

mensions of professions and occupations (prestige, scarcity and competitiveness) the movable picture of prestige of modern range of professions is analyzed. Mechanism of occupational prestige as subjectively-objective reflection of the labor market state is revealed across the comparing of two models: competitive (typical for market economy) and scarcity (typical for planned economy). Correlation analysis was done by the results of the survey conducted in 2010 on a sample representing the adult population of Ukraine. For the most of classes of occupations of local (regional) labor market assessment of prestige is carried, based on the representations typical for a market model of prestige. When you zoom of the labor market the assessment of occupational prestige become less adequate. The illusion of public opinion, which causes internal migration of low-skilled workers, was found. This is because the contradictions are attributed only to regional labor market and are not reflected when its size is increased. The proposals for the development of some subjects of the labor market in Ukraine based on the identified contradictions were formulated in order to reduce its imbalances.

Key words: occupational prestige as a ladder of power, labor market coordination, labor market actors, monitoring.

© Найдюнов М. І.

О. І. Хоріна

ОСОБЛИВОСТІ СИТУАЦІЙНИХ ТА СЕРЕДОВИЩНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ СИТУАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Презентуються результати емпіричного дослідження, в ході якого підприємці оцінювали умови ведення бізнесу в Україні та чинники позитивного і негативного впливу на нього. Виявилося, що власники великих і середніх підприємств відчували певне поліпшення умов ведення бізнесу порівняно з попередніми двома роками. Підприємці, які мають обсяг продажу товарів понад 150 тисяч гривень, оцінили умови ведення бізнесу в цілому як задовільні. На думку підприємців з досвідом роботи 5-8 років, умови ведення бізнесу в країні незадовільні. З огляду на отримані результати оцінка підприємцями умов ведення бізнесу визначається насамперед трьома чинниками: їхнім економічним статусом, обсягом річного продажу товарів та досвідом роботи. Особливості оцінювання чинників позитивного і негативного впливу на бізнес було виявлено в процесі зіставлення прямих оцінок підприємців та за результатами вторинної обробки даних. На першому етапі проводився аналіз середніх значень прямих оцінок 20 чинників, далі – факторний аналіз. Серед виділених 8 факторів позитивного і 9 негативного впливу на бізнес виявлено 5 факторів, схожих за змістом: формалізовані стосунки “держава – підприємці”, неформальні стосунки “держава – підприємці”, законодавство, захист власності,

доступність ресурсів. Залежно від ситуації зазначені 5 факторів набувають позитивної або негативної спрямованості. У результаті зіставлення даних виявлено амбівалентну позицію підприємців щодо прямих і латентних оцінок. Наприклад, прямі оцінки позитивного впливу на бізнес відображали вплив самого підприємця та його працівників. Факторний аналіз показав, що сам підприємець здебільшого негативно впливає на розвиток свого бізнесу, а працівники при цьому найчастіше виконують роль обслуговуючого персоналу щодо засобів виробництва.

Ключові слова: підприємці, умови ведення бізнесу, соціальна ситуація, ситуаційні чинники, середовищні чинники.

Проблема. Соціально-економічну ситуацію в Україні наразі можна охарактеризувати як досить напружену. Відбувається, зокрема, зменшення частки працездатного населення, яке бере активну участь у створенні національного валового продукту і фактично забезпечує непрацездатне населення країни, у результаті зростає соціальне і податкове навантаження на кожного працівника. Демографічна ситуація станом на вересень 2013 р. теж далеко не втішна, адже кількість померлих істотно перевищує кількість народжених (на 100 померлих – 76 народжених), що вказує на перспективу подальшого зростання соціального та податкового навантаження на дорослу працездатну частину громадян України [1].

Міністерство соціальної політики докладає чималих зусиль для ефективного регулювання ринку праці, працевлаштування безробітних, реалізуючи різноманітні форми навчання підприємницької діяльності, сприяючи пільговому фінансуванню тих, хто самовизначився як підприємець. А проте приблизно 1,5 млн осіб в Україні є безробітними. Технологізація виробничих процесів спонукає людей до постійного вдосконалення або перекваліфікації в умовах скорочення виробничих потужностей, падіння рівня заробітної платні. З огляду на вищезазначені зовнішні обставини громадяни втрачають можливість повноцінно реалізувати себе в ролі найманих працівників, отже, певна їх частина обирає підприємницьку діяльність. На 15 березня 2013 р. кожен 18-й українець офіційно займався підприємницькою діяльністю [2]. Водночас відбувається зростання кількості підприємств. Так, в Україні станом на 1 березня 2013 р. зареєстровано 1 млн 346 тис. 186 суб'єктів Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України (ЄДРПОУ). Відповідні дані оприлюднила Державна служба статистики України. Впродовж лютого 2014 р. на облік ЄДРПОУ було взято 4 694 тис. суб'єктів, знято з обліку – 2 475 тис. Таким чином, приріст за місяць становив 2 219 тис. суб'єктів. Найбільшу кількість підприємств зареєстровано в Києві (270 683 тис.) і Дніпропетровській

області (105 082 тис.), найменше – у Севастополі (15 727 тис.) і Чернівецькій області (17 699 тис.).

