

ОСОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ФЕНОМЕНУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

2005 р., О.В. Креденцер

*науковий співробітник лабораторії організаційної психології
Інституту психології імені Г.С. Костюка АПН України*

Після отримання Україною державної самостійності та переходом на шлях розбудови ринкової економіки, актуальними стають соціально-економічні та політичні реформи, які б відповідали розвитку свободи та демократії. Важливою умовою при цьому є відродження підприємницької діяльності на теренах України та подальше сприяння її розвитку. Тому актуалізується завдання виявлення умов та чинників, що сприяють ефективному становленню підприємницької діяльності. Поряд з економічними, політичними та соціальними факторами розвитку підприємництва важливу роль посідають і психологічні чинники.

У зв'язку з цим науковою проблемою постає соціально-психологічне осмислення сутності феномену підприємництва, аналіз основних підходів до його розуміння, розгляд основних психологічних теорій підприємництва.

На наш погляд, в психології підприємництва, в залежності від об'єкта дослідження, рівня аналізу, поставлених завдань та засобів їх вирішення, виокремились два підходи (вектори) досліджень феномену підприємництва: підприємництво як особливий тип поведінки та підприємництво як особливий вид людської діяльності (поведінковий та діяльнісний підходи).

Перший підхід розглядає підприємництво як особливий тип поведінки – *підприємництво як поведінка* [1; 4; 9; 17; 19; 20]. Предметом аналізу, в даному випадку, виступає поведінка підприємців. Головною особливістю даного підходу є те, що досліджується поведінка як реально працюючих підприємців, так і, так званих, „потенційних” підприємців (тобто тих, які виказують ознаки підприємницької поведінки).

Андреева І.В., розглядаючи підприємництво як особливий тип поведінки, визначає підприємницьку поведінку як ланцюг послідовно здійснюваних вчинків, що спрямовані на отримання суб'єктивних переваг від різниці між докладеними зусиллями та отриманим результатом в процесі придбання, зберігання матеріальних та духовних цінностей [19].

Пачковський Ю.Ф. виділяє наступні складові підприємницької поведінки:

- особлива чутливість до змін і прагнення щось змінити у своєму житті (елементи ініціативи);

- взяття на себе відповідальності за можливі невдачі і поразки, готовність ризикувати (елементи ризику);
- сприяння реалізації і використанню нових технологічних можливостей шляхом впровадження у життя винаходів та інновацій; організація або реорганізація соціально-економічних механізмів з метою вигідного використання наявних ресурсів і конкретних ситуацій (елемент новаторства);
- самостійність суджень при прийнятті важливих рішень (елемент свободи);
- спрямованість на діяльне перетворення навколишнього світу, побудову нових відносин; вміння випереджувати події і вести конкурентну боротьбу (елемент активності) [9].

На нашу думку, вказані елементи можна розглядати як специфічні ознаки підприємницького типу поведінки.

Визначають підприємство як характеристику поведінки не тільки психологи, а й економісти. Наприклад, відомий економіст, лауреат Нобелівської премії Фрідріх фон Хайєк, наголошує на тому, що підприємництво – це переважно характеристика поведінки людини, а не особлива форма соціально-економічної діяльності. Мета такої поведінки – пошук і дослідження нових економічних можливостей. На його думку, всякий індивід, чия поведінка відрізняється пошуковим стилем, є потенційним підприємцем [4; 10; 13; 14].

В рамках даного підходу в західній психології підприємництва розроблені моделі підприємницької поведінки [4; 17]:

- інвестиційна модель базується на організації та впровадженні інвестиційних проектів, які здійснюються власниками або користувачами капіталів на свій ризик;
- інвесторна модель характеризується поведінкою продуцента та власника інноваційних продуктів та процесів, що самостійно просувають товари на контрактній основі своє „ноу-хау”;
- організаційна модель описує дії підприємців, що реалізують інноваційні методи інтегрування та комбінування людських ресурсів, з метою максимізації нестандартних управлінських рішень;
- посередницька модель забезпечує інтеграцію економічних інтересів та отримання додаткової вигоди, що виникає як наслідок нестандартних арбітражних угод;
- активізаційна модель характеризує дії підприємців, які встановлюють контроль над економічними ресурсами інших

власників з метою їх концентрації „у своїх руках” та наступного впровадження в підприємницький обіг;

- комерційна модель направлена на створення нових нестандартних каналів обміну (купівлі-продажу) послуг та інформації, що дозволяють підвищити норму прибутку;
- кон’юктурно-ігрова модель базується на венчурних методах комбінування цінової та іншої конфіденційної інформації з метою отримання переваг перед іншими агентами;
- консалтингова модель забезпечує професійну підтримку широкого кола питань.

