

УДК 001.895:338.43

Сіренко Н.М., д.е.н, професор, Мельник О.І., аспірант*[©]
Миколаївський національний аграрний університет

СУЧАСНІ ІДЕОЛОГІЧНІ ТИПИ ПІДПРИЄМЦІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

У статті визначено роль підприємця як основного суб'єкта розвитку інноваційного підприємництва. Наведено характеристику різних ідеологічних типів підприємців через систему цілей і цінностей. Проведено дослідження щодо співвідношення різних ідеологічних типів підприємців в аграрному бізнесі (на прикладі аграрних підприємств Миколаївської області). Обґрунтовано необхідність розробки системи мотиваційних заходів до інноваційної діяльності, що забезпечить усунення негативних диспропорцій у співвідношенні ідеологічних типів підприємців.

Ключові слова: *підприємець, ідеологічні типи, цінності, інноваційна діяльність, інноваційне підприємництво, система цілей і цінностей, інноваційний розвиток, соціальна відповідальність, мотивація, аграрні підприємства.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання інноваційні процеси поступово проникають у всі сфери економіки, охоплюють діяльність підприємств та організацій різних організаційно-правових форм та форм власності. Питання напрямів інноваційного розвитку та ефективного здійснення інноваційної діяльності постійно перебувають в центрі наукових дискусій. При цьому головним ресурсом, що залучається в інноваційний процес є саме людський капітал. Адже, успіх інноваційної діяльності залежить як від науково-технічної компетенції персоналу, його інноваційної сприйнятливості, так і від творчої активності, системи цілей і цінностей управлінців (керівників підприємств).

Аналіз останніх досліджень. Роль підприємців в інноваційному розвитку економіки, методи визначення їх цінностей і навиків, засоби формування та регулювання мотивації підприємців-власників розглядають такі вітчизняні та зарубіжні науковці як М. Дороніна, В. Липчук, О. Петряєв, А. Пригожин, А. Улімбаєв та ін. Однак на сьогодні не достатньо вивчені саме ідеологічні типи підприємців в аграрному секторі економіки та їх вплив на інноваційний розвиток.

Мета статті. Дослідити систему цілей і цінностей, встановивши ідеологічні типи підприємців, в аграрному секторі економіки та визначити заходи щодо їх мотивації до інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу. В економічній літературі багато уваги приділяється питанням сутності і розвитку підприємництва через визначення

Науковий керівник – д.е.н., професор Сіренко Н.М.
© Сіренко Н.М., Мельник О.І., 2014

наявності певних ознак, навичок, способів діяльності. Його основними ознаками на сьогодні є інноваційність та продуктивність, а головним суб'єктом виступає підприємець із системою властивих йому цілей і цінностей.

Як зазначають М. Дороніна та О. Петряєв, для переходу до прогресивного руху по спіралі необхідно розвивати потенціал підприємницької культури. Інновації та надійні зв'язки підприємства з навколишнім середовищем, які вона забезпечує, стають в ринковій економіці таким же гарантом прибутку, як і наявність необхідних для бізнес-діяльності ресурсів та ринків збуту продукції [1, с.135].

Еволюція поняття «підприємець» пройшла декілька етапів: від визначення підприємця як особи, що несе відповідальність, має зобов'язання і володіє власним капіталом (К. Бодо, А. Тюрго та ін.) до підприємця-раціоналізатора (Ж.Б. Сей) та підприємця-новатора. Значний вплив на сприйняття підприємництва через призму інновацій мали роботи Й. Шумпетера. Згідно з його ідеями головне «...робити не те, що інші» і «...не так, як роблять інші». Підприємницький статус непостійний, так як суб'єкт ринкової економіки є підприємцем лише тоді, коли здійснює функції інноватора. Таким чином, підприємство, яке хоче успішно функціонувати на ринку має характеризуватися інноваційністю та вмінням впроваджувати нові ідеї та технології. Цю ідею підтримують і В. Липчук, Н. Липчук, О. Солтис. Розглядаючи підприємництво як процес, вони серед його основних етапів виділяють інноваційну ідею. При цьому бажано найбільш органічну [2].

Однак різна система цілей і цінностей підприємців зумовлюють нестійкий інноваційний розвиток підприємств. Досліджуючи цінності сучасних підприємців, А. Пригожин визначив шість їх ідеологічних типів (табл. 1).