За організаційно-правовими формами господарювання найбільшу частку серед суб'єктів ЄДРПОУ становлять товариства з обмеженою відповідальністю (492 679 тис.), приватні підприємства (279 983 тис.), а також організації або установи (114 680 тис.). Така тенденція свідчить про закономірні зміни в структурі суспільства, зростання кількості підприємств, які беруть на себе відповідальність за підвищення якості власного життя, життя найманих працівників і споживачів.

Чекати, коли підприємці звернуться по наукову компетенцію щодо ефективного ведення справ, не доводиться, тому було б доцільно “зіграти на випередження”, зайняти підприємницьку позицію в площині “соціальна психологія – підприємцям”. Аналіз ситуаційних та середовищних чинників соціальної ситуації підприємницької діяльності на основі оцінювання підприємцями умов діяльності в Україні постав як цілком актуальне завдання.

Мета статті: визначити особливості ситуаційних і середовищних чинників соціальної ситуації підприємницької діяльності. *Завдання:* 1) проаналізувати ситуаційні та середовищні чинники під кутом зору здійснення підприємцями їхньої діяльності; 2) визначити особливості ситуаційних і середовищних чинників; 3) виділити ресурси та ризики професійної діяльності розвитку підприємств.

Згідно із Законом України “Про підприємництво” (від 7 лютого 1991 р.) підприємництво визначено як безпосередню самостійну, систематичну, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності, в порядку, встановленому законодавством [3]. Підприємці – це особи, які здійснюють підприємницьку діяльність, виступають суб'єктами цієї діяльності.

Основні функції підприємницької діяльності: *інноваційна (творча)* – полягає у сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, у здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проєктів, пов'язаних з господарським ризиком; *ресурсна* – передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів; *організаційна* – полягає в безпосередній організації виробництва, збуту, реклами тощо; зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх використанням; *стимульовальна (мотиваційна)* – зводиться до формування стимульовального (мотиваційного) механі-

зму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління та організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача.

Особистісний потенціал підприємницької діяльності детермінується об'єктивними умовами в суспільстві та суб'єктивними чинниками, особистісними якостями підприємця, що сприяють ефективному виконанню такої діяльності [4].

Серед основних умов, необхідних для створення цивілізованого підприємництва, слід назвати такі: наявність ринку покупців; наявність конкуренції; *свобода діяльності в зовнішньому та внутрішньому середовищі*; свобода розміщення капіталу; свобода розміщення робочої сили. Основними умовами здійснення підприємницької діяльності є: державна реєстрація підприємництва, право найму працівників і соціальні гарантії при використанні їхньої праці.

Методологічну і теоретичну основу нашого дослідження склали: основні принципи системного підходу (Б. Г. Ананьев, В. А. Ганзен, В. П. Кузьмін, Б. Ф. Ломов); засади діяльнісного опосередкування (О. М. Леонтьев, В. Д. Шадриков); положення акмеологічної концепції оптимізації професійної діяльності (О. О. Бодальов, О. Ф. Бондаренко, А. О. Деркач, Л. М. Карамушка, Є. О. Климов, Н. В. Кузьміна, А. К. Маркова, В. В. Москаленко, Н. С. Пряжников); основні положення теорії групової рефлексії, зокрема міжперсональної сфери рефлексії щодо взаємодії, взаєморозуміння, взаємоузгодження (М. І. Найдюнов, Л. А. Найдюнова, Л. В. Григоровська та ін.) [5]; уявлення про системну побудову особистісних особливостей суб'єктів підприємницької та організаційної діяльності (А. Л. Журавльов, В. Ф. Рубахін, В. Г. Шорін); науковий доробок у галузі соціально-психологічних, психологічних та індивідуально-типологічних особливостей підприємців (К. А. Абульханова, Р. Андерсон, М. Вебер, М. К. де Вріз, Д. Вудкок, О. С. Дейнека, С. Т. Джанер'ян, В. М. Дружинін, І. Є. Задорожнюк, Т. І. Заславська, Д. Кейнс, Дж. Макклелланд, М. І. Мелія, І. Е. Мусаєлян, М. Пітере, В. П. Позняков, С. К. Роцин, В. М. Русалов, Р. Хизрич, Й. Шумпетер).