Дані моделі охоплюють, на наш погляд, не тільки поведінку так званих „офіційних підприємців” (засновників та власників підприємств), а й проєктуються на поведінку людей, які, займаючись своєю основною діяльністю, проявляють ознаки підприємницької поведінки та діють в рамках зазначених моделей. Цю категорію людей можна назвати „потенційними підприємцями”.

Досліджуючи психологічні аспекти підприємництва, а також поведінку „потенційних” підприємців, російська дослідниця Є.П. Єрмолаєва зупинилася на проблемі *психологічних бар’єрів*, що стають на шляху до підприємництва. Поділяються вони на загальні та специфічні [3].

Загальні психологічні бар’єри – це взагалі опір бізнесу як будь-якій новій діяльності і професії, особливо якщо вона незвична та психологічно чужа.

Специфічні психологічні бар’єри – ті, що властиві ставленню людей саме до підприємництва як особливого роду занять. Ці бар’єри автор поділяє на реальні, породжені дійсно існуючими причинами, та уявні (міфічні), пов’язані із упередженнями та забобонами.

Є.П. Єрмолаєва виділяє 7 типів психологічних бар’єрів, що відображають істотні для підприємництва характеристики людської поведінки:

- 1) бар’єри „особистої ініціативи” охоплюють проблеми, пов’язані з труднощами прояву індивідуалізму і реалізації „духу підприємництва”, опору змінам, здатністю до саморозвитку;
- 2) бар’єри „помилкової установки”: вони містять у собі всі аспекти соціальної та особистої „міфотворчості” з приводу підприємства, цінності праці, матеріального блага тощо, а також суперечності свідомості, властиві перехідним ситуаціям;
- 3) бар’єри автономності: їх взаємопов’язані компоненти – незахищеність особистості (правова та соціальна) та синдром „залежності” (зокрема, в ухваленні рішень);

- 4) бар'єри досягнення – відображають аспекти, пов'язані з мотивацією досягнення, прагненнями до успіху, труднощами в реалізації ухвалених рішень, зокрема: проблеми неадекватного прогнозування, недостатньої швидкості ухвалення рішень і реагування на ситуацію, невміння своєчасно відмовитися від невірної рішення, відсутністю варіативності в рішеннях і поведінці;
- 5) бар'єри ризику, що містять раціональний (зважений ризик) та емоційний (відповідальний ризик) аспекти;
- 6) бар'єри комунікації, що відображають перешкоди на шляху інформаційної доступності та довіри у діловому спілкуванні;
- 7) бар'єри сприйнятливості до нового, що відображають професійний догматизм, „вузькість” освіти, неприйняття нових ідей і варіантів поведінки [3, 18].

На думку Є.П. Єрмолаєвої, найсерйознішою проблемою розвитку масового підприємництва є психологічні бар'єри у тих людей, для яких цей вид діяльності стане головним і навіть єдиним джерелом існування.

У рамках *другого підходу* підприємництво розглядається як особливий вид людської діяльності – *підприємництво як діяльність* [4; 8; 16; 17; 19]. З позицій цього підходу підприємницька діяльність розглядається порівняно з іншими видами діяльності людини. При цьому аналізуються їх спільні ознаки, а також ознаки, специфічні для цього виду діяльності.

Разом із тим дослідники в рамках цього підходу, аналізують підприємництво як особливий вид економічної, трудової або професійної діяльності. Частіше за все критерії, за якими автори відносять підприємництво до того чи іншого поняття, або співпадають, або протирічать один одному. Важливого значення в цьому набуває, на нашу думку, термінологія, що використовується, а також контекст дослідження. Однак є й певні особливості.

В.В. Позняков розглядає підприємництво як економічну діяльність, під якою розуміє „діяльність по виробництву товарів та послуг, що ґрунтується на розподілі ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових) та направлена на отримання прибутку” [12]. Автор наголошує на тому, що основні відмінності поняття „економічна діяльність” від поняття „трудова діяльність” полягає в тому, що активність суб'єкта розглядається в першому випадку переважно в її економічному аспекті як співвідношення витрат і результатів, тоді як поняття „трудова діяльність” характеризує, насамперед, процес перетворення суб'єктом предмета праці (тобто, виробництво продуктів та реалізацію певних професійних функцій).

