

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ КОНКУРЕНТНОЗДАТНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ОЦІНКАХ ПІДПРИЄМЦІВ

Стаття присвячена дослідженню психологічних чинників конкурентноздатності підприємств малого бізнесу. Обговорюються результати опитування підприємців стосовно оцінки ступеню впливу психологічних чинників на конкурентноздатність, ступеню актуалізації психологічних чинників у їх бізнесі, доцільності послуг практичного психолога для підвищення конкурентноздатності, цінностей, пов'язаних з підприємництвом, зон найближчого розвитку, головних проблем підприємницької діяльності, страхів та побоювань, пов'язаних з нею.

Ключові слова: підприємці, малий бізнес, конкурентноздатність, психологічні чинники, оцінки.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. У сучасному суспільстві підприємництво є незамінним атрибутом ринкової економіки, символізує рівність шансів усіх соціальних груп щодо здобуття благополуччя та успішності за допомогою своїх здібностей, талантів та наполегливої праці. Саме підприємництво зумовлює динамічність ринкового середовища, виступає джерелом інновацій і є передумовою формування міцного середнього класу. Однак шлях підприємця-початківця до успіху є довгим і тернистим, відсоток проектів малого бізнесу, які зазнають невдачі, залишається високим. Також не можна не відмітити характерну для нашої країни складність стосунків малого бізнесу і держави – події після прийняття нового податкового кодексу є яскравим свідченням складності ситуації.

Значною проблемою є також те, що у своїй діяльності підприємці стикаються з браком ресурсів, і мова йде не лише про капітал та засоби виробництва. Для досягнення успіху у сучасних умовах малий бізнес має актуалізувати весь комплекс чинників, що впливає на конкурентноздатність його проектів. Серед них особливе місце займають психологічні: грамотно побудовані ринкові взаємодії, психологічна готовність самого підприємця і персоналу фірми та ін.

Психологічна наука не стоїть осторонь проблем психологічного забезпечення підприємництва. Дослідники приділяють увагу дослідженню окремих психологічних аспектів підприємницької діяльності та особистості підприємця [3; 4; 6-8], розробляють технології її психологічного забезпечення [5]. Однак психологічна проблематика підприємництва поки що не охоплена повною мірою, і одним з таких аспектів є бачення самими підприємцями ролі і місця психологічних чинників конкурентноздатності свого бізнесу.

Мета дослідження – з'ясувати оцінки вітчизняних підприємців ступеню впливу психологічних чинників на конкурентноздатність підприємств та бізнес-проектів малого бізнесу, ступінь їх актуалізації у власному бізнесі респондентів, бачення ролі професійного психолога щодо їх актуалізації, а також деякі установки підприємців щодо ведення свого бізнесу, сучасної ситуації у сфері малого бізнесу.

Методика та процедура дослідження. У дослідженні взяли участь 85 осіб, з них: 63 особи (74 %) – діючі підприємці малого бізнесу (середній стаж підприємницької діяльності складає 11,2 роки); 22 особи – майбутні підприємці, слухачі бізнес курсів, які готують або вже підготували свої бізнес-проекти і мають намір реалізувати їх найближчим часом. Розподіл за віком такий: вікова група 18-30 років складає 32 % від загального, 31-45 років – 58%, 46-60 років – 9 % і понад 60 років – 1%. 47 % опитаних – чоловіки, решта – жінки.

Методики дослідження: 1) анкета, розроблена на основі нашої теоретичної моделі психологічних чинників конкурентноздатності підприємницького проекту малого бізнесу [1; 2]; 2) незакінчені речення для виявлення: цінностей підприємців, зон найближчого розвитку, головних проблем підприємницької діяльності, а також страхів та побоювань пов'язаних з нею.

Виклад основних результатів дослідження. Отримані дані були піддані математико-статистичній обробці (за допомогою комп'ютерної програми SPSS 11.0 for Windows) та контент-аналізу.

