

УДК 159.9.07

Борисова Е.А., Филинкова Е.Б.

Московский государственный областной университет

ОТНОШЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К НАЕМНЫМ РАБОТНИКАМ

E. Borisova, E. Filinkova

Moscow State Regional University

ENTREPRENEURS' ATTITUDE TO EMPLOYEES

Аннотация. Статья посвящена изучению отношения предпринимателей к наемным работникам. Показано, что это отношение носит дружеско-деловой характер, но значимых изменений психологического отношения собственников дела к работникам на протяжении всего предпринимательского стажа не наблюдается. Факторами формирования психологического отношения предпринимателя к наемному работнику являются: оценка предпринимателем деловых и личностных качеств работника, оценка предпринимателем взаимоотношений работника с руководителем и трудовым коллективом. Критериями оценки сотрудников выступают, прежде всего, личностные качества работника — нравственные и социально-психологические.

Ключевые слова: психологическое отношение, предпринимательство, отношение руководителя к работникам, оценка работника руководителем.

Abstract. The article is devoted to the study of the entrepreneurs' attitude to employees. It is shown that this attitude is both quite friendly and business-like, but there haven't been disclosed any dynamics of the owners' attitudes to employees throughout the entrepreneurial experience. Factors of the entrepreneurial attitude to employees are as follows: assessment of business and personal qualities of the worker, employer's assessment of the employee's relationship with management and the other employees of the enterprise. The assessment criteria of the employees are, first of all, personal qualities of the worker — the socio-psychological and moral qualities.

Key words: psychologic attitude, entrepreneurship, entrepreneurs' attitude to employees, employer's assessment of the employee.

Самой историей доказано: предпринимательство было и будет основным компонентом экономической системы того общества, которое называет себя цивилизованным, поэтому переход к рыночным отношениям ставит перед нашим обществом множество сложных задач, среди которых важное место занимает развитие предпринимательства [3]. Существует множество подходов к пониманию сущности предпринимательства. Современная наука рассматривает предпринимательство как вид экономической активности, характеризующийся экономической свободой, инновационностью и направленностью на получение прибыли [1].

Психология предпринимательства, появившаяся в нашей стране в начале 90-х гг. XX в., выявила значительное количество интересных фактов, касающихся специфики мышления и деятельности российских предпринимателей [2]. Анализ научных работ, изучающих вопросы предпринимательства, свидетельствует о том, что проблема отношения предпринимателей к сотрудникам изучена не полностью. Диссертационные исследования последних десятилетий преимущественно анализируют финансовую составляющую предпринимательства. Однако малоисследованным остается вопрос о психологических особенностях взаимодействия собственников и наемных работников. В частности, было показано, что предприниматели

в большинстве своем дают высокую оценку своим взаимоотношениям с сотрудниками, что во многом обусловлено достаточно дружеским характером их производственного взаимодействия [2].

Взаимоотношения предпринимателей и наемных работников никогда не были простыми. Этот факт обусловлен различными целями субъектов, участвующих в процессе производства и распределения благ. Соответственно, противопоставление участников производственного процесса должно приводить к тому, что достижение целей одной из сторон потенциально входит в противоречие с целями или способом действий другой стороны. Этот процесс взаимодействия несет в себе разнообразные риски как для предпринимателей, так и для наемных работников. Раскрытию одной из сторон психологии управленческого взаимодействия предпринимателей и наемных работников было посвящено исследование, проведенное нами в 2010 г. Целью исследования было изучение отношения российских предпринимателей к наемным работникам. В исследовании приняли участие 27 предпринимателей (собственников-руководителей фирм) из Москвы. Возраст участников — от 26 до 65 лет. Методом исследования было глубинное стандартизированное интервью, разработанное нами специально для данного исследования и включающее закрытые и открытые вопросы.

Задачами нашего исследования было: 1) изучить динамику отношения предпринимателей к сотрудникам; 2) изучить факторы отношения предпринимателей к конкретному сотруднику; 3) изучить критерии оценки сотрудников предпринимателями.