Продовжуючи думку В.П. Познякова, Є.Б. Філінкова розглядає підприємництво як суто економічну діяльність, тому що, на її думку,

підприємництво не має тільки йому властивого предмету праці, і проявляється в різних галузях народного господарства [16, 39].

У вітчизняну літературу поняття підприємницької праці ввів Н.А. Горелов. На його думку „підприємницька праця – це особливий вид доцільної діяльності людини, спрямований на отримання доходів шляхом комбінацій різних факторів виробництва і базується на творчій силі господарюючого суб'єкта, його постійному ризику та відповідальності” [5, 53].

І.Г. Акперов та Ж.В. Маслікова, розглядаючи підприємницьку діяльність як професійну, визначають її як „здійснення організаційної інновації з метою отримання прибутку, необхідним елементами якої є: організаційна дія, ініціювання змін, грошовий дохід як ціль та критерій успіху” [1, 165]. Будь-яка діяльність, на думку авторів, постає у формі нормативно схваленого способу діяльності. У процесі засвоєння професії людина перетворює нормативний спосіб на індивідуальний спосіб діяльності. Внутрішнім чинником оволодіння професією є формування психологічної системи діяльності [1].

І.М. Модель та Б.С. Модель також розглядають підприємництво з точки зору професійної діяльності. Вони об'єднали визначення поняття „професія” з ознаками, що характеризують професійну діяльність підприємця [8]. Автори вказують на те, що предметом праці виступає капітал, який підприємець вкладав у конкретну справу. З цієї точки зору, вільна економіка є цивілізованим явищем, що не тільки породжує підприємництво як вид діяльності, але і, в свою чергу, залежить від нього. І.М. Модель та Б.С. Модель стверджують, що „підприємництво починається тоді, коли його суб'єкти використовують власний капітал *професійно*” [8, 13].

Така позиція заперечує тезу про те, що підприємницька діяльність не має власного предмету праці, і тому є вагомим аргументом на користь тих дослідників, що розглядають підприємництво як особливий вид професійної діяльності.

Автори дають ряд визначень: підприємництво – це професійна діяльність, спрямована на розширене відтворення власного капіталу з метою отримання власного прибутку безвідносно до конкретної сфери матеріального чи духовного виробництва; професія підприємця може бути визначена як соціально-технологічний механізм, створений суспільством для використання капіталу, як в якості предмету праці, так і знаряддя виробництва з метою забезпечення функціонування і розширеного відтворення приватної власності; підприємець – це особа, для якої розширене відтворення капіталу є основним видом професійної діяльності.

Е.К. Клімова в своєму дисертаційному дослідженні наводить приклади опису професіограми підприємця, яка містить в собі наступні категорії:

загальні відомості про професію, характеристику трудового процесу підприємця, санітарно-гігієнічні умови праці, психофізіологічні вимоги до професійної підготовки (підприємницька освіта) [5].

Звичайно, кожна думка фахівця в галузі психології підприємництва має право на існування. Разом із тим, ми дотримуємося думки, що підприємницька діяльність є особливим видом професійної діяльності. Адже дана діяльність має власний предмет праці, висуває певні психологічні вимоги до суб'єкта діяльності (підприємця), сукупність його компетенцій, має спеціальну професійну освіту тощо.

Як і будь-яка діяльність людини, суб'єкта соціальної взаємодії, підприємницька діяльність має певну психологічну структуру.

Вперше у вітчизняну психологію категорію діяльності ввів С.Л. Рубінштейн, розробка ж психологічної структури діяльності належить А.Н. Леонтьєву. Діяльність – одна з основних категорій психологічної науки. Предметом психології є сама цілісна діяльність суб'єкта в різних формах та видах, в її філогенетичному, історичному та онтогенетичному розвитку. Діяльність специфічно людська форма ставлення до оточуючого середовища, змістом якої є доцільні зміни і перетворення предметів і явищ; вона – умова існування суспільства. Діяльність включає такі елементи, як мета, засоби, результат та процес, а також дії та операції як складові одиниці, що співвідносяться з потребами, мотивами, цілями [6; 341].

Що стосується структури підприємницької діяльності, то слід сказати, що різні вчені по-різному розкривають її структуру і зміст. І разом із тим всі вони мають єдину сутність і виходять із загальної структури діяльності.

І.В. Андреева дає наступну структуру підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність включає в себе: цілі – майбутні результати, на досягнення яких спрямована діяльність; предмет, зміна якого можлива для досягнення цілей; знання про предмет; способи та засоби досягнення цілей; умови діяльності. Одиницею діяльності є дія. Вона здійснюється такими способами та засобами, що, відповідаючи умовам діяльності, сприяють реалізації обраної мети [19].

