении предпринимательства в России / А. Ю. Чепуренко [Электронный ресурс]. - [2012]. - режим доступа: http://nise.ru/business/article_1797.html?effort=1
7. Шаховская, Л. С. Стимулирование предпринимательства: государственный масштаб / Л. С. Шаховская, Н. В. Кетько // Российское предпринимательство. - 2009. - № 1. - С. 16-17.



DIRECTION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY'S MOTIVATION IN MODERN RUSSIA**O. E. AKIMOVA***Volgograd State
Technical University**e-mail:
akimovann25@mail.ru*

Investigation of the factors that influence on the motivation of entrepreneurial activity in Russia, shows that the vector must be shifted toward the elimination of institutional barriers to entrepreneurship and creating a favorable business environment, rather than increased funding of business structures. This article provides an assessment of entrepreneurial activity and entrepreneurial capacity in the country, a motivational pattern, reflecting the motivation of entrepreneurs waiting in innovation-oriented economy, analyzed the structure of the motivation of Russian's entrepreneurs, motivational impact of the institutional conditions for the development of small and medium-sized businesses that exist in Russia, formed a model of entrepreneurial labor's motivation. Particular attention is paid to the areas of external motivators of entrepreneurial activity in Russia.

Keywords: entrepreneurial labor, entrepreneurship, motivation, entrepreneurial activity, entrepreneurial potential, motivational pattern, motivational expectations, motivational impact, external motivators, the model of motivation.