Динамика отношения предпринимателей к сотрудникам. Отвечая на вопрос о характере взаимоотношений с подчиненными, большинство предпринимателей (63%) отметили, что эти взаимоотношения являются и дружескими, и деловыми одновременно. Оставшиеся руководители фирм (37%) заявили, что их отношения с сотрудниками носят исключительно деловой характер. Не

было ни одного предпринимателя, который бы определил, что его отношения с сотрудниками исключительно дружеские. Полученные результаты несколько отличаются от полученных ранее [2]. Результаты исследований 2000–2003 гг. говорят о том, что, во-первых, существует малая часть предпринимателей (1-2%), формирующих отношения со своими сотрудниками-подчиненными точно так же, как и отношения с друзьями, а во-вторых, доля предпринимателей, имеющих только деловые отношения с сотрудниками не превышает 12-16% выборки, в то время как в исследовании 2010 г. эта доля больше (различия по критерию Фишера значимы). До определенной степени обнаруженные расхождения можно объяснить небольшим размером выборки 2010 г. Однако вполне вероятно, что усиление деловой составляющей взаимоотношений объясняется уже отмеченной нами ранее [2] тенденцией к уменьшению степени дружественности взаимоотношений между предпринимателями и наемными работниками, что и привело к росту количества руководителей-собственников, имеющих только деловые отношения со своими сотрудниками.

Заметной динамики в характере отношений собственников дела со своими подчиненными от момента создания организации до момента исследования не обнаружено. Задавая вопрос о характере взаимоотношений руководителя фирмы с подчиненными на момент создания предприятия, мы получили практически те же ответы, которые характеризовали эти взаимоотношения в настоящее время: 60% респондентов определили свои отношения с сотрудниками как дружеско-деловые, а оставшаяся часть (40%) — как исключительно деловые. При этом стоит обратить внимание, что незначительное изменение характера исследуемых отношений произошло в русле отмеченной тенденции снижения степени их дружественности.

Отсутствие серьезной динамики в характере взаимоотношений, которые строят руководители фирм со своими сотрудниками, не означает, что в этих взаимоотношениях

вообще не было никаких изменений. Две трети опрошенных предпринимателей (67%) заявили, что они изменили свое отношение к сотрудникам. Очевидно, что эти изменения не касались общего характера отношения к работникам, а касались изменения модальности отношения руководителей фирм к конкретным людям.

Несмотря на доминирующее субъектное отношение к сотрудникам, многие (41%) предприниматели не считают своих сотрудников партнерами по бизнесу. Руководители фирм четко осознают неравенство позиций, что проявляется в общем негативном отношении к критике со стороны подчиненных, хотя профессиональная критика воспринимается руководителем, как правило, положительно. Неравенство проявляется и в том, что собственники предприятий не общаются с коллективом вне производства, считая это пустой тратой времени.

Факторы отношения предпринимателей к сотрудникам. Отношение большинства предпринимателей к конкретному работнику в самой большой степени зависит от деловых качеств последнего (этот фактор назвали 59% опрошенных). Предпринимателями были выделены те деловые качества, которые, по их мнению, влияют на отношение к сотруднику (в порядке уменьшения частоты упоминаний):

— отношение к труду (отношение к работе, ответственность, исполнительность, дисциплина, добросовестность, работоспособность);

— результаты труда (производительность, прибыль, сроки сдачи работы, качество работы);

— профессиональная компетентность сотрудников (деловые качества, профессионализм, квалификация).

Личностные качества работников — второй по значимости фактор отношения предпринимателей к конкретному работнику (их назвали 27% опрошенных руководителей фирм). Самыми важными, с точки зрения отношения предпринимателя к сотруднику, являются такие качества наемных работни-

ков, как честность и порядочность, коммуникабельность и умение взаимодействовать, привычки, интеллект (ум).

Третьим по значимости фактором, детерминирующим, по словам предпринимателей, их отношение к наемным работникам, является общий характер взаимодействия конкретного работника с трудовым коллективом (14% опрошенных). Внутри этого общего фактора выделяются такие значимые составляющие, как отношение сотрудника к другим работникам; его взаимоотношения с предпринимателем (руководителем фирмы); личная симпатия или антипатия предпринимателя к конкретному человеку.