Е.К. Зав'ялова та С.Т. Посохова включають до складу структури підприємницької діяльності мету, мотив, планування, переробку поточної інформації, прийняття рішень, професійні дії, перевірку результатів та їх корекцію [4].

Російська вчена І.В. Антоненко в своєму дисертаційному дослідженні, присвяченому особистісному аспекту підприємницької діяльності, розкриває структуру підприємницької діяльності через системні утворення: систему

потреб, систему предметів, систему мотивів, систему цілей, систему умов досягнення цілей, систему дій, систему результатів [2].

Е.К. Климова, узагальнюючи підходи різних авторів до вирішення цього питання вважає, що найважливішими є: мотиви, в яких знаходить відображення предметний зміст діяльності, і які спонукають індивіда до діяльності; цілі, що конкретизуються в діях суб'єкта і направлені на отримання продукту діяльності; засоби, за допомогою яких діяльність здійснюється. При цьому засоби можуть бути зовнішні (умови макро- та мікросередовища) та внутрішні (психологічні ресурси особистості, завдяки яким відбувається входження індивіда в діяльність) [5].

Отже, на наш погляд, можна говорити про те, що психологічна *структура підприємницької діяльності* включає в себе наступні елементи:

- потреби;
- мотиви;
- цілі;
- предмети;
- процес;
- дії;
- засоби (умови) досягнення цілей;
- результат.

Отже, можна зробити висновок про те, що коли суб'єктом наукового дослідження виступають ділові люди, які офіційно займаються підприємницькою діяльністю, які є власниками та (або) засновниками певної організації, і для яких ця діяльність є основною та приносить певні винагороди (матеріальні та моральні), ми можемо розглядати підприємництво як особливий вид професійної діяльності, що має свою психологічну структуру та висуває певні психологічні вимоги до головного суб'єкта цієї діяльності (підприємця). Виявити психологічний потенціал підприємця, допомогти вирішити психологічні проблеми, що виникають в процесі здійснення професійної підприємницької діяльності, розвинути особистісні якості, що сприяють ефективності цієї ж діяльності, є основними завданнями, що стоять перед практичними психологами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Психология предпринимательства: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 544 с.
2. Антоненко И.В. Личностный аспект деятельности предпринимателя: Автореф. дис. ... канд. психол. наук, 19.00.13. – М., 1995. – 19 с.
3. Ермолаева Е.П. Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. – М.: Эксмо, 1996. – 75 с.

4. *Завьялова Е.К., Посохова С.Т.* Психология предпринимательства: Учеб. пособие. – С.-Пб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004. – 296 с.
5. *Климова Е.К.* Психологические критерии успешности предпринимательской деятельности: Дисс. ... канд. психол. наук, 19.00.13. – Калуга, 2004. – 185 с.
6. *Максименко С.Д.* Общая психология. – К.: Ваклер, 2001. – 528 с.
7. *Максименко С.Д.* Психологія підприємницької діяльності // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – № 5. – С. 15-21.
8. *Модель И.М., Модель Б.С.* Профессиональная культура предпринимателя // СОЦИС. – 1997. – № 10. – С. 10-15.
9. *Пачковський Ю.Ф.* Психологія підприємництва: Навч. посіб. – Львів: Плай, 2001. – 276 с.
10. *Підприємство* / За ред. Подсолонко В.А., Процай А.Ф., Миронова Т.Л. та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
11. *Позняков В.П.* Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. – М. Ин-т психологии РАН, 2001. – 240 с.
12. *Позняков В.П.* Психологические отношения и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности // Психологический журнал. – 2001. – Т.21. – № 6. – С. 38-50.
13. *Предпринимательство: Учебник для вузов* / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 475 с.
14. *Сьомкіна Т.В.* Теорія формування суб'єкта підприємницької діяльності: Навч. посіб. – Донецьк: БСГ, 2002. – 128 с.
15. *Титарчук М.О.* Трудова поведінка особистості як підприємницька діяльність: соціально-філософський аналіз: Автореф. дис. ... канд. філос. наук, 09.00.03. – Одеса, 2004. – 19 с.
16. *Филинкова Е.Б.* Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью: Дисс. ... канд. психол. наук, 19.00.05. – М., 2001. – 166 с.
17. *Чиликин А.Н.* Психология предпринимательства: Монография. – Липецк, 1999. – 185 с.
18. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
19. *Экономическая психология* / Под ред. И.В. Андреевой. – С.-Пб.: Питер, 2000. – 512 с.