Першим питанням анкети було оцінити, наскільки психологічні чинники впливають на успішність підприємницьких проектів (організацій) в Україні у сучасних умовах. Для підрахунку рейтингу ступеню впливу психологічних чинників на конкурентноздатність бізнес-організації кожна відповідь по кожній позиції була оцінена в балах: від 5 (вирішальне значення) до 1 (не впливає зовсім та важко сказати). Отримані результати подано у табл. 1.

**Оцінка підприємцями ступеню впливу психологічних чинників
на конкурентноздатність підприємства**

Рейтингове місце	Психологічні чинники	Вирішальне значення, %	Важлива роль, %	Залежить від ситуації, %	Незначна роль, %	Не впливає зовсім, %	Важко сказати, %	Бали
1	Вміння підприємця спілкуватись (домовитись, ладнати з людьми)	51	45	2	0	2	0	343
2	Оцінка товару (послуги) покупцями (клієнтами) як якісного	36	51	13	0	0	0	323
3	Прагнення підприємця до успіху (прибуток, статус і т.д.)	33	58	7	2	0	0	322
4	Гарна думка покупців про фірму (підприємця) в цілому	33	56	9	2	0	0	320
5	Знання підприємця щодо свого бізнесу (технічні питання, законодавство, фінансова, банківська, податкова сфера і т.д.)	37	47	11	4	1	0	315
6	Вправність персоналу (уміння виконувати роботу)	26	64	9	0	1	0	314
7	Уміння підприємця прийняти найкраще рішення з можливих варіантів	34	44	22	0	0	0	312
8	Старанність у роботі найманих працівників (персоналу)	20	64	15	1	0	0	303
9	Поінформованість покупців про товар чи послугу (асортимент, ціни, місцезнаходження фірми, магазину і т.д.)	18	66	11	4	0	1	296
10	Гарні стосунки власника бізнесу (керівника, роботодавця) з підлеглими	24	55	11	10	0	0	293
11	Гарні стосунки підлеглих між собою	13	67	15	4	1	0	287
12	Гнучкість персоналу до змін	13	49	29	9	0	0	266
13	Рішучість підприємця, здатність піти на ризик	14	46	36	0	2	2	266
14	Життєва необхідність товару чи послуги	22	36	29	7	5	1	261
15	Ініціативність, самостійність персоналу	13	31	40	11	1	4	236
16	Престижність товару чи послуги	12	38	31	7	6	6	231
17	Оцінка товару (послуги) покупцями (клієнтами) як дешевшого, ніж у конкурентів	7	35	40	14	0	4	227
18	"Модність" товару чи послуги	7	44	29	5	11	4	223
	Середні значення	23	50	20	4	2	1	

Як бачимо, у цілому вплив психологічних чинників на конкурентноздатність підприємства малого бізнесу оцінюється підприємцями у більшості випадків як високий та вирішальний (загалом 73% середніх значень). На перше місце зі значним відривом вийшла комунікативна компетентність самого підприємця. Серед його особистісних характеристик також високі рейтингові місця зайняли прагнення до успіху та знання щодо свого бізнесу, а от оцінки рішучості, здатності піти на ризик більш стримані. Щодо якостей персоналу фірми, як психологічних чинників конкурентноздатності, то тут ми бачимо, що підприємці більш цінують його вправність та старанність, ніж ініціативність та гнучкість до змін. Це, а також високі місця особистісних характеристик самих підприємців, свідчить про більш виражену їх орієнтацію на власний потенціал, ніж на командну роботу.

Серед зовнішніх психологічних чинників конкурентноздатності чільні місця зайняли оцінка товару чи послуги покупцями як якісного (2 місце) та гарна думка покупців про фірму в цілому (4 місце), тобто мова йде про віддання клієнтами певному бренду чи підприємству. Решта зовнішніх чинників потрапили у нижню частину рейтингу. Цікаво, що чинник "оцінка товару клієнтами як дешевшого, ніж у конкурентів" опинився на передостанньому місці.

Вторинна статистична обробка показала наявність позитивної кореляції зі стажем підприємницької діяльності респондентів таких чинників конкурентноздатності як "уміння підприємця прийняти найкраще рішення з можливих варіантів" (з досвідом поглиблюється усвідомлення, що управлінське рішення – основний акт та продукт діяльності керівника бізнесу), "старанність у роботі персоналу", "ініціативність,

самостійність персоналу" (посилюється розуміння значення потенціалу найманих працівників для успішності бізнесу).

