

УДК 159.938.3:378

## ДО ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ НАДІЙНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Лантух І.В., к. екон. н.,  
доцент кафедри клінічної неврології, психіатрії та наркології  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті аналізуються особливості підприємницької діяльності щодо її психологічної спрямованості, звертається увага на особистісні риси та характеристики підприємця, які забезпечують особистісну надійність суб'єктів підприємницької діяльності, що має особливе значення в умовах становлення сучасних ринкових відносин в Україні.

**Ключові слова:** підприємництво, суб'єкт підприємницької діяльності, психологія підприємництва, надійність, особистісна надійність, професійна надійність, надійність суб'єктів підприємницької діяльності.

В статье анализируются особенности предпринимательской деятельности в отношении её психологической направленности, обращается внимание на личностные черты и характеристики предпринимателя, которые обеспечивают личностную надежность субъектов предпринимательской деятельности, что особенно значимо в условиях становления современных рыночных отношений в Украине.

**Ключевые слова:** предпринимательство, субъект предпринимательской деятельности, психология предпринимательства, надежность, личностная надежность, профессиональная надежность, надежность субъектов предпринимательской деятельности.

Lantukh I.V. TO THE PROBLEM OF PSYCHOLOGICAL RELIABILITY OF BUSINESS SUBJECTS

Features of business activities as a psychological focus are analyzed. Personal determinants and characteristics of businessman providing the personal reliability of the business subjects actual for the development of modern market relations in Ukraine are investigated in the article.

**Key words:** business, business subject, business psychology, reliability, personal reliability, professional reliability, reliability of business subjects.

**Постановка проблеми.** Зміни, що відбуваються в сучасній Україні, актуалізували зацікавленість суспільства особистісно детермінованими боками життя громадян. У зону цієї зацікавленості потрапив підприємець як головний фахівець розбудови української економіки, яка прямує до ринкових відносин. Логічно, що у сфері аналізу економічного та культурного складників трансформаційних перетворень в Україні особливої значущості набувають дослідження суб'єктів підприємницької діяльності та їхня психологічна надійність.

Ринкова економіка потребує від суб'єктів підприємницької діяльності не тільки особливого способу життєдіяльності, а й нового типу мислення, що виходить за межі усталених стереотипів. За зростання ролі особистісних чинників фахівця спрацьовує аксіома, що підприємець є соціально відповідальним не тільки за себе зокрема, а й за економічну успішність країни взагалі. Тому підприємництво як головний атрибут ринкової економіки стає невід'ємною ознакою психологічної готовності громадян до відповідної діяльності. Отже, спрямованість громадян на оволодіння підприємництвом потребує особливої психологічної підтримки і нерідко корекції ухвалених рішень щодо особистісних детермінант професійної підготовки.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – проаналізувати проблему підприємницької діяльності щодо її психологічної спрямованості, актуалізувати увагу на особистісних рисах і характеристиках підприємця, що забезпечують його особистісну надійність, і довести її необхідність для оптимізації діяльності підприємців у сучасних умовах розвитку ринкової економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У межах психологічних проблем функціонування та розвитку сучасного підприємництва українськими та закордонними вченими передусім вирішуються такі питання: підвищення ефективності професійної діяльності (Є. Клімов, Б. Ломов); психологічна структура підприємницької діяльності (О. Зав'ялова); особливості особистості підприємця як суб'єкта діяльності (С. Посохова); схильність людини до успішної підприємницької діяльності (Ю. Швалб); підвищення ефективності підприємницької діяльності (С. Максименко, Л. Карамушка); психологічна сутність підприємницької діяльності (В. Москаленко); соціопсихологічний аналіз підприємницької діяльності (Ю. Пачковський); концепція забезпечення особистої надійності фахівця (В. Крук); концепція морально-правової надійності особистості (Є. Стрижов); теорія надійності (Г. Нікіфоров); загальні концептуальні підходи



до психології підприємництва (Й. Шумпетер); формування мотиваційної сфери підприємницької діяльності (Д. Друкер); стратегія поведінки в разі невдачі у сфері підприємництва (А. Сміт); концепція організаційної поведінки підприємців (Ф. Хайек).

