

✓ кореляцію ставок єдиного податку до мінімальної заробітної плати;

✓ посилення відповідальності платників єдиного податку за використання праці найманих працівників без оформлення трудових відносин.

Таким чином, звуження податкової політики лише до фіскальної складової входить у суперечність із цілями стимулювання економічної активності малого підприємництва та звужує його можливості щодо стимулювання конкуренції, сприяння послабленню монополізму, впливу на структуру економіки та на якісну характеристику ВВП, розширення сфери свободи ринкового вибору, впровадження раціональних форм управління, забезпечення більш швидкої реалізації інновацій.

УДК 159.922. 2: 373

В. Рудковська, здобувач

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСОБЛИВИЙ ТИП ЕКОНОМІЧНОГО МИСЛЕННЯ

У статті розглянуто особливості психології суб'єктів підприємництва, проаналізовано характерні психологічні риси підприємців, встановлено соціально-психологічні фактори успішності підприємницької діяльності.

Ключові слова: підприємець, психологія суб'єкта підприємництва, психологічні особливості.

In the article psychology features of business entities are considered, the personal psychological touches of entrepreneurs are analysed, the social psychological factors of entrepreneurial activity success are set.

Keywords: entrepreneur, psychology of business entity, psychological features.

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується оригінальними поглядами і підходами до прийняття рішень, які реалізуються у практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особа підприємця. Підприємництво розглядається не як рід занять, а як особливість розуму і людської природи. Необхідно зазначити, що економістів і психологів завжди цікавив цей аспект феномена підприємництва, особа підприємця та його поведінка.

У XVIII столітті відомий англійський економіст Річард Кантильйон у своїй праці "Нарис про природу торгівлі у цілому" одним із перших дав визначення терміна "підприємець", під яким він розумів людину, що діє в умовах ризику [1].

Потрібно відмітити, що у світовій практиці немає професії "підприємець", проте підприємництво як заняття існує. Головне завдання підприємця – об'єднати навколо себе досвідчених і активних працівників, спрямувати їхні зусилля для досягнення поставленої мети. Таким чином, підприємець – суб'єкт, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. А звідси і підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації, розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту. Підприємницька діяльність здійснюється від свого імені, на власний ризик і під особисту майнову відповідальність окремої фізичної особи – підприємця або юридичної особи – підприємства (організації).

Важливим завданням багатьох досліджень виступає вивчення умов і факторів, що сприяють ефективному становленню підприємницької діяльності. Поряд з політичними, економічними та соціальними факторами розвитку підприємництва, важливу роль відіграють і психологічні фактори.

Серед зарубіжних учених, що вивчали передумови успішної підприємницької діяльності, слід назвати А. Бейтона, А. Казорла, Р. Брокгауса, Б. Карлофа, Д. Макклеланда, М. Пітерса, Р. Хізрича, Й. Шумпетера та ін.

Дослідженням різних психологічних аспектів підприємницької діяльності займалися також російські вчені

1. Соколенко В.А. Пріоритети податкового регулювання в умовах кризи // Журнал "Бізнес Інформ". – 2009. – №12 (2). – С. 173-175.
2. Луїна І.О., Балицька В.В., Короткевич О.В., Фролова Н.Б. Шляхи мінімізації впливу фінансової кризи на бюджет України // Фінанси України. – 2008. – №12. – С. 22-32.
3. Жаліло Я.А., Молдован О.О., Шевченко О.В., Єгорова О.О. Пріоритети реформування податкової політики України: як перейти від фіскалізму до стимулювання ділової активності? – К.: НІСД, 2010. – 80 с.
4. Малік М.Й., Ковалюк Б.І. Пріоритетні напрями політики підтримки малого підприємництва в Україні // Журнал "Бізнес Інформ". – 2009. – №12 (2). – С. 148-149.
5. Проект Податкового кодексу. Реєстраційний номер 7101-1 від 21.09.10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua>.
6. Проект Постанови ВР України про прийняття за основу проекту Податкового кодексу України. Реєстраційний номер 6509/П від 16.06.10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 12.11.10

О. Дейнека, О. Зав'ялова, О. Клімова, С. Посохова, В. Позняков, А. Чирикова та ін., а також українські дослідники З. Варналій, В. Зянько, Л. Карамушка, Ю. Красилова, В. Кредісов, С. Максименко, В. Москаленко, Т. Нельга, Ю. Пачковський, В. Сизоненко, Н. Худякова, О. Філь та ін.

Однак, різні психологічні особливості суб'єктів підприємництва з урахуванням специфіки сфери господарювання не достатньо ґрунтовно відображені в літературі.

Метою статті є дослідження психологічних характеристик суб'єктів підприємництва для визначення особливостей їхньої готовності до професійної діяльності у мінливому зовнішньому середовищі.

