

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора Бутка М. П.*

«Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ – 2016

УДК 159.98:33(075.8)

ББК 88.4+65.49я73

Б 93

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Чернігівського національного технологічного університету
(протокол № 6 від 29 червня 2016 р.)*

Рецензенти:

Чернюк Л. Г., доктор економічних наук, професор;

Бондаренко В. М., доктор економічних наук, професор;

Бушай І.М., доктор психологічних наук, професор.

***Творчий колектив висловлює щиру вдячність
ТОВ «Атілос» і особисто Анатолію Васильовичу Хрущу
за надану допомогу у виданні цієї книги***

Бутко М. П. Економічна психологія. [текст] навч. посіб. / За заг. ред. Бутка
Б 93 М. П. / М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа – К. : «Центр учбової
літератури», 2016. – 232 с.

ISBN 978-617-673-485-7

У навчальному посібнику розкрито теоретичні та методичні засади економічної психології, визначено загальні закономірності й прояви індивідуальної та групової поведінки в різних ситуаціях економічного життя, а також фактори і механізми впливу економічних явищ на формування особистості і її поведінку.

Приділено особливу увагу ставленню людини до грошей, сприйняттю статків і бідності, підприємницької діяльності, бізнесу, фінансового сектору економіки.

Для студентів, викладачів та керівників всіх рівнів.

УДК 159.98:33(075.8)

ББК 88.4+65.49я73

ISBN 978-617-673-485-7

© Бутко М.П., Неживенко А.П., Пепа Т.В., 2016.
© «Видавництво «Центр учбової літератури», 2016.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
Тема 1. ПРЕДМЕТ, ЗАВДАННЯ ТА СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ. ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА	9
1. Об'єкт, предмет та методи економічної психології	9
2. Історія виникнення та розвитку економічної психології	15
3. Економічна психологія в системі наук	19
4. Економічна поведінка прийняття рішень.	22
Тема 2. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ . .	26
1. Базові методи дослідження в економічній психології.	26
2. Основні типи поведінки індивідів.	30
3. Мотиваційно-вольовий компонент економічної поведінки . . .	34
4. Поведінкові особливості в кризових ситуаціях	37
Тема 3. ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ СПРИЙНЯТТЯ ГРОШЕЙ . . .	42
1. Гроші як об'єкт психологічних досліджень	42
2. Типи й акцентуації особистості в контексті використання грошей.	49
3. Фактори, що впливають на ставлення до грошей	51
4. Ставлення до грошей у різних соціальних групах населення . .	55
Тема 4. ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	61
1. Психологічні передумови підприємництва.	61
2. Етика та ідеологія підприємництва	68
3. Психологічний портрет підприємця.	71
4. Підприємець та менеджер: психологічні умови поведінки. . . .	78
Тема 5. УМОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.	81
1. Сутність і структура трудового потенціалу	81
2. Характеристика трудового потенціалу	83
3. Умови формування та розвитку трудового потенціалу	91
4. Фактори соціально-психологічного впливу на кадровий потенціал	95

Тема 6. РИНОК ПРАЦІ	100
1. Поняття праці як фактора виробництва.	100
2. Структура, моделі та функції ринку праці	103
3. Методи регулювання ринку праці.	110
4. Проблеми сучасного розвитку ринку праці в Україні.	112
Тема 7. ПСИХОЛОГІЯ ВИБОРУ ПРОФЕСІЇ.	120
1. Основні підходи до професійного самовизначення особистості	120
2. Адаптація до праці та фактори її мотивації	123
3. Планування кар'єри.	130
4. Професіограма менеджера	139
Тема 8. ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАЧА	148
1. Фактори споживацького вибору.	148
2. Типові ефекти споживацької поведінки	149
3. Моделі вибіркової поведінки споживача	150
4. Маркетингові дослідження поведінки споживачів	155
Тема 9. ФАКТОРИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА СУБ'ЄКТІВ ФОНДОВОГО ТА ФІНАНСОВОГО РИНКІВ.	158
1. Психологічні дослідження цікавості до фінансових ринків	158
2. Психологія поведінки платників податків	168
3. Загальні психологічні закономірності поведінки на біржі	180
4. Психологічний портрет брокера валютної біржі.	191
Тема 10. ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ ПРОЯВ В ЕКОНОМІЦІ І ПСИХОЛОГІЇ	194
1. Економічна сутність та психологічні проблеми інновацій	194
2. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком	198
3. Роль освіти у розвитку національної інноваційної системи	205
4. Психологічні аспекти знаннєвої економіки	215
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.	225

ПЕРЕДМОВА

Проблеми модернізації суспільного розвитку продовжують бути актуальними в сучасному світі, про що засвідчує досвід навіть високо розвинутих країн. Для України, яка обрала шлях євроінтеграції, ці проблеми набувають особливої гостроти внаслідок оголення успадкованих та накопичених у трансформаційний період негативних наслідків у сфері економіки, соціального розвитку, освіти, науки, екології. На тлі військової агресії з боку Росії, наростання масштабів внутрішньої міграції та бідності широких верств населення погіршився психологічний стан українського суспільства.