На думку В. В. Москаленко, актуальними питаннями нашої економічної психології, яка досліджує підприємництво в умовах переходу суспільства до ринкової економіки, є: особливості вітчизняного підприємництва у порівнянні із західним; *соціально-психологічні чинники, що сприяють розвиткові підприємництва*; етичні і психологічні проблеми ринкового господарювання; особистість підприємця та фактори формування підприємницьких особистісних властивостей [6].

Ю. М. Швалб розрізняє вісім основних сфер життєдіяльності людини, які можна інтерпретувати як основні типи середовищ існу-

вання. Кожна сфера виділяється за провідною системною ознакою *штучне/природне* і за додатковою ознакою *предметність/відношення*. Конструкт предметних систем створюють: *культурне середовище* (як система культурних сценаріїв і картин світу, які утворюють сферу свідомості соціуму; *природно-ландшафтне середовище* (система природних умов, що безпосередньо впливають на організацію життєдіяльності, спосіб життя і мислення людей); *освітнє середовище* (як система навчання і виховання, що забезпечує відтворення і “вироблення людського матеріалу”); *побутове середовище* (як система безпосереднього життєзабезпечення). Конструкт систем відносин утворюють: *соціальне середовище* (як суспільство, тобто система соціальних інститутів і відношень людини до соціальних процесів); *міжособове середовище* (як система стійких безпосередньо емоційних зв’язків особи); *професійне середовище* (як система долучення людей до різних професійних спільнот, забезпечує професіогенез осіб); *інформаційне середовище* (як система соціально значущих і відчужуваних від особи форм спілкування) [7, с. 13–17]. Ю. М. Швалб та колектив авторів пропонують шляхом насичення вищезазначених типів середовищ (сфер життєдіяльності) відношенням до його змісту через параметри привабливості (бажаності), досяжності (реалістичності) і задоволеності розкривати суб’єктивну картину якості життя особи.

Якщо оцінювання умов ведення бізнесу підприємцями розглядати як їхню задоволеність умовами ведення професійної діяльності, то така оцінка характеризуватиме сприймання ними умов професійної діяльності як балансу між бажаним і досяжним. У зоні досяжності будуть умови, на які підприємці можуть впливати, а в зоні недосяжності, відповідно, – умови, вплив на які є обмеженим або не вистачає ресурсу для їх перетворення. Сфери їхнього впливу можуть бути оцінені як досяжні, а сфери, в яких цей вплив обмежений і здійснюється кимось іншим, – як недосяжні. Відповідно соціальна ситуація професійної діяльності підприємців буде сприйматися підприємцями як задовільна або навпаки. Міра і зміст задоволеності/незадоволеності буде відображатися значенням показників, які оцінювалися.

Для характеристики ситуаційних і середовищних чинників соціальної ситуації підприємницької діяльності було здійснено частотний аналіз прямих оцінок умов ведення бізнесу і 20 чинників позитивного та/або негативного впливу на бізнес. Аналіз здійснювався також за показником середнього значення оцінок та факторного аналізу чинників.

Оскільки в соціальній ситуації підприємці взаємодіють з чотирма категоріями населення (споживачами, найманими працівниками, представниками державних структур, колегами), важливо дослідити,

які саме відносини вони визначають позитивно та/або негативно під кутом зору їхнього на підприємницьку діяльність. Залежно від значущості цих відносин можна було б спрогнозувати зони найбільшого та найменшого впливу підприємців з метою покращення своєї соціальної ситуації, визначення свого місця в системі суспільних відносин.

Наприкінці 2013 р. було проведено емпіричне дослідження з участю 419 осіб, власників великих, середніх і малих підприємств, та фізичних осіб підприємців. Дослідження проводилося під керівництвом завідувача лабораторії соціально-психологічних досліджень ІСПП НАПН України канд. психол. наук П. Д. Фролова. Масив даних було передано авторові статті для вторинної обробки результатів та їх зіставлення й аналізу. Підприємці були мешканцями різних областей України, мали різний стаж підприємницької діяльності (від кількох років до кількох десятків років) та різні обсяги продажу товарів/послуг (від 50 тис. грн на рік до 3 млн грн). Опитування не було репрезентативним. Вторинна обробка даних, зіставлення даних первинної та вторинної обробки виконувалися в 2013 р.

Аналіз ситуаційних та середовищних чинників підприємницької діяльності здійснювався на основі оцінювання респондентами: 1) умов ведення бізнесу за 5-бальною шкалою (1 – умови покращилися; 2 – умови залишилися задовільними; 3 – умови залишилися незадовільними; 4 – умови погіршилися; 5 – важко відповісти); 2) 20 чинників позитивного і негативного впливу на бізнес (питання із сумісними альтернативами вибору).