Особистісні детермінанти успішної професіоналізації підприємців ретельно досліджуються сучасними філософами, соціологами, психологами. У контексті праць вітчизняних (О. Бондаренко, В. Колот, О. Левцун, Л. Лисенко, М. Міщенко, Н. Побірченко, С. Покропивний, О. Сергієнкова, М. Соболев, Ю. Швалб) та закордонних (А. Маршалл, Ф. Найт, М. Пітерс, А. Агеев, І. Мусаелян, В. Позняков, В. Чередніченко, В. Шапіро) вчених визначено тісний взаємозв'язок формування професійних якостей підприємницької діяльності із творчим потенціалом особистості підприємця. Однак більшість зображених у дослідженнях моделей підприємця базується на окремих його особистісних властивостях.

Суб'єктивно-психологічній концепції економічних відносин, в основі якої перебуває прагнення людини задовольнити свої потреби, приділяли увагу К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Візер. За дослідженнями цих вчених, підприємницька діяльність ініціюється окремими особистостями, які відкривають для себе більшу економічну вигоду якихось видів діяльності або економічних операцій. Тобто в межах даної концепції основну роль у підприємницькій діяльності відіграє творчий елемент. Пильну увагу дослідженню діяльності підприємця приділив Й. Шумпетер, який зазначив, що особливістю підприємців є створення ними чогось нового, а також подолання опору соціального середовища, яке перешкоджає цим нововведенням [15]. У цьому визначенні простежується психологічний підхід, тому варто зазначати такі якості підприємців, як креативність, цілеспрямованість, сильна воля, емоційна та мотиваційна стійкість. Крім цих властивостей, Й. Шумпетер вважав невід'ємними властивостями підприємців також індивідуалізм і лідерські якості. Він зазначав, що підприємець – це залучена в економічний процес людина, яка «робить не те, що роблять інші, і не так, як вони» [15, с. 199].

Цей висновок підтримував П. Друкер, який стверджував, що підприємницька діяльність стикається з унікальним набором економічних і психологічних чинників. На його думку, особливість даного феномена полягає в тому, що підприємець створює новий ринок і знаходить нових покупців, формуючи в такий спосіб нові психологічні відносини. Тому головним інструментом підприємця є психологічне підґрунтя нововведень, і від того, наскільки грамотно і продумано застосує психологічний чинник

в інноваційній діяльності підприємець, залежить успіх його справи [2].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Суб'єкти підприємництва як головні атрибути ринкової економіки стають невід'ємною ознакою психологічної готовності громадян до відповідної діяльності. Це зумовлює спрямованість останніх на оволодіння підприємництвом, що потребує особливої психологічної підтримки і нерідко корекції ухвалених рішень щодо особистісних детермінант професійної підготовки. Як свідчать вищезазначені дослідження, коли йдеться про підприємця, підприємницьку діяльність, щоб мати всебічне уявлення про них, ми повинні враховувати психологічні складники, без яких даний феномен не буде мати цілісної завершеності. Тому варто визначити, що стрижневі елементи підприємця поліфонічні, а саме: прагнення до комерційного успіху й отримання прибутку [12]; діяльність в умовах ризику [4]; наявність комерційної ідеї [5]; комбінування ресурсів і переміщення капіталу в зону максимальної прибутковості [7]; певний набір особистісних якостей [15]; свобода у виборі напрямів та методів діяльності [1].

По-перше, підприємницька діяльність не має нормативних інструкцій, жорстких регламентацій і, звичайно, це приводить до значних психологічних навантажень під час ухвалення рішень і пошуку оптимальних шляхів розвитку свого бізнесу. По-друге, підприємець часто є поліфункціональним – і власником підприємства, і менеджером бізнес-процесів. Тому підприємець перебуває в межовій зоні, де накладаються одна на одну дії різної спрямованості. Все це спричиняє додаткове психологічне навантаження на підприємця та психологічний тиск на нього [17].

