

## УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Н. М. МАТВЄЄВА, канд. екон. наук, доц., Д. ШТАНА, магістр  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова  
matana\_79@inbox.ru

Управління підприємництвом можна розглядати як процес цілеспрямованого впливу на сукупність соціопсихологічних факторів на всіх рівнях – загально-суспільному, соціальної групи (колективу) та окремого підприємства. Ми поділяємо думку щодо формування моделі такого управління, що представлено в докторській дисертації Ю. Ф. Пачковського. У цій моделі кожний із зазначених рівнів утворює ієрархічну систему взаємовідносин, що регулюються комплексом чинників різної природи, сили дії та впливу на соціальний процес. Відповідно, усю сукупність факторів, що стосуються соціопсихологічного регулювання підприємництва, зведено у структурні блоки, які умовно позначено як "Суспільні передумови", "Фактор масової свідомості", "Особистісний фактор" і "Груповий фактор". Змістовне "наповнення" кожного з виділених структурних блоків запропоновано на рисунку 1.

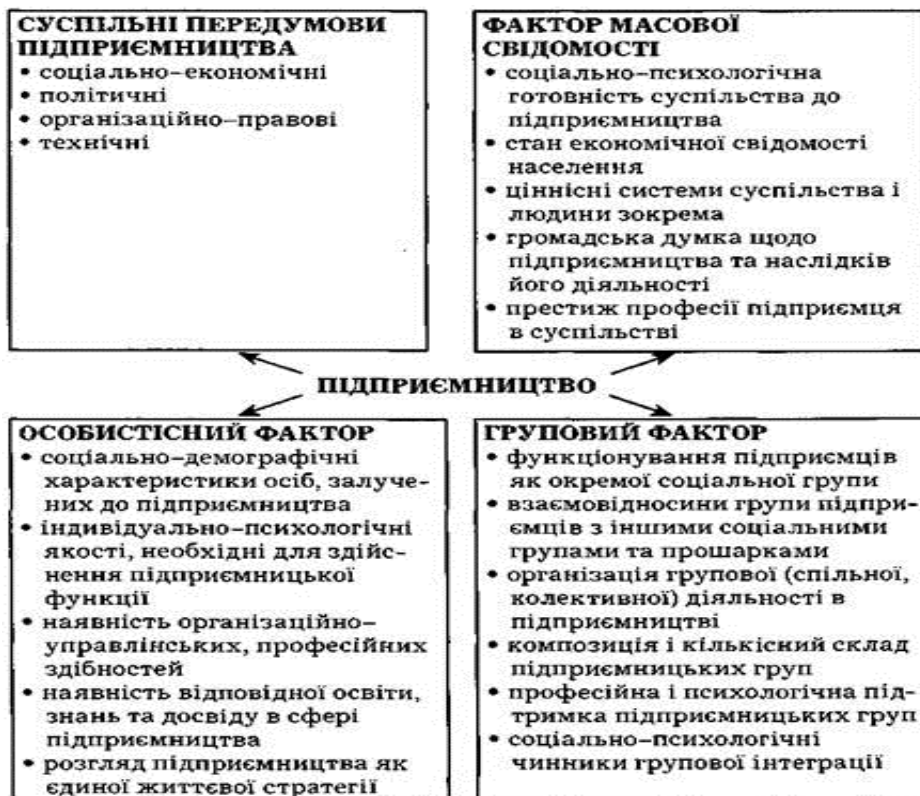


Рисунок 1 – Структурні блоки соціопсихологічних факторів, залучених до управління підприємництвом

Суспільні передумови підприємництва. У своїй сукупності закладають основу для існування інституту підприємництва в суспільстві, визначають шляхи і форми його розвитку. Сьогодні, розглядаючи суспільні передумови, що сприяють підприємництву, говорять про комплекс чинників, які є зовнішніми, об'єктивними щодо нього. Такими факторами є соціально-економічні, політичні, організаційно-правові, технічні передумови підприємництва.

Соціально-економічні передумови спрямовані на формування певного типу економічних зв'язків і відносин, без яких підприємництво втрачає підґрунтя в системі суспільного поділу праці. До них належать:

- наявність приватної власності на засоби виробництва (і як соціальний наслідок цього – підприємців-власників);

- наявність ринкових відносин, розвинутих до рівня конкурентних цін;

- відносна економічна відособленість товаровиробників, що виражається в їхній економічній свободі та самостійності;

- наявність економічно справедливих відносин між господарюючими суб'єктами;

- реальна дієздатність товарно-грошового механізму: відповідність грошової маси товарній, єдина валютна система та її відносна стабільність, конвертованість грошової одиниці, розвинута фінансово-кредитна система, можливість ефективних інвестицій.

Відсутність у суспільстві хоча б однієї з наведених загальних передумов цивілізованого підприємництва призводить до різних економічних і соціальних деформацій.