Наступним запитанням анкети було оцінити ступінь вираженості психологічних чинників свого підприємницького проекту (бізнесу). Підприємці, які ще не розпочали свій проект (бізнес), мали виставити прогностичні оцінки, найбільш, на їхню думку, близькі до реальності. Оцінки здійснювались за п'ятибальною шкалою: 5 балів – чинник яскраво виражений, 1 бал – чинник практично відсутній. Результати подано у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінки підприємців ступеню актуалізації психологічних чинників власного підприємницького проекту (бізнесу, майбутнього бізнесу)

Рейтингове місце	Психологічні чинники	Середні оцінки по вибірці	Діючі підприємці	Майбутні підприємці
1	Прагнення підприємця до успіху (прибуток, статус і т.д.)	4,5	4,5	4,5
2	Гарна думка покупців про підприємця та його фірму в цілому	4,5	4,4	4,6
3	Оцінка товару (послуги) покупцями (клієнтами) як якісного	4,4	4,4	4,4
4	Вміння підприємця спілкуватись (домовитись, ладнати з людьми)	4,3	4,3	4,3
5	Гарні стосунки підприємця з підлеглими	4,3	4,1	4,5
6	Гарні стосунки працівників між собою	4,1	3,9	4,3
7	Вміння підприємця прийняти найкраще рішення з можливих варіантів	4,1	4	4,2
8	Вправність персоналу, уміння виконувати свої обов'язки	4,1	3,8	4,4
9	Старанність у роботі персоналу	4,0	3,9	4,1
10	Знання підприємця щодо свого бізнесу (законодавство, технічні питання, фінанси, банківська, податкова сфера і т.д.)	3,95	4,0	3,9
11	Престижність товару чи послуги	3,9	3,7	4,1
12	Поінформованість покупців про товар чи послугу (асортимент, ціни, місцезнаходження фірми, магазину і т.д.)	3,9	3,65	4,15
13	"Модність" товару чи послуги	3,8	3,7	3,9
14	Рішучість підприємця, здатність піти на ризик	3,7	3,5	3,9
15	Ініціативність, самостійність персоналу	3,7	3,6	3,8
16	Гнучкість персоналу до змін	3,7	3,6	3,8
17	Оцінка товару (послуги) покупцями (клієнтами) як дешевшого ніж у конкурентів	3,7	3,6	3,8
18	Життєва необхідність товару чи послуги	3,6	3,5	3,7
	Середні значення	4	3,9	4,1

Як видно з таблиці, загальна середня оцінка по всім чинникам – чотири бали з п'яти можливих, тобто стан справ щодо використання психологічних чинників респонденти вважають нормальним. При чому майбутні підприємці більш оптимістичні щодо свого майбутнього бізнесу, ніж діючі щодо свого реального – це можна побачити з різниці показників по кожному параметру та середніх значень. Статистично значущими за критерієм Стьюдента виявились відмінності за чинниками "вправність працівників, їх уміння виконувати свої обов'язки" ($p \leq 0,01$) та "поінформованість покупців про товар чи послугу" ($p \leq 0,05$), і в обох ми маємо вищі показники прогнозів проти оцінки реальної ситуації. Найвищий середній бал за окремим параметром – 4,6, і знову ж таки це є прогнозом – майбутні підприємці впевнені, що у покупців складеться гарна думка про підприємця та фірму в цілому.

Щодо верхньої частини рейтингу, то відмінності з рейтингом попереднього питання стосуються лише взаємного розташування чинників – ми знову маємо прагнення підприємця до успіху, якість товару, прихильність споживачів та комунікативну компетентність підприємця. Психологічні чинники, пов'язані з характеристиками персоналу, знову зайняли середні та низькі місця.

Третє питання анкети було сформульоване таким чином: "Які послуги професійного психолога Ви б використали (при можливості) для підвищення успішності Вашого підприємницького проекту (бізнесу)?" Балли нараховувались подібно до питання №1. Результати наведені у табл. 3.