Маючи соціальну спрямованість, підприємець сьогодення різновекторно впливає на соціальне середовище, в якому він перебуває, проявляє свою сутність і талант організатора та керівника. Психологічний вплив супроводжує формування ринкової економіки, а перехід важелів управління економікою від держави до приватних осіб потребує особистої ініціативи для розвитку господарства країни [16]. Соціально-психологічний вплив концентрується не тільки в напрямі формування нової соціальної парадигми підприємців і бізнесменів, які забезпечують процвітання суспільства, але й кардинально змінює ставлення суспільства до бізнесу. Психологічний вплив суб'єкта підприємницької діяльності чітко реалізується у формуванні його свідомості, а також усвідомленні себе як активної та економічно і політично значущої сили, яка здатна впливати на різні сторони життя

суспільства [17]. Дійовими шляхами цього процесу є самореалізація і самоактуалізація підприємця через власний психологічний потенціал, який впливає на розвиток бізнесу, політики, інноваційні технології та благодійність [1].

Особливо в умовах значних змін у суспільстві, його кризових станів, переломних етапів у розвитку соціуму набуває значення таке явище, як надійність. Річ у тому, що воно було затребуване людською спільнотою з найдавніших часів. Звертаючись до індоевропейської групи слів, бачимо, що це поняття означало внутрішній стан людини, її переживання: вірити, надіятися, відчувати тощо. Для визначення значення терміна «надійність» необхідно спиратися на ті символічні відповідності і психічні структури, якими жила людина. Згідно з концепцією К. Юнга, це вроджені психічні структури в так званому колективному несвідомому, яке є сховищем спадкової пам'яті, звернення до якої викликає в людей неусвідомлені асоціації [18].

Ці архетипи лежать в основі загальнолюдської символіки, виявляються в міфах і віруваннях. Символ – це умовний знак; це предмет, зображення, явище, яке слугує умовним позначенням якого-небудь образу, поняття, ідеї. Якщо порівнювати символ зі знаком, то перший більше багатозначний, більше змістовний. Численні дослідження психологів переконливо довели той факт, що асоціації, викликані контактом із тим чи іншим архетипічним символом, однакові для всіх людей. Це свого роду «загальні знаменники психіки», притаманні абсолютно всім. У символі важливим змістом є цінність. Значення символів вказує на значущість, цінність тих чи інших явищ як для окремої людини, так і для людської спільноти.

Своєрідність символу пов'язана з характером його зовнішнього боку – «тим, що означає». Символ – це мотивований знак. Зовнішній бік символу завжди якимось чином пов'язаний із тим, що він означає, має з ним якусь схожість. Так, наприклад, психологічному терміну «надійність» відповідає символ півня, який асоціюється з пильністю, хоробрістю, мужністю, передбачуваністю, надійністю. Також надійність асоціюється з биком, в якому концентрується надійність і сила. Це, безумовно, символ довгого, стабільного життя. Собака – символ відваги, хоробрості, безкорисливості, справедливості та надійного захисту. Символом могутності і надійності є також дуб. Майже в усіх народів світу він вважався священним деревом, символом довголіття, мужності, сили та плодючості [10].

Одними з перших на поняття «надійність» звернули увагу філософи Стародав-

нього Китаю. Розробляючи ціннісну категорію неба, а саме «сінь», вони надавали їй значення благонадійності. Дотримуючись принципу антропоморфізму між зовнішнім світом і внутрішнім змістом людини, благонадійність буквально означала «серце», «дух», орган свідомості і вмістилище психічних можливостей людини [2]. Такий підхід до поняття надійності сформулював її аксіологічне навантаження і можливість подальшої трансляції в психологію.

