



Кожевникова О. А.

Влияние экономико-психологических характеристик предпринимателя на стратегии оплаты труда в малом бизнесе

В статье рассматриваются результаты эмпирического исследования влияния экономико-психологических характеристик личности предпринимателя (субъективная шкала благосостояния, экономические притязания, субъективный экономический статус, монетарные attitudes) на стратегии оплаты труда в организациях малого бизнеса: критерии оценки оплаты труда, конкурентоспособность оплаты труда на внешнем рынке, структура внутреннего рынка оплаты труда.

Ключевые слова: экономико-психологические характеристики личности, субъективная шкала благосостояния, экономические притязания, субъективный экономический статус, стратегия оплаты труда.

В современных условиях рыночной экономики в России работодатель, а в малом бизнесе им часто выступает непосредственно предприниматель, самостоятельно регулирует вопросы оплаты труда на основе договорных отношений с наемным работником. Теории радикального субъективизма Дж. Шэкла и ограниченной рациональности Г. Саймона вводят в поле теоретических изысканий понятие субъекта экономической активности, тем самым, подчеркивая важность учета субъективных (психологических) особенностей человека для понимания природы его экономического поведения [2].

Изучение психологических детерминант экономической активности предпринимателя является одним из приоритетных направлений развития современной экономической психологии в России (А. Л. Журавлев, В. П. Позняков, О. С. Дейнека, А. Д. Карнышев, Д. А. Китова, А. Б. Купрейченко, М. Ю. Семенов, Г. В. Турецкая, В. А. Хащенко, А. Б. Фенько, В. П. Фоминых и др.). Несмотря на то, что ряд исследователей (Н. А. Волгин, Ю. Г. Грибин, Р. И. Капелюшников и др.) отмечают значение психологии человека, принимающего решения относительно оплаты труда в организации, теоретических и эмпирических исследований по данной тематике крайне мало как в зарубежной, так и в отечественной психологической науке [1].

Мы, вслед за А. Л. Журавлевым, определяем **экономико-психологические характеристики личности** как характеристики личности, которые обусловлены включением человека в экономическую активность и которые выступают в качестве субъективного отражения различных экономических явлений [3]. Экономико-психологические характеристики личности предпринимателя в нашем исследовании



выступают в качестве следующих конструктов экономического сознания предпринимателя: субъективная шкала благосостояния, субъективный экономический статус личности, экономические притязания, монетарные аттитюды.

Выбор данных характеристик обусловлен тем, что все они служат субъективными фильтрами, через которые предприниматель воспринимает деньги и связанные с ними вопросы.

Субъективная шкала благосостояния (СШБ) – это величина субъективной имущественной дистанции, устанавливаемая каждым индивидом между богатством и бедностью [5].

Экономические притязания – это притязания личности в сфере экономических достижений; определяется как шкала, полюса которой заданы размерами минимального и максимального доходов, которые готов получать человек за определенный промежуток времени.

Субъективный экономический статус (СЭС) личности отражает психологическое отношение человека к своему положению в социальной системе, определяемому экономическими признаками [6].

Монетарные аттитюды (МА) – это установки человека по отношению к деньгам. В проводимом исследовании нами были выделены 6 монетарных аттитюдов «Власть денег», «Сбережение», «Озабоченность финансовым положением, недостаток денег», «Неадекватное отношение к деньгам», «Траты, склонность к импульсивным покупкам», «Деньги как мера вещей».

Опираясь на понимание стратегии в экономических и психологических науках, мы под стратегией оплаты труда понимаем план, программу экономической активности предпринимателя, направленной на распределение материальных средств наемным работникам в соответствии с субъективно значимыми для предпринимателя целями.

Согласно нашей модели, стратегию оплаты труда составляет сочетание трех ее компонентов: критерии оценки оплаты труда, конкурентоспособность оплаты труда на внешнем рынке, структура внутреннего рынка оплаты труда.

Первый компонент стратегии оплаты труда – **критерии оценки оплаты труда**. Обнаруженные критерии оплаты как средство ее субъективной оценки предпринимателем позволят понять, на какие цели и задачи в отношении персонала он ориентируется при распределении денежных средств в организации.

Второй компонент стратегии – **конкурентоспособность уровня оплаты труда на внешнем рынке**: ориентации на опережение, отставание от конкурентов или на равнение на них. Данный компонент определяется как готовность предпринимателя выплачивать определенный размер вознаграждения работникам разных управленческих уровней и отражает ориентации на отставание, равнение или опережение конкурентов.

Третий компонент стратегии определяет **структуру внутреннего рынка оплаты труда**: уравнительная или дифференцированная (иерархическая) ориентации к оплате труда работников, ориентации на вознаграждение или наказание



работников через программу материального стимулирования, а также доступность вопросов оплаты труда для работников.

Влияние экономико-психологических характеристик личности предпринимателя на стратегии оплаты труда представлено в следующей теоретической модели.