Сучасна концепція людського розвитку виходить з того, що всі події, явища, які відбуваються в житті особистості, мають вплив на її розвиток та залежать від неї самої. Саме цим керувались автори цього посібника у підходах до викладу психологічного сприйняття найгостріших викликів нової моделі ринкової економіки. Адже навіть подолавши чверть століття власної державності значна частина населення України, серед якої багато молоді, не можуть збагнути природу високого безробіття, коливання валютного курсу, інфляційних процесів, знецінення грошей. Автори поставили собі за мету довести передусім для студентів психологічні аспекти трансформаційних процесів у сфері економіки.

Економічна психологія – новий міждисциплінарний напрямок науки, який стрімко розвивається та спонукає поєднати принципи та прийоми економіки та психології для дослідження економічної поведінки особистості, взаємовідносин суб'єктів господарської сфери, окремих сфер економічної діяльності та регіонів.

Серед проблем, що потребують подальшого дослідження, – питання місця людини в системі продуктивних сил, структури економічної свідомості й проблем її формування; вивчення ставлення людини до різних форм власності; психологічні аспекти розподілу і споживання; кількісні та якісні характеристики потреб людини, закономірності їх зародження, розвитку, задоволення і відтворення; психологічні умови ефективності планування; розробка на основі психологічних досліджень концепцій і практичних рекомендацій, здатних вплинути на подальше підвищення якості життя людей.

На думку авторів головним завданням економічної психології виступає економічна свідомість, під якою розуміється вищий рівень відображення економічних відносин людиною.

Об'єктом економічної психології є процеси, що діють в мікро-, макро- та мезоекономічному середовищі, де індивіди і групи одночасно проявляються в якості учасників і організаторів виробництва, власників, акціонерів, найманих працівників, менеджерів, покупців, тобто людей в різних ролях в умовах відкритості ринку.

Предметом економічної психології є теоретико-методологічні і прикладні закономірності та особливості прояву індивідуальних і групових психологічних якостей в економічному середовищі, а також чинники і механізми впливу економічних явищ на формування поведінки особистості в ринковому середовищі.

В рамках мікроекономіки досліджуються економічні та психологічні поведінки людей та сфери малого бізнесу в умовах конкуренції.

Виходячи з уявлень про відносно стійку економічну реальність дослідження дає відповідь на запитання як налагодити економічну діяльність, підвищивши ефективність її результатів.

Мікроекономічна психологія намагається враховувати людський чинник в економічній поведінці через характеристику особистості, особливості її поведінки, прояв схильностей до ухвалення рішень у сфері сімейного бюджету; економічної соціалізації дітей; формування психології споживача і клієнта та різних видів підприємницької діяльності на рівні господарюючих суб'єктів.

В рамках макроекономіки досліджуються психологічні наслідки глобальних економічних тенденцій на економічну поведінку господарюючих суб'єктів та окремих людей через інвестиційний клімат, інфляцію, безробіття, тінізацію економіки, корупцію, кризові явища та економічну залежність.

У макроекономіці фігурують економічні об'єкти окремих держав, транснаціональних корпорацій, політико-економічних союзів тощо.

Напрямки дослідження економічної психології на мезорівні найбільш складні, оскільки вони зачіпають інтереси різних верств населення, яке проживає на конкретній території. Окрім того, продуктивні сили нині розвиваються не в умовах галузевої орієнтації, а в напрямі локалізаційної структуризації. Саме на мезорівні формується інвестиційна привабливість, створюються сучасні інноваційні структури, створюються нові робочі місця, особливо в нетрадиційних сферах господарської діяльності.

Виключно на мезорівні функціонують технопарки, технополіси, кластери, логістичні платформи, індустріальні парки, налагоджується транскордонне співробітництво.

Основними **завданнями** вивчення курсу «Економічна психологія» є:

- сформувати базову систему наукових знань у галузі економічної психології, сучасних концепцій та актуальних проблем теорії та практики цієї навчальної дисципліни;

- привити навички теоретичного аналізу проблем економічної психології, які є актуальними в умовах відкритої економіки;

- підвищити рівень економічної компетентності студентів у ставленні до поведінки суб'єктів господарської діяльності;

- сформувати критерії емпіричних досліджень економічних явищ на різних ієрархічних рівнях;

- опанувати сутність знаннєвої економіки та окреслити шляхи подолання проблем її становлення в Україні.