Підприємець – це особливий тип людей. Вони виконують функцію новаторів. Здійснити новачку в економіці нелегко. Звичайно при цьому протидіє їй навколишнє середовище, оскільки "нововведення в економіці, як правило, впроваджуються не після того, як спочатку у споживача стихійно виникнуть нові потреби...", а тільки тоді, коли саме виробництво прищепить споживачам нові потреби" [2].

Так, американський психолог Девід Макклеланд [5] у своїх дослідженнях виявив, що психологічною особливістю підприємців є високий рівень мотивації досягнення. Останню Д.Макклеланд визначав як "змагання з якимись існуючими стандартами". Мотивація досягнення виявляється за наступних умов:

✓ ситуація поведінки індивіда характеризується наявністю визначених стандартів, за якими оцінюється успішність або не успішність вирішення індивідом поставлених завдань;

✓ індивід розглядає себе як суб'єкта, відповідального за результати своєї поведінки;

✓ досягнення успіху при вирішенні завдання не є наперед визначеним, але пов'язане з певним рівнем ризику.

Заслуговує на увагу класифікація підприємців та опис (відповідно до неї) їхніх індивідуально-психологічних і поведінкових особливостей, яка була розроблена вченими М. Вебером і В. Зомбартом [3].

Класичний підприємець, на думку авторів, включає риси завойовницького типу – "авантюру" уяву, азарт і

готовність до ризику. Він відкриває нові соціальні потреби, а значить і нові ринки та зв'язки. Автори описали також різновиди вияву підприємницької активності, які пояснюються індивідуально-психологічними особливостями самих підприємців. Запропонована ними типологія пропонує чотири типи особистості суб'єкта підприємницької діяльності:

- 1) раціональний тип;
- 2) авантюрний тип;
- 3) міщанський тип;
- 4) підприємницький тип.

Потрібно зазначити також різницю між менеджером і підприємцем. Найманий менеджер відрізняється, з психологічної точки зору, від підприємця. Це пояснюється відмінностями мотиваційно-цільової основи їхньої діяльності. Успішні підприємці мають більш високу потребу в досягненнях, ніж менеджери. Менеджер прагне стабілізувати підприємство, зменшити ризик упровадження чогось нового, а тому все детально планує і вибору нової стратегії передувє її обговорення. Він еволюційно-орієнтований на довгу перспективу розвитку організації. На відміну від менеджера, підприємець обирає революційний шлях розвитку підприємства, орієнтований на швидкий результат. Це людина, яка створює результат розвитку ситуації за рахунок свого суб'єктивного потенціалу тоді, коли енергія сфери знижується до нуля (умовно вичерпана). Підприємницька поведінка особливо яскраво виявляється в стресовій ситуації, коли виникає необхідність "виконати дію". І саме цей аспект дає змогу виявити істотні відмінності особистості підприємця від неприємця.

Відповідно до цього визначені такі важливі особистісні характеристики підприємця:

1. Потреба в незалежності.
2. Рішучість.
3. Енергійність, оптимізм, віра в себе.
4. Потреба в домінуванні та вміння вести людей за собою.
5. Гнучкість в засобах реалізації підприємницької діяльності, уміння змінювати свою поведінку відповідно до ситуації.
6. Розумна самокритичність.
7. Емпатія.
8. Відповідальність і наявність чіткої мети.

Підприємницька діяльність розглядається як активність людини в напруженій та суспільно-значущій ситуації, результатом якої стає породження нової структури в господарській та інших сферах матеріального та духовного виробництва, в яких втілюється суб'єктивний потенціал людини.

Підприємці від неприємців відрізняються за глибиною переживань (рівень усвідомлення проблем вища); більшою імпульсивністю, спонтанністю поведінки; індивідуалістичність у чоловіків-підприємців виражена більше, ніж у жінок-підприємців; показник оптимістичності вищий у підприємців в цілому, ніж у неприємців; підприємці менше коректують свою інтелектуальну активність.

На основі аналізу літератури [2, 4, 5, 6] були виділені основні психологічні ознаки підприємницької діяльності:

1. Основаність на стартовому капіталі, джерелами якого можуть бути власні, залучені кошти, а також гранти і субсидії.
2. Ризикованість, автономність (незалежність).
3. Відповідальність.
4. Націленість на результат.
5. Постійна змінність (мобільність).

6. Інноваційність (новаторство).

7. Творчість.

При проведенні опитувань серед підприємців було встановлено, що у значній кількості респондентів, серед ієрархії особистісних мотивів пріоритетними є такі: "забезпечити високий рівень життя для своєї родини" (42,2 %) "незалежності" (37,8 %) та "самореалізації" (35,6 %). Серед соціальних мотивів орієнтація підприємців на суспільство значно менше представлена, ніж орієнтація на ринок (57,8 % проти 28,9 % та 17,8 %) [4, с. 165].