Як видно з рисунка, умови підприємницької діяльності протягом останніх двох років покращилися для 8,4% респондентів (1-ша група), залишилися задовільними – для 23,6% (2-га група), залишилися незадовільними – для 21,5% (3-тя група), погіршилися – для 35,6% (4-та група), невизначеними умови залишилися для 9,1% опитаних (5-та група). Значущих відмінностей за статевими ознаками респондентів виявлено не було.

Натомість зафіксовано значущі статистичні відмінності щодо оцінювання умов ведення бізнесу між групами опитаних:

- у 1-й групі респондентів, які вважають, що умови ведення бізнесу покращилися, такі відмінності спостерігаються між власниками великих/середніх підприємств та фізичними особами-підприємцями;

- у 4-й групі респондентів, на думку яких умови роботи погіршилися порівняно з 2-ма попередніми роками, значуще відмінними виявилися оцінки підприємців з 5-8-річним досвідом роботи порівняно з оцінками тих, хто розпочав діяльність пізніше. Серед респондентів, які не визначилися щодо сприятливості/несприятливості умов ведення бізнесу, значуще вирізнялися своїми оцінками саме

підприємці з меншим досвідом роботи (розпочали діяльність після 2007 р.);

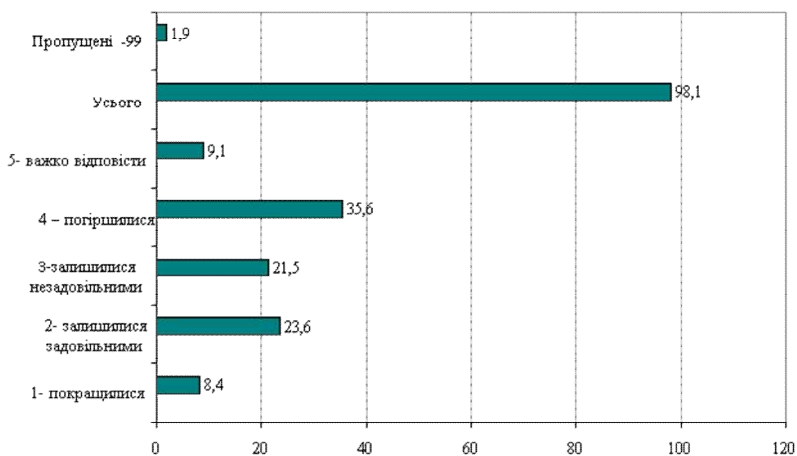


Рис. Зміна умов ведення бізнесу протягом останніх двох років за оцінками респондентів (%)

- у 2-й групі, представники якої вважають, що умови залишилися задовільними, значуще відмінними виявилися оцінки підприємців з річними обсягами продажу понад 150 тис. грн, натомість у 4-й групі – оцінки підприємців з річними обсягами від мінімального до 150 тис. грн.

Можна говорити, що абстрактна оцінка умов ведення підприємницької діяльності відображає так чи інакше “статус” підприємця, підгрунтям якого є: величина підприємства, термін (читай – досвід) роботи на ринку та річний обсяг реалізації товарів/послуг. Чим міцніший статус підприємця, тим упевненіше він почувається в соціальній ситуації ведення підприємницької діяльності, тим більшою мірою він задоволений ситуацією і здатний її приймати та перетворювати.

Аналіз середніх значень оцінки умов ведення бізнесу, конкретизованих у змісті, показав, що респонденти вважають умови ведення бізнесу такими, що залишилися задовільними (у діапазоні 2 – 2,99 балів за шкалою) та відповідно незадовільними (3 – 3,99 балів). Середні значення оцінок (у балах) у разі визнання респондентами теперішніх умов порівняно з періодом 2 роки тому назад задовільними були щодо певних аспектів підприємницької діяльності такими:

ставлення населення до малого бізнесу (відносини з громадянами) – 2,48;

процедура реєстрації підприємств (відносини із соціальними інституціями) – 2,72;

відносини з контролюючими органами (податкова інспекція, пожежники, санепідемстанція тощо) (відносини із соціальними інституціями) – 2,91;

відносини представників малого і великого бізнесу (відносини з колегами) – 2,92;

відносини малого бізнесу та місцевої влади (відносини із соціальними інституціями) – 2,93.