Мы полагаем, что предприниматель устанавливает размер вознаграждения работникам в диапазоне от границы бедности СШБ до размера экономических притязаний; следовательно, уровень вознаграждения работников будет находиться на отрезке, заданном полюсами – нижней граница (бедности) СШБ (А) и точкой или интервалом экономических притязаний (ЭП) (рис. 1).



Рис. 1. Экономические притязания на субъективной шкале благосостояния (А – нижняя граница СШБ, В – верхняя граница СШБ, ЭП – экономические притязания)

Полагаем, что от размера данного отрезка будет зависеть степень дифференциации вознаграждения работников. Если величина отрезка АЭП мала, то на нем остается мало места для дифференциации вознаграждений наемных работников, следовательно, внутренний рынок оплаты труда будет малодифференцированным, уравнивающим. И наоборот, большая величина этого отрезка дает возможность высокой дифференциации оплаты труда, следовательно, подход здесь будет иерархичным.

Предприниматель, самостоятельно регулируя размер вознаграждения своих работников, тем самым определяет их имущественный статус. Полагаем, что предприниматель будет стремиться установить такой размер вознаграждения для работников, чтобы их экономический статус в его глазах был ниже его собственного. Так как фонд оплаты труда связан с прибылью организации, и как следствие с доходами предпринимателя, существует отрицательная зависимость между этими характеристиками. Увеличивая фонд оплаты, предприниматель понижает уровень собственных доходов, и наоборот. Следовательно, согласно нашей гипотезе, предприниматели с высокими экономическими притязаниями будут минимизировать собственные затраты на персонал, увеличивая уровень собственного дохода. Предприниматели же с невысоким уровнем экономических притязаний могут не так жестко привязываться к размеру вознаграждения работников.

Как показали многочисленные исследования, МА являются регулятором разных видов экономического поведения [4]. Полагаем, что особенности монетарных аттитюдов могут оказать влияние и на распределение денег в организационной сфере. В частности, мы полагаем, что установки на сбережение и траты побуждают предпринимателей изменять в сторону уменьшения или увеличения размер вознаграждений, а также будут влиять на программу материального стимулирования.



Для измерения экономико-психологических характеристик личности предпринимателя и стратегий оплаты труда применялись специально разработанная совокупность методических приемов шкалирования и ранжирования, разработанная автором совместно с В. А. Хащенко и опросник отношения к деньгам Фернама, адаптированный О. С. Дейнека. Вся совокупность методических приемов оформлялась в виде единой анкеты, которая предъявлялась респонденту. Опрос осуществлялся методом персонального стандартизированного интервью в технике «лицом к лицу».

Влияние субъективной шкалы благосостояния на оплату труда работников

Для проверки гипотезы о влиянии субъективной шкалы благосостояния на конкурентоспособность оплаты на внешнем рынке мы использовали *t*-критерий Стьюдента для независимых выборок, позволяющий выявить различия между группами предпринимателей с разной СШБ по параметрам, отвечающим за второй компонент стратегии оплаты труда.

В независимые выборки вошли две группы предпринимателей, отличающихся размерностью СШБ. В первую группу вошли предприниматели (34 человека), с низким по выборке уровнем границ бедности и богатства (процентили P1-P20), для которых границы бедности составляет 10 и менее, а богатства 150 и менее долларов в неделю. Во вторую группу были включены предприниматели (25 человек) с высоким по выборке уровнем границ бедности и богатства (процентили P81-P100), границы бедности и богатства которых составили 100 и более, и 1000 и более долларов соответственно.

На высоком уровне значимости $p = 0,01$ были обнаружены различия по размеру вознаграждения, который готовы платить предприниматели для всех профессиональных групп работников. Предприниматели первой группы устанавливают размер вознаграждения для работников в полтора раза меньше (среднее значение 3378), чем предприниматели второй группы (среднее значение 5655). Таким образом, ориентация стратегии на конкурентоспособность оплаты труда зависит от субъективно воспринимаемых предпринимателем эталонов бедности и богатства. Чем ниже размер границ СШБ, тем меньшее вознаграждение склонен предприниматель платить работникам, и наоборот, высокий размер границ СШБ определяет высокий размер вознаграждения работников.

Для проверки гипотезы о том, что шкала вознаграждения работников находится на отрезке, заданном границами экономических притязаний и нижним порогом субъективной шкалы благосостояния предпринимателя, были введены индексы V1, который показывает отношение размера экономических притязаний предпринимателя к размеру вознаграждения работника, и V2 как отношение нижней границы СШБ к размеру вознаграждения работника.

Если индекс V1 по выборке будет иметь значения ≥ 1 , а V2 < 1 , то это будет свидетельствовать о том, что размер вознаграждения работников находится в диапазоне что вознаграждение работника находится на отрезке: нижняя граница



СШБ – ЭП. Индексы V1 составили 8,5 и 4,9 для рядовых работников и руководителей соответственно, а индексы V2–0,8 и 0,4. Эти данные полностью подтверждают выдвинутую нами гипотезу.

Для проверки гипотезы о том, что ориентация на дифференциацию оплаты труда зависит от масштабности субъективной шкалы благосостояния, использовался метод однофакторного дисперсионного анализа ANOVA.