За допомогою факторного аналізу отриманих даних [6, с. 55] було виділено 3 фактори, які відображають основні види мотивів підприємців щодо підприємницької діяльності:

1) "незалежний" (1 фактор): "бажання мати свободу у вирішенні багатьох життєвих питань", "бажання бути незалежною людиною", "бажання сприяти розвитку підприємництва як інноваційного виду діяльності в Україні", "бажання надавати нові послуги населенню (виробляти нові види продукції тощо)", "бажання мати свою власну "справу" (на протилежному полюсі);

2) "амбітно-прагматичний" (2 фактор): "бажання досягнути визнання в суспільстві", "бажання забезпечити високий рівень життя для себе", "бажання забезпечити високий рівень життя для своєї родини";

3) "соціально-інноваційний" (3 фактор): "бажання реалізувати нову "ідею", "бажання сприяти розвитку українського суспільства", "бажання реалізувати свої можливості".

У процесі дослідження було також встановлено, що більшість опитаних підприємців вказали на те, що інновації та творчість у їх підприємницькій діяльності мають низький рівень вираженості (46,7 % та 64,4 % відповідно). І лише 6,7 % та 4,4 % опитаних засвідчили, що інновації та творчість проявляються в них на високому рівні [4, с. 166].

Ставлення підприємців до таких "зовнішньо-об'єктивних" феноменів, як ризик, є "цілком негативним", а до конкуренції – "скоріше негативним, ніж позитивним". У той же час, рівень їх вияву в підприємницькій діяльності є високим. Щодо таких "внутрішньо-суб'єктивних" категорій, як інновації та творчість, то тут результати дослідження показують цілком протилежну розбіжність: з одного боку, підприємці позитивно ставляться до інновацій та творчості в підприємницькій діяльності, а з іншого боку, рівень представленості інновацій та творчості в їх власній підприємницькій діяльності знаходиться на низькому рівні. Тобто вони майже не проявляють інноваційність та творчість під час здійснення своєї професійної діяльності [6, с. 56].

Цікавим є той факт, що молоді люди віком до 30 років та стажем підприємницької діяльності до 3 років, приходячи у підприємницьку діяльність, здебільшого керуються особистісними мотивами матеріальної незалежності, самореалізації та суспільного визнання. Більшість жінок, порівняно з чоловіками, обирають одним із мотивів своєї підприємницької діяльності такий мотив, як "бажання реалізувати нову ідею". Переважна більшість неодружених підприємців, порівняно з одруженими або розлученими, провідними мотивами своєї підприємницької діяльності мають такі мотиви, як "бажання досягнути визнання в суспільстві", "бажання забезпечити високий рівень життя для себе" та "бажання реалізувати свої можливості". Підприємці, що мають вищу освіту або навчаються у вищому навчальному закладі, обирають мотивами своєї професійної діяльності мотиви суспільного визнання та матеріального забезпечення для себе та своєї родини.

На тип підприємців, за їх мотивами до підприємницької діяльності та особистісними якостями, впливає вік, сімейний стан підприємців та стаж підприємницької діяльності. Так, до першого типу ("відповідальний, творчо-інноваційний") належать підприємці виключно молодого віку. Серед підприємців другого типу ("прагматично-незалежний") трохи більше половини має середній вік від 31 до 40 років та майже третина – у віці від 41 до 50 років. Представниками "підприємливого" типу є також більшість молодих людей віком до 30 років. Усі представники першого типу ("відповідальний, творчо-інноваційний") є неодруженими. Дві третини підприємців "підприємливого" типу є також неодруженими, тоді як 75,9 % підприємців другого типу є одруженими.

Встановлено, що найбільш ефективними є "відповідальний, творчо-інноваційний" та "підприємливий" типи. Найменш ефективним, згідно з отриманими даними, є "прагматично-незалежний" тип підприємців [4, с. 167].

Для успішного підприємця характерним є володіння управлінськими здібностями, що визначають зміст цієї діяльності. Здатність до управлінської діяльності охоплює особистий досвід, інтуїцію, імпровізацію, професійні знання, здібності, навички і вміння. З психологічного погляду управління розуміється як діяльність, спрямована на створення в інших людей (підлеглих, партнерів тощо) таких психологічних станів, які сприяють досягненню мети управління; з соціально-економічного – як процес взаємодії керівника з іншими людьми, в ході й результаті якого забезпечується їхня активна та скоординована участь у досягненні мети управління.

Можна виділити такі основні управлінські функції: прогнозування, планування, керівництво, організація, координація, контроль, прийняття рішень; добір персоналу, його навчання та створення умов для професійної кар'єри; забезпечення психічного здоров'я працівників, профілактика та подолання конфліктів, об'єднання людей, формування у працівників відданості організації, створення сприятливого психологічного клімату, мотивування; оцінка, вирішення фінансових питань, представництво, ведення переговорів та інше.