Враховуючи ціннісну спрямованість надійності, її позитивний сенс, Е. Фромм зв'язав розуміння надії із психічним станом людини. «Надія – невід'ємний елемент структури життя, динаміки людського духу»; «надія – настрої, що супроводжує віру» [13, с. 35, 37]. У сфері людських взаємин віра в іншу людину означає впевненість в її стійкості, у тому, що можна покласти на неї. Це є архінеобхідним, бо здавна навколишній світ був часто-густо хаотичним, ненадійним, непередбачуваним, остільки життя в ньому і діяльність з його облаштування сформулювали запит на такі важливі явища, як надія та надійність, що розглядалися в аспекті певної умови безпеки та виживання. Тобто поняття надійності характеризує межу між хаосом і порядком, а отже, те, що стабілізує, гармонізує як соціальні явища, так і самого фахівця діяльності. Поняття надійності підсилює своє значення і в емоційному, і в психологічному плані, коли асоціюється з такими дефініціями, як «довіра», «вірність», «чесність», «добро», «справжність». Ці категорії підсилюють значення надійності людини, насичують її елементом стійкості і не дають їй схилити переходом у площину асоціальних дій, тобто ненадійності, несправжності, руйнування. Тому можна констатувати, що надійність, по-перше, фіксує одну з найважливіших сторін розуміння світу людиною; по-друге, акцентує увагу на поведінці особистості; по-третє, актуалізує діяльність фахівця [4].

Такі підходи дають можливість розглядати дефініцію надійності особистості з погляду її професійної спрямованості. Значна частина дослідників даного феномена виділяють такі його ознаки: безвідмовність, безпомилковість, своєчасність [7]. Це дозволяє визначити надійність людини в професійній діяльності як довіру та своєчасність дій, спрямованих на досягнення конкретних професійних цілей у процесі взаємодії з технікою або з фахівцями. Наведені параметри професійної надійності уточнюються дослідниками. Так, безвідмовність у діяльності розглядається як здатність особистості зберігати заданий рівень працездатності; безпомилковість – міра стійкої працездатності особистості протягом зада-





ного робочого циклу; своєчасність визначається швидкістю досягнення певної мети [8]. Доповнюючи якісними ознаками даний феномен, дослідники пропонують оцінювати його з боку швидкості, маючи на увазі швидкість виконання робочих функцій [14]; стабільності – зберігання значень вихідних параметрів трудового процесу протягом заданого періоду на рівні, адекватному вимогам до активізації професійно значущих функцій людини; стійкості, що відображає здатність людини утримувати параметри професійної діяльності і її функціональну активність на рівні, яка забезпечує задані показники трудового процесу за наявності екстремальних чинників середовища і в позаштатних ситуаціях [8]; ефективності, що вимірюється оцінкою особистого добробуту і можливостей реалізації внутрішнього потенціалу людини [6]; психофізіологічної ціни діяльності – ступенем зміни співвідношення між поточними, вихідними та межовими станами функціональних систем організму, які є ведучими для забезпечення певної діяльності особистості [16].

Професійна надійність позиціонується через особистісні ознаки людини, які їй притаманні. Це може бути самоконтроль, відповідальність, обов'язок, честь, що забезпечують надійність професійної діяльності людини [7], або моральна надійність, за якої життєві цілі і способи їх досягнення усвідомлені, організовані, впорядковані відповідно до норм моралі [14]. Тому можна зазначити, що професійна надійність особистості – це особистісно-функціонально-діяльнісна характеристика фахівця [12]. Що стосується підприємницької надійності, то зазначимо, що підприємницька надійність – це прояв специфіки професійної надійності суб'єкта підприємницької діяльності. Тому на окрему увагу, на наш погляд, заслуговують проблеми, що стосуються психологічних аспектів підприємницької діяльності. Суттєвий внесок у розуміння структури та підходів психології підприємництва зробив Ю. Пачковський [8]. Він висвітлює комплекс актуальних проблем, пов'язаних із формуванням психології підприємництва як нової науково-практичної галузі психологічного знання. У цьому плані дослідник розглядає підприємництво та його психологічні ознаки насамперед із позицій ризику, активності, творчості, лідерства. Особливу увагу вчений приділяє індивідуально-психологічним рисам підприємця, соціопсихологічним типам підприємців, мотиваційним і поведінковим аспектам підприємництва, основам побудови і психолого-професійній підтримці суб'єктів підприємницької діяльності [8].