Таблиця 1

Ідеологічні типи підприємців та їх характеристика

№ п/п	Ідеологічні типи	Характеристика	Основний ідеал (цінності)
1.	Грошомани	Для таких підприємців багатство є самоціллю, накопичення грошових коштів є переважаючим порівняно з потребою їх витратити	Багатство, дохід
2.	Спортсмени	Підприємці, які цінують можливість конкурентних перемог, лідерство на ринку	Першість, випередження
3.	Державо-творці	Підприємці, які орієнтовані на покращення середовища села, міста, регіону, держави	Покращення суспільства
4.	Творці	Підприємці, які спрямовують свою діяльність на створення чогось значимого, бажання залишити після себе слід	Досконала бізнес-організація
5.	Гедоністи	Активні і здібні підприємці з ідеалом – отримання задоволення від життя, для фінансування чого і потрібен бізнес	Максимізація будь-яких видів задоволення
6.	Охоронці	Підприємці, які витрачають кошти і здібності на підтримку і збереження свого підприємства, не реалізують ризиковані проекти	Безпечна стабільність

Джерело: побудовано за матеріалами [3]

Взявши їх за основу, нами було розроблено анкету і проведено опитування щодо співвідношення ідеологічних типів підприємців в аграрному бізнесі. До опитування були залучені голови сільських (селищних) рад різних районів Миколаївської області (Арбузинського, Вознесенського, Братського, Доманівського, Очаківського, Первомайського та ін.). Респондентам, зокрема, запропоновано, орієнтуючись на особистий досвід, власне розуміння ситуації в регіоні, Україні, оцінити відсоток різних типів підприємців серед керівників аграрних підприємств, які знаходяться на території відповідної місцевості району. Результати опитування наведено на рис. 1.

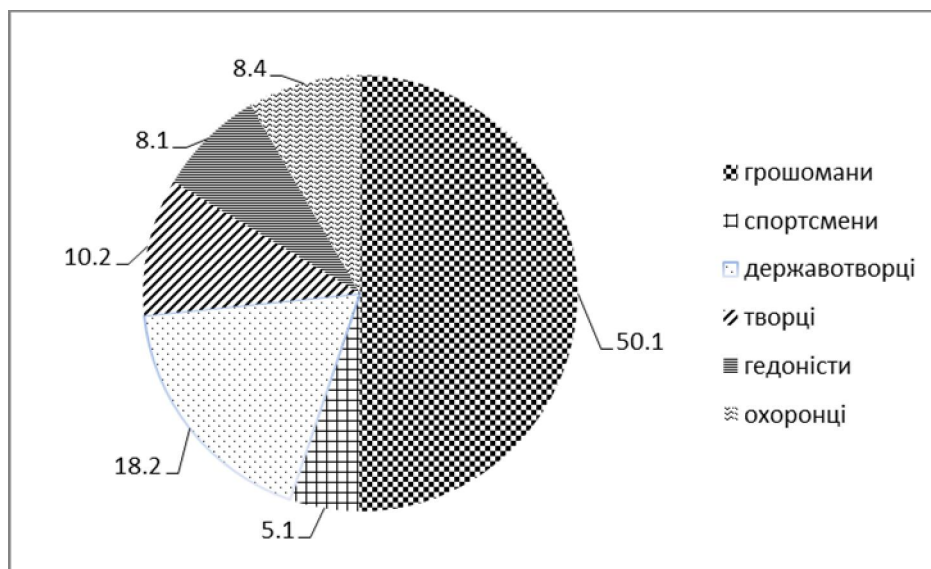


Рис. 1. Співвідношення ідеологічних типів підприємців в аграрному бізнесі Миколаївської області

Джерело: дослідження автора

Найбільшу питому вагу серед зазначених типів займають «грошомани», що є негативним фактором для інноваційного розвитку регіону. Оскільки підприємці такого типу здійснюють пошук сегментів з максимальною нормою прибутку, не враховуючи соціальну відповідальність ведення бізнесу. А впровадження інновацій не завжди на початковому етапі дає високий результат та потребує певний період окупності. У них відсутня якісна стратегія та значний обсяг інвестицій. Такі підприємці не витрачають кошти на поліпшення умов праці і мотивації персоналу.

При цьому незначну частку займають «творці» - 10,2 відсотка. Для ефективного розвитку інноваційного підприємництва потрібно підвищувати кількість підприємців такого типу. Адже, їх ідеал – стабільне підприємство зі значним ресурсом стійкості. Вони здійснюють вагомі інвестиції у розвиток

підприємства, впровадження різних видів інновацій. Багато працюють над стратегією і конкурентними перевагами.

Майже в однакових пропорціях перебувають «гедоністи» та «охоронці» (8,1 та 8,4%), яких можна віднести до пасивних типів по відношенню до конкурентної боротьби на ринку та впровадження інновацій. Так, «охоронці» всіляко уникають ризиків на ринку і не схильні до нововведень на підприємстві, якщо це гарантовано не підвищує безпеку та керованість підприємством. Персонал з високим рівнем мотивації зазвичай залишає таке підприємство через рутину та безініціативність.