Встановлено, що успішна діяльність підприємця-управлінця характеризується такими категоріями:

- ✓ концептуальна майстерність – здатність управління розуміти стратегічну перспективу організації;
- ✓ готовність до прийняття адекватних рішень, зокрема вміння обирати найкращий з альтернативних варіантів, здатність вийти за їх межі;
- ✓ аналітичне мислення – здатність до правильного розподілу робіт та завдань, вибору оптимальної техніки та засобів, передбачення розвитку ситуації;
- ✓ адміністративна майстерність – спроможність виконувати задані організаційні обов'язки, ефективно діяти в рамках обмеженого бюджету, координувати інформаційний потік;
- ✓ комунікативна компетентність – здатність установлювати і підтримувати необхідні контакти, вміння логічно і доступно передавати свої ідеї та погляди іншим;
- ✓ психологічна компетентність – здатність безконфліктно взаємодіяти з людьми, створювати сприятливий психологічний клімат;
- ✓ технологічна озброєність – передбачає особливу компетенцію для виконання кола управлінських повноважень та досягнення намічених цілей [6].

Сьогодні переважна більшість українських підприємців вважає, що в соціально-економічних умовах, які склалися в країні, розвиток їхньої підприємницької діяльності залежить від власних зусиль. Співробітництво з

різними партнерами пов'язане з серйозними труднощами, що виникають при взаємодії з органами державної та місцевої влади. За останні роки рівень довіри до цих структур є невисоким. Чим сильніші перешкоди існують при взаємодії з органами влади, тим сильніший рівень ризику виникає при здійсненні підприємницької діяльності. Така ситуація є свідченням того, що саме різні органи влади сприймаються підприємцями як основне джерело ризику їхньої діяльності.

Ступінь довіри і оцінки надійності партнерів усередині підприємницького середовища оцінюється підприємцями значно вище, ніж в їхніх відносинах з представниками державних органів влади, які не сприймаються як партнери. Вітчизняні підприємці вважають за краще вступати у партнерські відносини із знайомими і рекомендованими людьми. Партнерські стосунки з близькими людьми (друзями або родичами) сприймаються ними як небажані. При цьому оцінка підприємцями надійності своїх партнерів за останні роки підвищилась. Чим вище підприємець оцінює власні можливості в розвитку свого бізнесу, тим більш позитивним є його бачення взаємовідносин з партнерами. Порядність, чесність партнера – необхідні якості, при наявності яких професіоналізм, компетентність та організованість можуть навіть знаходитися на другому місці. Також такі цінності, як здоров'я, сім'я, робота, матеріальна забезпеченість, друзі та любов входять в десятку найбільш значущих для українських суб'єктів підприємництва. А соціально-психологічними факторами успішності підприємницької діяльності є можливість самостійно вирішувати свої проблеми, висока оцінка власної конкурентоспроможності та висока надійність партнерів.

У цілому можна відзначити, що рівень ділової активності підприємців і її успішність пов'язані як з оцінкою зовнішніх умов підприємницької діяльності, так і з оцінкою власних можливостей і себе як суб'єкта підприємництва. При цьому більш успішні підприємці схильні вище оцінювати залежність розвитку свого бізнесу від власних зусиль, а менш успішні – від впливу зовнішніх умов.

Дослідження психології українських суб'єктів підприємництва дозволить забезпечити державні органи влади та бізнес-структури своєчасною, достовірною інформацією. Дана інформація є необхідною для проведення роботи по реалізації економічної реформи і розвитку підприємництва в Україні з врахуванням особливостей соціальної психології вітчизняних підприємців і її регіональної специфіки. Знання соціально-психологічних труднощів, з якими стикаються українські підприємці, облік особливостей їхньої психології, дозволять більш обґрунтовано будувати роботу державних органів і підприємницьких структур з розвитку підприємницької діяльності в Україні.

1. Бейтон А., Казорла А., Долло К., Дре А. 25 ключевых книг по экономике. – Челябинск: Урал LTD, 1999. – 560 с. 2. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: <http://uk.wikipedia.org>. 3. Еволюція історичного напрямку у працях В.Зомбарта та М.Вебера. [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: 4. Креденцер О.В. Психологічні аспекти підприємницької діяльності у сфері торгового бізнесу / О.В. Креденцер // Актуальні проблеми психології. Т.1: Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – К.: Міленіум, 2004. – Ч.12. – С. 164–167. 5. Макклеланд Д. Теорія придобаних потребностей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socioego.ru/teoriya/istoch/daft/motiv/macclel.html>. 6. Психодіагностичне дослідження управлінських здібностей майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю: констатуючий експеримент. // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. Науково-методичний журнал, 2005. – Вип. III-IV. – С. 54-59.