Психологічні аспекти мотивації підприємницької діяльності визначила дослідник

Н. Худякова, яка розглядає її як сукупність мотивів, які активізують підприємницьку діяльність на певному етапі її здійснення, зокрема, на етапі приходу до підприємництва та на етапі стабілізації діяльності [14]. Вченим розроблена модель мотивації підприємницької діяльності, яка охоплює: 1) безпосередні мотиви (мотиви комерційного успіху; мотиви свободи й незалежності; мотиви ініціативи й активності; мотиви інноваційності й ризику); 2) опосередковані мотиви (мотиви самореалізації; мотиви поваги і самоповаги; мотиви соціальних контактів і групової належності; мотиви вимушеності). Результати її емпіричного дослідження досить цікаві. Вони показують, що I-е місце в ієрархії мотивів підприємницької діяльності як на етапі приходу до підприємництва, так і на етапі стабілізації діяльності посідають мотиви комерційного успіху. II-е та III-е місця в кожній з ієрархій мотивів посідають мотиви свободи й незалежності та мотиви ініціативи й активності. Мотиви самореалізації, інноваційності й ризику та соціальних контактів і групової належності перебувають на середніх позиціях в ієрархіях мотивів. Останні місця в обох ієрархіях посідають мотиви поваги й самоповаги та мотиви вимушеності [14].

У розробках Л. Карамушки описана проблема психологічної готовності підприємців до професійної діяльності. Психологічна готовність підприємців у цьому плані визначається дослідником як система мотивів, знань, умінь та навичок, особистісних якостей, необхідних для успішної діяльності. Ця система складається з таких основних компонентів: когнітивного, мотиваційного, операційного й особистісного [5].

Значну увагу психологічним аспектам підприємницької діяльності у сфері торговельного бізнесу приділила О. Креденцер. Вона визначила, що підприємницька діяльність у сфері торгівлі – це незалежна, основана на власності підприємця, ризикована й орієнтована на результат професійна діяльність, яка полягає в наданні торговельних послуг населенню і розвивається завдяки мобільності, інноваційності та творчості особистості [3].

Формуванню психологічної готовності підприємців до ведення ділових переговорів приділяла увагу В. Лагодзінська [5]. Підприємництво в контексті економічної соціалізації розглядав В. Москаленко [6]. Цікавими дослідженнями у сфері психології підприємництва є напрацювання І. Абдуллаєвої, яка досліджує самоефективність підприємців [11, с. 79], М. Кононця – проблема етики в підприємницькій діяльності [11, с. 107], Н. Побірченко – формування особистісної готовності учнів загальноос-

вітньої школи до підприємницької діяльності [9]. Такий широкий діапазон психологічних досліджень свідчить про зацікавленість науковців у підприємстві, у суб'єктах підприємницької діяльності. Це ще раз підтверджує, що тільки-но починається концептуальне розроблення зазначеного феномена вітчизняними дослідниками.

Отже, проблема психологічної надійності суб'єктів підприємницької діяльності вивчається вченими у різних аспектах, що потребує подальшої уваги до її розроблення.

**Висновки із проведеного дослідження.** Отже, можна констатувати, що підприємство не є суто економічним явищем. Його необхідно розглядати на перетині трьох координат, а саме економічної, соціальної та психологічної. Усі вони мають вагомий вплив, які визначають сутність цього явища, його змістовність і значущість. Проте вони по-різному дозовані і мають неоднакове значення у функціонуванні цього феномена. Але беззаперечно можна констатувати таке:

1. Значення вивчення психологічного змісту підприємництва постійно зростає, бо це пов'язано як з об'єктивними, так і із суб'єктивними чинниками.