У разі визначення умов ведення бізнесу як незадовільних середні значення оцінок щодо низки аспектів перевищували 3 бали:

ставлення центральних органів влади до малого бізнесу (відносини із соціальними інституціями) – 3,03;

ліцензування та отримання дозволів (відносини із соціальними інституціями) – 3,06;

законодавство України, яке регулює питання функціонування та розвитку бізнесу (відносини із соціальними інституціями) – 3,11;

доступ до матеріальних ресурсів (земля, приміщення і т. ін.) (відносини із соціальними інституціями) – 3,18;

розвиток ринкової інфраструктури (відносини із соціальними інституціями) – 3,24;

боротьба з економічною злочинністю і корупцією (відносини із соціальними інституціями) – 3,29;

доступ до фінансово-кредитних ресурсів (відносини із соціальними інституціями) – 3,30;

державна підтримка малого бізнесу (відносини із соціальними інституціями) – 3,33;

нефінансова підтримка з боку недержавних організацій, фондів сприяння бізнесу (відносини із соціальними інституціями) – 3,45;

макроекономічна ситуація в Україні – 3,66.

Отже, соціальну ситуацію під кутом зору умов для розвитку підприємництва підприємці оцінювали порівняно з тією, яка була два роки тому, у діапазоні “задовільна – незадовільна”. Задовільні оцінки ситуації стосувалися відносин із громадянами, колегами і соціальними інституціями реєстрації та контролю ведення бізнесу, незадовільні – відносин із соціальними інституціями законодавчого рівня, тобто теми, де вплив підприємців обмежений.

Ситуаційним чинником соціальної ситуації підприємницької діяльності виступає *статус підприємця*, який істотно впливає на оцінювання ним умов ведення бізнесу. Чим міцніший статус, тим упевненіше почувається підприємець. Утім, цілком очевидним є те, що більшість опитаних у цілому не задоволені умовами ведення бізнесу.

Серед умов, які дістали незадовільні оцінки, передусім ті, що пов'язані з відносинами із соціальними інституціями законодавчого рівня, де вплив підприємців обмежений. Натомість умови ведення бізнесу, пов'язані з громадянами, колегами та соціальними інституціями місцевого рівня, оцінені як задовільні і є зонами більшого впливу підприємців.

Аналіз емпіричних даних з метою виявлення та аналізу середовищних чинників проходить у три етапи: на 1-му етапі проаналізовано прямі оцінки підприємців щодо чинників позитивного і негативного впливу; на 2-му – визначено чинники позитивного і негативного впливу на бізнес, зіставлено результати першого та другого етапів; на 3-му – означено ресурси та ризики особистісного розвитку підприємців на основі потреб підприємницької діяльності.

Проаналізовано середні значення оцінки чинників позитивного впливу на бізнес з метою *визначення рейтингу значущості впливу чинників*. На основі факторного аналізу z-значень показників (поояснювальна дисперсія 55,206) було сформовано такий *перелік чинників позитивного впливу на бізнес* (за оцінками підприємців щодо умов у 2011 р):

1. Формалізовані стосунки “держава – підприємці”.
2. Неформальні стосунки “держава – підприємці”.
3. Доступність ресурсів.
4. Зовнішня привабливість бізнесу.
5. Правовий захист власності.
6. Інструментальне забезпечення бізнесу.
7. Доступність фінансів для бізнесу.
8. Економічне та правове підґрунтя бізнесу.

Виділено чотири умовні групи чинників позитивного впливу на підприємницьку діяльність: 1) людський чинник (0,76 – 0,64) (Я і кадри); 2) технологічний чинник (0,36 – 0,25): інноваційний потенціал (0,36), наявне обладнання (0,35) та доступність послуг з набуття бізнес-компетенції, інформування (0,25); 3) чинник доступності ресурсів та споживачів (0,19 – 0,12); 4) чинник відносин з органами влади, контролюючими органами та кримінальними структурами (0,1 – 0,01).

Зіставлення прямих і латентних оцінок чинників позитивного впливу на бізнес дало підстави для таких висновків: 1) вагома роль людського чинника в позитивному впливі на бізнес за прямої оцінки обертається гальмівним впливом власника щодо свого ж бізнесу; 2) кадри виконують роль додатка до матеріальних ресурсів та обладнання, і навпаки; 3) низькі середні значення оцінок відносин з місцевими органами влади, контролюючими органами і кримінальними структурами здатні ставати вагомим чинником позитивного впливу на

бізнес за рахунок стосунків, що опосередковують персони чиновників та криміналу. За виявленими чинниками можна простежити амбівалентність та подвійні стандарти у ставленні підприємців до ресурсів позитивного впливу на бізнес.

Проаналізовано середні значення оцінки чинників негативного впливу на бізнес з метою *визначення рейтингу їхньої значущості*. За результатами факторного аналізу (дисперсія 59,230) встановлено пріоритетність чинників негативного впливу на думку підприємців у 2011 р.:

1. Недоступність ресурсів та бізнес-послуг.
2. Формалізовані стосунки “держава – підприємці”.
3. Законодавство.
4. Я сам (-а).
5. Ризик втрати власності.
6. Належність до бізнес-спільнот.
7. Неофіційні стосунки “держава – підприємці”.
8. Технічне забезпечення.
9. Стереотип щодо кадрів з погляду впровадження інновацій.