Варто зазначити, що громади сільських (селищних) рад зацікавлені у різних видах співпраці з керівниками аграрних підприємств. Так, відповідаючи на питання анкет, респонденти визначили таку пріоритетність співпраці з підприємствами:

- 1) надання робочих місць;
- 2) фінансова допомога в облаштуванні села;
- 3) підтримання шкіл, дитячих садків тощо;
- 4) підвищення рівня життя населення регіону, проведення культурних заходів;
- 5) відкриття магазинів, ларьків з дешевими продуктами харчування.

Найбільш відкриті до такої співпраці підприємці типу «державотворці». У них найвищий рівень соціальної відповідальності, тому вони розробляють соціальну політику всередині своїх підприємств, беруть участь в благодійній діяльності, конкурентів оцінюють з точки зору близькості до своїх цінностей. Намагаються покращити середовище села, міста, регіону, держави. Саме їх, на нашу думку, можна залучати до впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, екоінновацій.

Висновки. Таким чином, на сьогодні існує значна диспропорція у співвідношенні різних ідеологічних типів підприємців в аграрному бізнесі. Система цілей і цінностей переважної їх більшості включає орієнтацію на багатство як самоціль (з низьким рівнем соціальної відповідальності), збереження стабільності та безпеки підприємства (не реалізуючи при цьому ризиковані проекти), низьку інноваційну сприйнятливість, превалювання особистих інтересів над розвитком підприємства тощо. Саме тому на державному та регіональному рівнях необхідно розробляти і впроваджувати систему мотиваційних заходів до інноваційної діяльності, яка б сприяла збільшенню частки «творців» та «державотворців». При цьому підтримуємо думку А. Улімбашева, що система таких заходів має здійснюватися у формі «точкової мотивації», тобто мотиваційних дій, направлених на відповідний «тип» економічних суб'єктів, що виокремлюється з буд-якого виду господарювання за спільними властивостями і характеристиками [4]. Відтак, до кожного ідеологічного типу підприємців необхідно розробити відповідні економічні та неекономічні стимули до здійснення інноваційної діяльності, що може бути основою подальших досліджень. А це, в свою чергу, забезпечить

реалізацію пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, визначених державою, та ефективний розвиток підприємств аграрного сектора економіки.

Література

1. Дороніна М.С. Аналіз підприємницького потенціалу працівників системи управління / М.С. Дороніна, О.О. Петряєв // Науково-технічний збірник «Коммунальное хозяйство городов». – 2007. – Випуск 75. Серія: «Технічні науки». – С. 135-143.
2. Липчук В. В. Підприємництво в розвитку інтегрованого сільського господарства і сільських територій: [монографія] / В. В. Липчук, Н. В. Липчук, О. Г. Солтис. – Львів, 2013. – 310 с.
3. Пригожин А.И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим / А.И. Пригожин. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2010. – 432 с.
4. Улимбашев А.З. Формирование и регулирование мотивации предпринимателей-собственников в соответствии с целями государственного управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://motivtrud.ru/monstat/modmotpredpr2014.pdf>. – Назва з екрану.

Анотація

В статті определены роль предпринимателя в качестве основного субъекта развития инновационного предпринимательства. Приведена характеристика различных идеологических типов предпринимателей через систему целей и ценностей. Проведено исследование соотношения различных идеологических типов предпринимателей в аграрном бизнесе (на примере аграрных предприятий Николаевской области). Обоснована необходимость разработки системы мотивационных мероприятий в инновационной деятельности, что обеспечит устранение негативных диспропорций в соотношении идеологических типов предпринимателей.

Ключевые слова: предприниматель, идеологические типы, ценности, инновационная деятельность, инновационное предпринимательство, система целей и ценностей, инновационное развитие, социальная ответственность, мотивация, аграрные предприятия.

Summary

The article defines the role of the entrepreneur as the main subject of the development of innovative entrepreneurship. The characteristic of different ideological types of entrepreneurs through a system of goals and values. The study of correlation of various ideological types of entrepreneurs in the agricultural business (on the example of the agricultural enterprises of Mykolayiv region). The necessity of the development of the system of incentive measures in the innovative activity, which will eliminate the negative imbalance in the ratio of ideological types of entrepreneurs.

Key words: entrepreneur, ideological types, values, innovative activity, innovative enterprise, the system of goals and values, innovation, social responsibility, motivation, agrarian enterprises.

Рецензент – д.е.н., професор Шульський М.Г.