Оцінки підприємців ступеню необхідності послуг практичного психолога для свого бізнесу

Рейтингове місце	Послуги психолога	Це дуже потрібно моєму бізнесу, %	Іноді така потреба виникає (може виникнути), %	Це не потрібно, %	Важко сказати, %	Бали
1	Психологічне забезпечення формування іміджу Вашої фірми, магазину тощо	60	20	15	5	140
2	Розробка реклами, засобів просування товару	45	37	13	5	127
3	Підвищення Вашої мотивації до успіху	45	36	18	1	126
4	Розвиток Вашого вміння прийняти найкраще рішення з можливих варіантів	36	49	9	6	121
5	Розвиток необхідних психологічних якостей Ваших працівників (залежно від типу завдання, яке вони виконують)	36	40	20	4	112
6	Розвиток Вашого вміння спілкуватись (домовитись, ладнати з людьми)	34	44	18	4	112
7	Розвиток Ваших вольових якостей (рішучість, самоконтроль тощо)	29	49	13	9	107
8	Покращення соціально-психологічного клімату, стосунків в організації	29	49	16	6	107
9	Психологічна допомога при підготовці та проведенні ділових переговорів	29	44	22	5	102
10	Психологічні дослідження ринку	36	29	18	17	101
	Середні значення	38	40	16	6	

З результатів видно, що 38% усіх отриманих відповідей припадають на оцінку "це дуже потрібно моєму бізнесу", а ще 40% – на "іноді така потреба виникає (може виникнути)", тобто існує актуальна і потенційна потреба підприємців у психологічних послугах.

Перші дві позиції у рейтингу потрібності серед психологічних послуг займають послуги щодо психологічного забезпечення маркетингової діяльності підприємства. Лідером виступає "психологічне забезпечення формування іміджу фірми, магазину" – більше половини (60%) респондентів мають нагальну потребу у цьому, на другому місці – "розробка реклами, засобів просування товару". Загалом можна сказати, що продовжується тенденція відображена у результатах відповідей на перші два питання: стосовно важливості і бажаності для конкурентноздатності сформованості у покупців гарної думки про фірму й якість товару, а також розвиненості мотивації до успіху самого підприємця.

Крім згаданих запитань анкети, респондентам були запропоновані незакінчені речення для виявлення їх цінностей, пов'язаних з підприємництвом, зон найближчого розвитку, головних проблем підприємницької діяльності, а також страхів та побоювань, пов'язаних з нею.

Перше речення було сформульовано таким чином: "У своїй підприємницькій діяльності (майбутній підприємницькій діяльності) я маю (буду мати) і хочу мати ...". Виявлені головні цінності підприємницької діяльності повністю співпадають з базовими цілями бізнес-організацій: "прибуток" (28% від загальної кількості отриманих відповідей), "розвиток, розширення бізнесу" (26%), "гарний колектив" (8%) та "клієнти" (8%). 8% закінчили речення словом "успіх", що цілком може стосуватись вже згаданих цінностей, також окремі респонденти називали стабільність та свої окремі особистісні характеристики.

Що стосується проблемних зон (маю (буду мати), але не хочу мати...), то тут було виявлено дві головні перешкоди: а) тиск з боку державних органів – "влада", "бюрократія", "корумпованість", "реформи", "санстанція" (25%); б) конкуренція з боку інших організацій (22%). Якщо друге явище є цілком природною особливістю ринкових відносин, то перше аж ніяк не свідчить про нормальний стан справ у стосунках держави і підприємців. Також знайшлося місце проблемам, пов'язаним з особистістю самих підприємців – невпевненість у собі, слабка розвиненість окремих якостей (загалом 11%).

Головні зони й умови розвитку визначались за допомогою речення "У своїй підприємницькій діяльності (майбутній підприємницькій діяльності) я не маю, але хочу мати...". На перше місце тут вийшли матеріальні ресурси ("додатковий капітал", "транспорт", "приміщення", "обладнання") – 33%. Далі йдуть "розширений бізнес" – 22%, "стабільне законодавство", "підтримка держави" – 16%, розвинені окремі особистісні якості ("упевненість у собі", "рішучість") – 13%.