В качестве фактора была взята переменная масштаб СШБ (дистанция бедности и богатства). По данному параметру были выделены три группы предпринимателей. В первую группу были включены 30 человек, показатель масштаба СШБ которых был низким по выборке (процентили P1-P20), во вторую группу – 35 человек со средним уровнем масштаба СШБ (процентили P40- P60), в третью – 30 человек с высоким уровнем масштаба СШБ (процентили P80- P100).

Значимые различия между данными группами были обнаружены по параметру D1 внутриорганизационной дифференциации зарплаток работников (отношение максимальной зарплаты к минимальной для одной группы работников). Результаты анализа позволили сделать следующие выводы.

Чем уже субъективная шкала благосостояния, тем меньше размах дифференциации зарплаток, как рядовых (Дряд = 1993), так и руководящих (Друк = 2961) работников. И наоборот, чем шире эта шкала, тем больше дифференциация размера заработка (Дряд = 3550 и Друк = 6335). Следовательно, чем больше дистанция, тем больше вариантов для дифференциации уровней оплаты. Предприниматель **видит**: чем ближе черта богатства к бедности, тем сильнее уравнивательная тенденция в оплате работников.

Таблица 1

**Средние значения экономических притязаний
у предпринимателей с разными ориентациями
на конкурентоспособность на внешнем рынке оплаты труда**

	Средние значения			
	нижний уровень ЭП предпри- мателя (в неделю, \$)	верхний уровень ЭП предпри- мателя (в неделю, \$)	оптималь- ный уровень ЭП предпри- нимателя (в неделю, \$)	Масштаб шкалы ЭП
Ориентация на отстаивание от конкурентов	313,77	641,57	420,14	3,12
Ориентация на равенство	153,72	383,03	237,87	2,26
Ориентация на опережение	176,87	332,39	264,79	2,28
Среднее по выборке (медиана)	208,95	446,24	307,48	2,45
Уровень значимости (p)	0,04	0,02	0,01	0,2



Экономические притязания предпринимателя

Для проверки гипотезы о том, что размер вознаграждения, а, следовательно, ориентация на конкурентов в стратегии оплаты труда, будет зависеть от размера экономических притязаний предпринимателя, был использован метод однофакторного дисперсионного анализа ANOVA (таб. 1).

Полученные результаты работают на наше предположение о том, что высокий уровень экономических притязаний побуждает предпринимателя ориентироваться на понижение оплаты работникам. Высокий уровень экономических притязаний отодвигает размер вознаграждения работников на СШБ в сторону бедности или даже за ее пределы.

Субъективный экономический статус

Гипотеза о различиях в подходах к дифференциации оплаты труда у предпринимателей с разным уровнем СЭС проверялась с помощью метода однофакторного дисперсионного анализа ANOVA. Данные исследования показали, что чем богаче считает себя человек, тем больше он склонен к иерархической ориентации в построении стратегии оплаты. И наоборот, чем беднее считает себя человек, тем меньше он склонен проводить различия между зарплатами рядовых работников и руководителей, склонен к уравнительной системе.

Монетарные аттитюды предпринимателя

При помощи метода однофакторного дисперсионного анализа выявлялись различия между группами предпринимателей с разными структурными сочетаниями МА по средним значениям параметров стратегий оплаты труда. Значимые различия были обнаружены по показателям конкурентоспособности оплаты труда на внешнем рынке.

Максимальный уровень оплаты труда готовы установить предприниматели с монетарными аттитюдами «Деньги как мера вещей» и «Траты, склонность к импульсивным покупкам». Низкий уровень оплаты готовы платить работникам предприниматели с монетарными аттитюдами «Деньги как средство влияния» и «Сбережение». То есть отношение к деньгам как к рычагу управления людьми и накопительные установки побуждают предпринимателей экономить и на оплате работников.

Подводя итоги исследования, отметим, что все экономико-психологические характеристики предпринимателя оказывают существенное влияние на различные компоненты стратегии оплаты труда, в первую очередь связанные с размерами и структурой вознаграждения работников в организации.

Литература

1. Волгин Н. А. Оплата труда: производство, социальная сфера, государственная служба (Анализ, проблемы, решения). – М.: Издательство «Экзамен», 2004. – 224 с.
2. Дейнека О. С. Экономическая психология: учеб. пособие. – СПб., 2000. – С. 133–155.



3. Проблемы экономической психологии / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – Т. 1. – М.: ИП РАН, 2004.
4. Фернам А. , Аргайл М. Деньги. Психология денег и финансового поведения / под общ. ред. А. Алексеева. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 352 с.
5. Хащенко В. А. Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования // Психологический журнал. – 2004. – Т. 25. – № 5. – С. 32–49.
6. Хащенко В. А. Социально-психологический подход к анализу экономического самосознания личности // Ежегодник рос. психол. общества. Материалы III Все-росс. съезда психологов. 25–28 июня 2003 г. – СПб., 2003. – Т. 8. – С. 164–168.