О последнем факторе отношения предпринимателя к наемным работникам хочется сказать особо. Полученные данные свидетельствуют о том, что от симпатии предпринимателя зачастую зависит карьера наемных работников. Меньше половины (45% опрошенных) предпринимателей считают, что они объективны в своих оценках, т.е. опираются при принятии решения о карьерном росте работника не на симпатию к нему, а на оценку его личности (профессиональных качеств) и деятельности (ее результатов). Однако 44% респондентов признались, что от их симпатии напрямую зависит производственная судьба и материальное благосостояние сотрудников. Предприниматели подчеркивают, что сотрудники, которые им симпатичны, быстрее продвигаются по карьерной лестнице, вызывают доверие, прислушиваются к их советам и рекомендациям, «симпатичные», получают различные материальные поощрения, а «несимпатичные» вообще не работают в компании или работают недолго. Таким образом, хотя в компаниях любят подчеркивать равноправие всех претендентов на новую должность, в действительности за почти половиной кадровых решений стоит личная симпатия субъекта принятия решения.

На вопрос о том, влияет ли антипатия руководителя к сотруднику на карьеру последнего, 63% предпринимателей отметили, что их антипатия влияет на карьеру сотрудни-

ков, 33% ответили, что прямой связи между антипатией и карьерой сотрудника нет, 4% не знают ответ на этот вопрос — возможно, предприниматели никогда не задумывались над ним. Прямое влияние антипатии предпринимателя к работникам выражается в предвзятом к ним отношении, недоверии, соблюдении дистанции в общении. Если антипатия оказывает опосредствованное влияние, то тогда ее проявления зависят от конкретной ситуации.

Следует отметить, что на изученных нами предприятиях малого бизнеса отсутствуют многие документы, регламентирующие деятельность сотрудников. Это обуславливает индивидуальный подход предпринимателя к каждой ситуации и к конкретному работнику. Отсутствие нормативных документов в значительной степени является объективной причиной практики построения системы делового взаимодействия руководителя-собственника со своими наемными работниками на основе личной симпатии — антипатии.

Критерии оценки сотрудников предпринимателями. Анализ полученных результатов показывает, что предприниматели характеризуют своих сотрудников в целом положительно (75%). Оценивая сотрудников, большинство предпринимателей несколько большую значимость придают личностным качествам работников (личностные качества в сумме составляют 63% от всех высказываний), профессиональные качества значимы для собственников дела в меньшей степени (36%). Идеальный работник, по мнению предпринимателей, должен обладать следующим набором характеристик (в порядке уменьшения частоты упоминаний):

— социально-психологических — организованностью, коммуникабельностью, ответственностью;

— нравственных — честностью, добротой, преданностью;

— когнитивных — внимательностью, умом, фантазией;

— профессионально-деловых — компетентностью, трудолюбием, исполнительностью, активностью, инициативностью, грамотностью.

Обнаружена динамика в критериях оценки предпринимателями своих сотрудников: согласно мнению самих предпринимателей, в начале предпринимательской деятельности большинство опрошенных давали подчиненным оценку, исходя из мотивации труда и отношения работников к делу. К моменту исследования большинство предпринимателей при оценке сотрудников брали в расчет, прежде всего, личные качества работников, а профессиональные были только на втором месте по значимости. При этом сами предприниматели с трудом признают, что критерии их оценки сотрудников изменились, т.е. они не замечают изменения критериев оценивания работников.

Итак, по результатам исследования можно сделать следующие выводы.

1. Отношение предпринимателей к наемным работникам носит чаще всего дружеско-деловой характер. При этом серьезной динамики психологического отношения собственников дела к работникам на протяжении всего предпринимательского стажа не наблюдается.
2. Факторами формирования психологического отношения предпринимателя к наемному работнику являются (в порядке уменьшения значимости): оценка предпринимателем деловых качеств работника, личностные особенности работника, оценка предпринимателем взаимодействия работника с руководителем и трудовым коллективом. В рамках последнего фактора выделяется симпатия — антипатия предпринимателя к конкретному работнику как особая детерминанта отношения собственника-руководителя к сотруднику. Для части предпринимателей их симпатия — антипатия к работнику влияет на карьеру последнего.
3. Критериями оценки сотрудников со стороны предпринимателей выступают, прежде всего, личностные качества работника. Деловые качества зна-

чимы несколько меньше. На первый план при оценке сотрудника выходят социально-психологические и нравственные его качества.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. — М., 2001. — 240 с.
2. Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства: Учеб. пособие. — М., 2007. — 288 с.
3. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. — Таганрог, 2004. — 92 с.