До політичних передумов і необхідних засад розвитку підприємництва здебільшого відносять:

- наявність політичної стабільності в суспільстві, що гарантує незмінність "правил гри" в економічному просторі країни і підтримує підприємницькі ризики;

- відповідну державну ідеологію стосовно підприємництва, в основі якої - ідея всебічної підтримки підприємницької ініціативи громадян, що не виходить за межі протиправних дій та вчинків;

- забезпечення сприятливого інвестиційного клімату послідовною економічною та соціальною політикою держави, спрямованою на формування в підприємців та інвесторів упевненості щодо захисту;

– ефективний механізм гарантій політичних прав і свобод для підприємців, можливість їхньої активної участі у процесах державотворення.

У своєму поєднанні вказані передумови формують складну систему взаємовідносин, здатну забезпечити поступальний розвиток для підприємництва. Однак навіть за усіх сприятливих умов ефективне функціонування підприємницького феномену на рівні суспільства опосередковується станом масової свідомості. Для країн із перехідною економікою масова свідомість є одним із основних чинників, здатних кардинально впливати на процеси інституціоналізації підприємництва, пришвидшувати або гальмувати його розвиток.

Фактор масової свідомості. У соціології масова свідомість визначається як сукупність різних поглядів, уявлень, настроїв, соціальних почуттів, емоцій і т. ін., що існують у суспільстві. Суб'єктами і творцями масової свідомості є всі члени суспільства, об'єднані різними соціальними зв'язками у процесі їх спілкування, духовним життям у всій різноманітності його проявів. Ідеї, погляди, уявлення становлять зміст масової свідомості і детерміновані політичними, культурними, соціально-економічними відносинами.

Різними видами масової свідомості є громадська думка, суспільні настрої, духовна атмосфера, суспільно-політичний клімат, ідеологічні уявлення і погляди тощо. У зв'язку з цим масова свідомість здійснює активний вплив на усі сторони життєдіяльності людей, є регулюючим фактором масових форм поведінки. Виходячи з особливостей трансформаційного процесу, фактор масової свідомості здійснює особливо вагомий вплив на розвиток підприємництва в Україні. Задіяність цього фактора у процес регулювання підприємництва проявляється у таких його основних складових: соціально-психологічній готовності суспільства до підприємництва; ціннісних системах суспільства; громадській думці щодо підприємництва та його наслідків: моделях підприємництва (підприємця) у масовій свідомості; престижі професії підприємця в суспільстві.

"Груповий фактор" у підприємстві має вирішальне значення при реалізації конкретних цілей, пов'язаних із процесами організації спільної підприємницької діяльності. Соціопсихологічний підхід передбачає врахування суспільних процесів, пов'язаних із формуванням бізнес-класу. Це з одного боку, а з іншого, значення групового фактора є вагомим при формуванні композицій сумісно-спрацьованих і згуртованих підприємницьких груп і організацій, у системах їхньої професійної та

психологічної підтримки (виділені і проаналізовані в роботі системи професійної і психологічної підтримки зорієнтовані на максимальне залучення ефекту "малої групи", на який значною мірою покладено економічне зростання й інноваційний розвиток).

Важливого значення сьогодні набувають процеси структурування суспільства і як один із його вагомих структурних елементів – формування підприємців як окремої соціальної групи (бізнес-класу). Як можливі критерії диференціації підприємців соціологи використовують: вид основного заняття, тип основного місця роботи, професійно-посадовий статус, об'єктивні показники керованих ними підприємств (сфера діяльності підприємства, кількість зайнятих на підприємстві, особливості організації праці). Проведені роботи вказують на початковий стан досліджень із диференційованого опису бізнес-класу в посттоталітарному суспільстві, що зумовлює присутність у запропонованих структурних схемах серед його представників осіб, яких лише наближено можна зарахувати до класу підприємців. Аналіз підприємництва повинен виходити з розуміння особи підприємця як безпосереднього учасника економічної діяльності й творця соціальних структур-організацій, спрямованих на виробництво, інноваційний розвиток і суспільно-творче перетворення суспільства.

"Особистісний фактор" у підприємстві доцільно розглядати у трьох основних вимірах: індивідуально-психологічному, функціонально-рольовому і соціально-демографічному. Індивідуально-психологічний вимір – це пошук специфічних рис та якостей, що спонукають людину до підприємництва, визначають у майбутньому її успіх та адаптивність до нових умов життєдіяльності. Він, як правило, не розглядає залучення особистісних структур у динаміці розвитку діяльнісних утворень. Значною мірою це компенсує функціонально-рольовий шляхом аналізу розподілу ролей, функцій чи статусів, які обирає або яких набуває підприємець у своїй діяльності. Управління підприємством – це процес цілеспрямованого впливу на сукупність політичних, соціопсихологічних факторів на рівнях загальносуспільному, груповому та окремого підприємства, кожний з яких утворює ієрархічну систему взаємовідносин, що у сукупності з різною силою впливають на підприємство.