

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

SOCIO-PSYCHOLOGICAL PECULIARITIES OF ENTREPRENEURSHIP

Науковий керівник – ст.викл. каф. «Підприємництва і торгівлі», канд.екон.наук.

Брагіна О.С., Брагина О.С., Brahina O.S.

Студентка – Діма Н.І., Дима Н.И., Dima N.I.

Анотація: Розглянуто актуальність соціально-психологічних особливостей підприємництва. Досліджено класифікацію психологічних типів підприємців. Сформовано перелік особливих підприємницьких умінь і знань, необхідних для ведення бізнесу.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, соціально-психологічні особливості, психологічний тип, підприємницькі уміння і знання.

Abstract: Actuality of socio-psychological peculiarities of entrepreneurship is considered. The classification of psychological types of entrepreneurs is investigated. A list of special business skills and knowledge necessary for doing business is formed.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, socio-psychological peculiarities, psychological type, entrepreneurial skills and knowledge.

Аннотация: Рассмотрена актуальность социально-психологических особенностей предпринимательства. Исследовано классификацию психологических типов предпринимателей. Сформирован перечень особых предпринимательских умений и знаний, необходимых для ведения бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, социально-психологические особенности, психологический тип, предпринимательские умения и знания.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності важливе місце посідають соціально-психологічні фактори розвитку підприємництва, оскільки для успішного ведення бізнесу окрім економіки, фінансів та менеджменту необхідні і психологічні знання.

Підприємництво як соціально-психологічний феномен викликає активну зацікавленість великої кількості закордонних і вітчизняних науковців, оскільки однією з його найважливіших соціальних функцій є підвищення добробуту суспільства.

Метою дослідження є розгляд соціально-психологічних особливостей підприємництва.

Варто зазначити, що підприємницька діяльність є самостійною діяльністю, яка здійснюється за власною ініціативою, на власний ризик, а також систематична діяльність, спрямована на виробництво товарів та надання послуг з метою отримання прибутку [1].

В зарубіжній літературі розроблено різні класифікації психологічних типів підприємців. Аналогічні розробки є в літературі вітчизняних авторів.

Наведемо приклад однієї з таких типологій [2].

1. «Технологічний підприємець» — в основному екстраверт, орієнтований на повну самореалізацію своїх аналітичних та інтуїтивних здібностей, помірно схильний до влади, уникає підпорядкування, стурбований лише успіхами справи, а не особистою фінансовою винагородою.

2. «Дрібний підприємець» - оптиміст, що характеризується здатністю витримувати дуже інтенсивне трудове навантаження, порівняно з найманими працівниками, завжди економічно орієнтований.

3. «Масовий підприємець» — особа, яка поділяє думки, що існують у суспільній свідомості, що підприємництво — це спосіб самореалізації кожної людини, яка потребує

успіху і хоче перевірити власні здібності в конкурентній боротьбі; гроші для неї — над усе, свідчення успіху, а не самоціль або засіб завоювання влади.

4. «Стратегічний підприємець» — особа, яка віддає перевагу великомасштабним рішенням, які стосуються реорганізації, купівлі-продажу компаній, їх переорієнтації тощо. Для нього характерно діяти своєчасно, свідомо і швидко.

5. «Підприємець-чемпіон» — розглядає конкуренцію і бізнес як захоплюючий вид спорту.

6. «Підприємець-новатор» — винахідник, здатний долати опір своїм ідеям і йти до кінця, конформіст, схильний довіряти виконавцям і компаньйонам, з переважанням неекономічної мотивації (статусу, суспільного визнання тощо).

В даний час ні в одній країні світу не існує професії «підприємець», незважаючи на те, що підприємництво як заняття існує. Найпоширенішим серед дослідників підприємництва є думка, що йому практично неможливо навчити.

Професор кафедри підприємництва в США Р. Хизрич і його колега, професор факультету маркетингу М. Пітерс вважають, що спеціальні курси для підприємців можуть виробити у слухачів, здатних до бізнесу, необхідні вміння та навички і дати потрібні знання. Посилаючись на Р. С. Ронстад, вони призводять 14 найменувань особливих підприємницьких умінь і знань. Виділимо деякі з них [2]:

- чітке розуміння підприємництва;
- відокремлення фактів від міфів;
- здатність давати виважені оцінки;
- вміння знаходити нестандартні рішення;
- уміння вести себе і приймати рішення в умовах невизначеності;
- навички виробляти нові ідеї комерційного характеру;

- вміння оцінювати перспективність нових ідей;
- знання, необхідні для створення нової справи;
- вміння оцінити зовнішню ситуацію;
- вміння оцінювати дії з етичної і моральної точок зору;
- вміння укладати угоди, укладати контакти, вести переговори;
- уміння отримати належне.

На думку авторів, більшість з вищезазначених умінь можна сформувати у людей з особливими вродженими задатками, що свідчить про необхідність первинного відбору на курси підприємців.

Психологічний портрет підприємця виділяє особистісні риси, що відрізняють його від інших людей. Закордонні і вітчизняні автори однакові щодо низки рис, характерних для підприємця. Це творча економічна активність, прийняття ризику, товариськість, прагнення до самореалізації, стресостійкість та інше. Існує ряд відмінностей, які дозволяють виділити особливості вітчизняного підприємця в порівнянні з іноземним. Це слабка включеність в суспільство, низька оцінка корисності його діяльності з боку суспільства, невисока оцінка моральних якостей підприємця з боку суспільства і т.п [1].

Фахівці, які вивчають психологічні особливості сучасних українських підприємців відзначають у них набір далеко не оптимальних особистісних якостей, які, тим не менш, дозволяють їм вести свій бізнес з урахуванням вітчизняних економічних і соціальних реалій [3]:

- раціоналістичність - прагнення все прорахувати, передбачити і врахувати;
- недовірливість - сприйняття світу як ненадійного, часто прямо ворожого, що призводить до прагнення посилити контроль за всім, також підозрливість стосовно своїх працівників і партнерів по бізнесу;

- агресивність - схильність до вирішення проблем методами силового характеру замість пошуку компромісів, а також схильність до афектних спалахів у стосунках з персоналом;
- авторитарність - переважання домінуючого стилю керівництва, нетерпимість до критики чи свободи думок.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновки, що соціально-психологічний аспект підприємницької діяльності відіграє велику роль в розвитку підприємництва.

Література:

1. Брагіна О. С. Актуалізація значення персонала як движущей сили розвитку сучасного підприємства / Р. С. Близкий, О. С. Брагіна // Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали Міжнарод. наук. – практ конф., 1 – 7 груд. 2010 р. - М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – С. 320-322.
2. Торговельне підприємництво : підручник / За ред. д.е.н., проф. Л.В. Фролової. – Одеса, Бондаренко М. О. - 2018. – 640 с., іл.
3. Яновська С. Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва // Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. - Проблеми сучасної психології. 2013. Випуск 21. – С. 788-809.