За частотами середнього значення можна умовно виділити чотири групи чинників негативного впливу. *Перша група значень* (діапазон від 0,56 до 0,53) об’єднує *макроекономічні чинники, обсяги оподаткування та конкурентів*; *друга група* (від 0,34 до 0,17) – чинники *законодавчого регулювання підприємницької діяльності, процедури звітності, відносин з контролюючими органами та доступності фінансових ресурсів*; *третья група значень* (від 0,1 до 0,03) – чинники *відносин з органами влади та криміналом, доступності матеріальних ресурсів, інвестиційної привабливості та інноваційного потенціалу*; *четверта група* (від 0,01 до 0) – чинники *наявного обладнання, доступності бізнес-компетенції, себе самих та кадрів*.

Отже, чинники економічного спрямування у наведеному переліку чинників негативного впливу посідають перше місце, законодавчі процедури відкриття та ведення бізнесу – на другому місці, відносини з органами влади – на третьому і людський чинник – на четвертому. Майже протилежною, згадаймо, була картина прямих оцінок чинників позитивного впливу на бізнес. Зауважмо, що платіжна спроможність споживачів та наявність конкуренції є, на думку респондентів, істотним гальмом у розвитку бізнесу.

На основі аналізу ситуаційних і середовищних чинників підприємницької діяльності було визначено тенденції, які зумовлюють негативні процеси в бізнесі:

1. *Заперечення негативного впливу на бізнес самого підприємця, кадрів та членства в бізнес-спільнотах*. Середні значення оцінок

впливу цих трьох чинників наближаються до нуля. За результатами факторного аналізу виділено фактор “Я сам”, що свідчить про існування негативного впливу на бізнес з боку самого підприємця.

2. *Обумовленість інноваційного потенціалу підприємства кадрами.* На переконання підприємців, це негативний чинник. Він дістав негативні оцінки, тобто має протилежний смисл, позитивний. Оскільки цей чинник позиціонувався серед чинників негативного впливу на бізнес, то пропонуємо означити його як “стереотипи щодо кадрів та інновацій”, адже саме стереотипність сприймання найчастіше заважає бачити позитивні аспекти. Припускаємо, що негативний зміст можуть мати міркування підприємців про ресурсно витратну роботу управління, дефіцит його компетентності щодо впровадження інновацій або ж міркування про їхню доцільність.

3. *Існування формалізованих і неформальних стосунків із державою.* Формалізовані відносини охоплюють всі регламентації та процедури ведення бізнесу, а неформальні – відносини з органами влади, контролюючими органами, опосередковані соціальним інтелектом і комунікативною компетентністю самого підприємця та бажанням/небажанням чиновника домовлятися.

4. *Ризик втрати власності через недосконалість судових механізмів захисту і наявність кримінальних структур, які посягають на власність.*

5. *Недоступність для підприємців матеріальних, фінансових ресурсів та обмеженість послуг з набуття бізнес-компетенцій.*

6. *Нерозуміння підприємцями значення чинників макроекономічного масштабу.*

7. *Недобросовісна конкуренція.*

За результатами проведеного аналізу ситуаційних і середовищних чинників, що впливають на соціальну ситуацію ведення бізнесу, було виокремлено *ресурси і ризики особистісного розвитку підприємців* з огляду на потреби їхньої підприємницької діяльності. *Першим* і основним, на нашу думку, *ресурсом* особистісного розвитку підприємців є *усвідомлення ними власних потреб діяльності*. Оскільки власний вплив на бізнес підприємці оцінювали досить високо і водночас не усвідомлювали власної гальмівної ролі в його розвитку, варто звернути увагу на потребу підприємців відрефлексувати амбівалентне ставлення до себе – і як до рушія, і як до гальма, аби мати свідоме розуміння, де потрібно бути рушієм й активувати цей ресурс і де може виникнути гальмування розвитку, щоб звести його до контрольованого рівня. *Другим ресурсом* підприємців, як показали результати нашого дослідження, є *потреба розвивати свій соціальний інтелект та комунікативні здібності*, аби добре орієнтуватися в ситуації перемо-

вин із чиновниками, які опосередковують відносини підприємців з державою. *Третім ресурсом* підприємців може бути *потреба в розвитку компетенції та бізнесового мислення*. Це активізувало б розуміння, що бізнес є живим джерелом задоволення потреб людей та організацій на вільному ринку товарів/послуг, а не заручником зв'язків з чиновниками/криміналом. У такому разі бізнес буде сприйматися як спосіб задоволення потреб людей/організацій і підпорядковуватиметься ринковим трендам.