2. До об'єктивних чинників можна віднести кризовий стан економіки, її стагнацію, розширення зони ризиків, неконкурентноспроможність вітчизняних товарів на зовнішньому ринку, пошук комфортної та прибуткової ніші в економіці.

3. Що стосується суб'єктивних, то це: ініціативність, гнучкість, схильність до творчості, сміливість, впевненість у собі, врівноваженість, самостійність, амбіційність, адекватність самооцінки, обов'язковість, енергійність, надійність, владність, відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.

4. Проведений аналіз свідчить про те, що психологічний аспект підприємництва набуває актуальності, бо суб'єкти підприємницької діяльності йдуть в авангарді розбудови економіки України, вирішуючи складні проблеми просування її до європейського ринку. А цей ринок чекає на грамотного та цивілізованого підприємця, гідного і надійного партнера в бізнесі, креативного у своїх діях та планах.

5. Аналіз досліджень показує, що для вирішення проблеми психологічної надійності суб'єктів підприємницької діяльності наявні сприятливі умови як у концептуальному плані, так і в плані емпіричного дослідження.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бодров В., Орлов В. Психология и надёжность: человек в системах управления техникой. М.: Изд-во ИП РАН, 1998. 288 с.

2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.

3. Креденцер О. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.10. «Організаційна психологія; економічна психологія». К., 2009. 20 с.

4. Крук В. Психология надёжности специалиста: история и современность. Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Психологические науки». 2010. № 3. С. 181–188.

5. Лагодзінська В. Рівень розвитку когнітивного компонента психологічної готовності підприємців до ведення ділових переговорів. Актуальні проблеми психології. Т. 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН / за ред. С. Максименка, Л. Карамушки. К.: Вид-во «А.С.К.», 2010. Ч. 26. С. 329–338.

6. Москаленко В. Підприємство як предмет дослідження економічної психології. Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С. Максименка, Л. Карамушки. К.: Міленіум, 2003. Вип. 11. С. 17–20.

7. Никифоров Г. Надёжность профессиональной деятельности. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 176 с.

8. Пачковський Ю. Психологія підприємництва: навч. посібник. К.: Каравела, 2006. 408 с.

9. Побірченко Н. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності: автореф. дис. ... докт. психол. наук: 19.00.07; Інститут педагогіки і психології професійної освіти Академії педагогічних наук України. К., 2000. 39 с.

10. Полная энциклопедия символов / сост. В. Рощаль. М.: Эксмо; СПб.: Сова, 2003. 528 с.

11. Психологічні основи управління та організаційного розвитку в системі державної служби: тези VII Наук.-практ. конф. з організаційної та економічної психології (23–25 вересня 2010 р., м. Луцьк) / за наук. ред. Л. Карамушки, Л. Малімон, О. Філь. Луцьк, 2010. 176 с.

12. Стрижов Г. Моральные и универсальные ценности в системе нравственной надёжности личности. Вестник ТГПУ. 2009. № 1. С. 84–88.

13. Фромм Э. Революция надежды. Избавление от иллюзий. М.: Айрис-пресс, 2005. 357 с.

14. Худякова Н. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності: автореф. дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.10 «Організаційна психологія; економічна психологія». К., 2008. 20 с.

15. Шумпетер И. Теория экономического развития (исследования предпринимательской деятельности прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982. 454 с.

16. Щербанов В., Бобров А. Надёжность деятельности человека в автоматизированных системах и её количественная оценка. Психологический журнал. 1990. № 3. С. 60–69.

17. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект / заг. ред. В. Москаленко. К., 2008. 250 с.

18. Юнг К. Архетип и символ. М., 1991. 304 с.