Нарешті, за допомогою незакінченого речення була здійснена спроба виявити основні страхи та побоювання респондентів, пов'язані з підприємницькою діяльністю (не маю і не хочу мати...). Аналіз

результатів показав, що серед побоювань підприємців на перше місце вийшли можливі проблеми у стосунках з державними органами влади ("податкова інспекція", "закон", "перевірки") – 21%, а на друге – страх фінансових втрат – 18%. Перше може свідчити як про страх стати жертвою чиновницького свавілля, так і про недотримання підприємцями норм законодавства у окремих випадках, а от підстави другого побоювання цілком зрозумілі, адже підприємець несе особисту фінансову відповідальність за свій бізнес. Решта виявлених побоювань стосуються можливих кадрових проблем (9%), конкуренції (9%) та конфліктів (9%).

Висновки. Таким чином, опитані підприємці дають загалом високу оцінку ступеню впливу психологічних чинників на конкурентноздатність своїх підприємств та бізнес-проектів, виділяючи серед них власні особистісні особливості, гарну думку клієнтів про свою фірму та якість товарів (послуг), що надаються. Переважна більшість опитаних діючих підприємців вважає, що використання психологічних чинників у їх бізнесі є на належному рівні за більшістю параметрів, а підприємці-початківці налаштовані ще більш оптимістично щодо їх актуалізації у своєму майбутньому бізнесі. Але, у той же час, і ті, й інші декларують потребу в отриманні послуг психологічного забезпечення конкурентноздатності свого бізнесу, особливо його взаємодій з клієнтами. Серед цінностей, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, на перші місця вийшли прибуток та розширення бізнесу, а от головні проблеми та побоювання асоціюються з перешкодами з боку держави.

Використані джерела

1. Волеваха І.Б. Модель психологічних чинників конкурентноздатності підприємницького проекту / І.Б. Волеваха, С.В. Волеваха // Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи їх вирішення. Збірник матеріалів Міжвузівської науково-практичної конференції Чернігівської філії Приватного Вищого навчального закладу "Європейський університет". – Чернігів, 2011. – С. 31-34.
2. Волеваха І.Б. Психологічні чинники конкурентноздатності підприємницького проекту малого бізнесу / І.Б. Волеваха // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія: Психологічні науки: Збірник наукових праць. – Вип. 82. – Том 1. – С. 83-86.
3. Гнилитская Е.В. Институционально-психологические основания успешного развития предпринимательства / Е.В.Гнилитская // Российское предпринимательство. – 2006. – № 4 (76). – С. 46-53.
4. Захаріяш Л. Соціально-психологічні особливості успішного підприємця [Електронний ресурс] / Лілія Захаріяш. – Режим доступу: // <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=76&c=1838>
5. Карамушка Л.М. Технологія психологічного забезпечення ефективності підприємницької діяльності / Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, О.А. Філь // Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / за наук. ред. Л.М. Карамушки. – К.: Фірма "ІНКОС", 2005. – С.85-110.
6. Креденцер О.В. Аналіз психологічної готовності підприємців до професійної діяльності як чинник розвитку підприємницьких організацій / О.В. Креденцер // Актуальні проблеми психології Збірник наукових праць Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – 2009. – Частина 24. – Режим доступу: // http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpip/1/2009_24/RED_Zbirnyk24_20.pdf
7. Худякова Н.Ю. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності: автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.10 / Н.Ю. Худякова; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. – К., 2008. – 19 с.
8. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. / Ю.В. Щербатых. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.

Volevakha I.B.

THE PSYCHOLOGICAL FACTORS OF COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESSES THROUGH ENTREPRENEURS' EVALUATIONS

The article is devoted to the psychological factors of competitiveness of small businesses. The results of entrepreneurs' survey on the evaluation of the degree of the psychological factors impact on the competitiveness, the degree of psychological factors actualization in their business, the expediency of psychologist services for competitiveness improving, values concerned with entrepreneurship, the nearest areas of development, major business problems, fears and apprehensions associated with it are discussed.

Key words: entrepreneurs, small business, competitiveness, psychological factors, evaluations.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2011