Висновки:

1. На основі результатів вторинного аналізу та зіставлення даних первинного і вторинного аналізу виокремлено ситуаційні і середовищні чинники позитивного та негативного впливу на підприємницьку діяльність.

2. Як ситуаційний чинник соціальної ситуації підприємницької діяльності визначено *статус підприємця*, що істотно впливає на оцінку умов ведення бізнесу. Чим міцніший статус підприємця, тим упевненіше він почувається в соціальній ситуації. Більшість опитаних не задоволені наявними умовами ведення бізнесу. Серед умов, які були і залишаються незадовільними, ті, що відображають відносини із соціальними інституціями законодавчого рівня, де вплив підприємців обмежений. Натомість умови ведення бізнесу, пов'язані з громадянами, колегами та соціальними інституціями місцевого рівня, визнані задовільними і є зонами більшого впливу підприємців.

3. До особливостей ситуаційного чинника віднесено міру впливу на ситуацію з боку підприємців. Більшою мірою вплив виявляється у відносинах із громадянами, колегами та соціальними інституціями місцевого рівня, меншою – у відносинах із соціальними інституціями законодавчого рівня.

4. Визначено середовищні чинники позитивного (вісім) і негативного (дев'ять) впливу на підприємницьку діяльність. При цьому п'ять середовищних чинників за змістовим наповненням фактично збігаються, а саме: формалізовані стосунки “державна – підприємці”, неформальні стосунки “державна – підприємці”, законодавство, захист власності, доступність ресурсів.

5. Описано ситуативну складову, залежно від якої чинник може впливати на бізнес позитивно або негативно, в її основі – особистісна здатність підприємця адекватно оцінювати ситуацію, рівень його комунікативної компетентності та рефлексії.

6. Показано існування в підприємницькому середовищі істотних суперечностей між прямою і непрямую оцінками чинників впливу на бізнес та поширеність амбівалентного ставлення підприємців до оцінювання власного впливу на бізнес і ролі кадрів.

Література

1. Демографічна ситуація в Україні в січні – вересні 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2013/dem0913.pdf.
2. Сьогодні кожен 18-й українець займається підприємницькою діяльністю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://drsu.gov.ua/show/12269>.
3. Закон України “Про підприємництво” (від 7 лютого 1991 р.) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 14. – Ст. 168.5. – Режим доступу : http://abookz.com/book_185_page_3.
4. Психологічні особливості підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://psychologiya.org.ua/psychologichni_osoblyvosti_pidpryemnycykoi.html.
5. *Найдьонов М. І.* Формування системи рефлексивного управління в організаціях / М. І. Найдьонов. – К. : Міленіум, 2008. – 484 с.
6. *Москаленко В.* Сучасні напрямки досліджень в економічній психології [Електронний ресурс] / В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2004. – № 2 (4). – С. 3–18. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=25&c=319>.
7. Еколого-психологічні чинники якості життя в умовах ризику сучасного суспільства : кол. монографія / за наук. ред. Ю. М. Швалба. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 208 с.

Reference

1. Demographic situation in Ukraine in January – September 2013, available at: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2013/ (ukr).
2. Today every 18th Ukrainian is engaged in business activities, available at: <http://drsu.gov.ua/show/12269> (ukr).
3. Law of Ukraine “On Enterprises” (dated February 7, 1991) (1991). *Vidomosti Verkhovnoi Rady URSR* [Bulletin of the Supreme Soviet of the URSR], no 14, available at: http://abookz.com/book_185_page_3 (ukr).
4. Psychological characteristics of business activities, available at: http://psychologiya.org.ua/psychologichni_osoblyvosti_pidpryemnycykoi.html (ukr).
5. Naydionov, M. I. (2008). *Formuvannia systemy refleksyvnoho upravlinnia v organizatsiakh* [Formation of reflexive governance in organizations]. Kyiv: Millennium Publ. (ukr).
6. Moskalenko, V. (2004). *Suchasni napriamky doslidzhen v ekonomichnii psykholohii* [Contemporary research areas in economic psychology]. *Sotsial'na psykholohiia* [Social Psychology], 2 (4), 3–18 (ukr).
7. Shvalb, Yu. M. (Ed.). (2013). *Ekologo-psykhologichni chynnyky yakosti zhyttia v umovakh ryzyku suchasnoho suspilstva* [Environmental and psychological factors

of quality of life under conditions of risk of modern society]. Kirovohrad: Imeks Ltd Publ. (ukr).

Хорина Е. И. Особенности ситуационных и средовых факторов социальной ситуации предпринимательской деятельности

Презентируются результаты эмпирического исследования, в рамках которого предприниматели оценивали условия ведения бизнеса в Украине и факторы позитивного и негативного влияния на бизнес. Удалось выяснить, что владельцы крупных и средних предприятий ощутили на себе некоторое улучшение условий ведения бизнеса по сравнению с двумя предыдущими годами. Предприниматели с годовым объемом продаж свыше 150 тысяч гривен оценили условия ведения бизнеса в целом как удовлетворительные. По мнению предпринимателей с опытом работы 5-8 лет условия ведения бизнеса в стране неудовлетворительные. Принимая во внимание полученные результаты, оценка предпринимателями условий ведения бизнеса определяется прежде всего тремя факторами: их экономическим статусом, годовым объемом реализации товаров и опытом работы. Особенности оценки позитивного и негативного влияния на бизнес были определены в процессе сопоставления прямых оценок предпринимателей и по результатам вторичной обработки данных. На первом этапе был проведен анализ средних значений прямых оценок 20 признаков, далее – факторный анализ. Среди выделенных 8 факторов позитивного и 9 негативного влияния на бизнес определены 5 факторов, похожих по содержанию: формализованные отношения “государство – предприниматели”, неформальные отношения “государство – предприниматели”, законодательство, защита собственности и доступность ресурсов. В зависимости от ситуации указанные 5 факторов могут иметь позитивную либо негативную направленность. В результате сопоставления данных определена амбивалентная позиция предпринимателей относительно прямых и латентных оценок. Например, прямые оценки позитивного влияния на бизнес отображали влияние самого предпринимателя и его работников. Факторный анализ показал, что сам предприниматель преимущественно негативно влияет на бизнес, а сотрудники часто выступают в роли обслуживающего персонала средств производства.

Ключевые слова: предприниматели, условия ведения бизнеса, социальная ситуация, ситуационные факторы, факторы среды.

Khorina O. I. Features situational and environmental factors of social Khorina O. I. Features of situational and environmental factors of social situation of business activities

The article presents the results of an empirical study, in which entrepreneurs evaluated the conditions of doing business in Ukraine as well as positive and negative factors impacting business. It has been discovered that the owners of large and medium-sized enterprises have reported some improvement in the business environment in comparison with the two previous years.

Entrepreneurs with annual sales of more than 150 thousand hryvna have evaluated business conditions as satisfactory on the whole. According to entrepreneurs with 5-8 years of experience in business, the conditions of doing business in the country are unsatisfactory. Taking into account obtained results, the entrepre-

neurs' evaluation of business conditions is defined by three factors: economic status of entrepreneurs, the annual volume of sales and their experience in business. Special aspects of evaluation of positive and negative factors' impact on the business have been identified in the process of comparing direct evaluations of entrepreneurs and the results of the secondary data. In the first phase the analysis of the mean values of direct evaluations of 20 signs was conducted, and then the factor analysis was applied. Among the 8 positive and 9 negative factors impacting business, 5 factors that are similar in terms of content were identified. These factors are: formalized relationship "the state – entrepreneurs", informal relationship "the state – entrepreneurs", legislation, property protection and resources availability. Depending on situation, these 5 factors can be of a positive or negative character. Based on data comparison, ambivalent position of entrepreneurs towards the direct and latent evaluations was identified. For example, direct evaluations of the positive impact on business reflected entrepreneur's own influence and his employees. Factor analysis showed that most often the entrepreneur has negative influence over his business development, and his employees often serve as operating personnel maintaining the means of production.

Key words: entrepreneurs, business environment, social situation, situational factors, environmental factors.

© Хоріна О. І.

В. В. Мяленко

ОСОБЛИВОСТІ ВИЯВУ ФІНАНСОВОЇ ТРИВОЖНОСТІ УКРАЇНЦІВ ЗАЛЕЖНО ВІД САМООЦІНКИ ЗАДОВОЛЕНOSTІ ЖИТТЯМ

Проаналізовано умови та психологічні особливості взаємозв'язку фінансової тривожності і самооцінки задоволеності життям. Зауважено, що наближення до певної межі як бідності, так і багатства може спричиняти складні емоційні комплекси, які людина не завжди усвідомлює та рефлексує. Доведено, що високий рівень настановленості на економічний патерналізм і незадоволеність суб'єктивним економічним статусом провокують obsesivні процеси, тривожні стани. Найчастіше інтенсифікація тривожності спричиняється невідповідністю, неконгруентністю психолого-фінансових домагань та їхньою реалізацією в житті людини. Незадоволеність власним життям, усвідомлення недосяжності важливих цілей, переживання через недоотримані блага та втрачені можливості також фруструють людину, інтенсифікуючи тривогу. Глибинна психологічна проблема бідної людини полягає у невідповідності її неусвідомлюваних прагнень реальному соціально-економічному становищу. Низький рівень тривожності та відсутність obsesivної симптоматики притаманний респондентам з низьким рівнем економічного