Навчальний посібник зорієнтований на підготовку бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво», 0306 «Менеджмент».

У результаті вивчення курсу «Економічна психологія» студенти повинні **знати:**

- історію розвитку економічної психології як системи наукового знання;

- основні концепції економічної психології;

- варіативність економічної поведінки індивіда і соціальних груп у сфері економічного життя;

- моделі психологічного ставлення до економічної проблематики, які є наслідком не лише раціональних інтересів, але й ірраціональних причин;

- економічну сутність та психологічні аспекти інновацій.

У результаті вивчення курсу «Економічна психологія» студенти повинні **уміти:**

- орієнтуватись у психологічних аспектах проблем фінансів і грошового обігу, споживчої поведінки, економічної політики;

- знаходити і аналізувати психологічні чинники, що впливають на економічну активність;

- прогнозувати можливі наслідки впливу психологічних чинників на різні форми економічної поведінки;

- акцентувати увагу на індивідуальних відмінностях економічної поведінки окремих суб'єктів у трансформаційних умовах;

- використовувати отримані знання для формування власної економічної поведінки.

Структура, послідовність і взаємозв'язок тем спрямовані на реалізацію концепції посібника – сприяти підготовці нової генерації менеджерів, економічних психологів, здатних успішно працювати у ринкових умовах.

Авторський колектив формував посібник на засадах синергії з урахуванням власного наукового і практичного досвіду.

Висловлюємо слова щирої вдячності рецензентам – економістам, зокрема Заслуженому діячеві науки і техніки України, доктору економічних наук, професору Чернюк Л.Г. та доктору економічних наук, професору Бондаренку В.М. за вимогливе ставлення і слушні пропозиції до структури і викладу матеріалів окремих тем.

Неоціненну допомогу у гармонізації психологічних аспектів поведінки економічних агентів з сучасними реаліями розвитку вітчизняної господарської системи надав авторам доктор психологічних наук, професор Бушай І.М.

Будемо вдячні всьому читацькому загалу за зауваження і пропозиції до змістовного наповнення і структурної побудови посібника, які обов'язково будуть враховані в наступних його виданнях.

ТЕМА 1

ПРЕДМЕТ, ЗАВДАННЯ ТА СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ. ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА

1. Об'єкт, предмет та методи економічної психології
2. Історія виникнення та розвитку економічної психології
3. Економічна психологія в системі наук
4. Економічна поведінка прийняття рішень

1. Об'єкт, предмет та методи економічної психології

Економічна психологія – це психологія суб'єкта господарських відносин. Господарські відносини, які опираються на продуктивні сили й виробничі відносини суспільства, що охоплює сферу праці й керування, підприємництва, товарно-грошового обміну, розподілу й споживання, являють собою суб'єктивовану форму цих відносин і прав власності. Закономірності психологічного відбиття господарських відносин становлять предмет економічної психології.

Економічна психологія – це науковий напрям, що вивчає поведінку людей в умовах економічних стосунків, тобто в умовах виробництва, розподілу, обміну, споживання, володіння й управління.

Економічна психологія виникла у результаті усвідомлення того факту, що розуміння поведінки людини у сфері економічних стосунків і вибору успішної економічної політики неможливі без розуміння психологічних особливостей людини як суб'єкта цих стосунків. Поява нової галузі знань на стику економічної теорії і психології була зумовлена об'єктивними вимогами вирішення практичних завдань у фінансово-економічній галузі, психології маркетингу, сприйняття грошей, споживчої поведінки, психології інвестиційної і накопичувальної поведінки, психологічних аспектів економічної політики, психології реклами і т. ін.

Економічний підхід розглядає економічну поведінку як економічно доцільну, раціональну, спрямовану на максимізацію вигоди і мінімізацію витрат. Головним завданням економіки і є вивчення законів ведення ефективнішого господарювання.

Підхід економіки до психології в сучасних умовах: знання психології можуть бути корисними для підвищення успішності економічної діяльності.

Мета досліджень полягає у спробі прогнозування впливу настроїв, почуттів, уподобань, смаків та життєвих реалій на збалансованість результатів економічної діяльності.

Господарюючим суб'єктом при цьому є окрема особистість, домогосподарство, підприємство, держава. З огляду на це об'єктом дослідження економічної психології може бути представлений на різних рівнях – мікро-, мезо- і макроекономічному.

Об'єктом економічної психології є процеси функціонування економічного середовища, де учасниками є споживачі, організатори виробництва, власники, наймані працівники, тобто люди, котрі є суб'єктами ринкових відносин.

Предметом економічної психології є теоретичні, методологічні та прикладні закономірності і особливості прояву індивідуальних і групових психологічних якостей в економічному середовищі та їх впливу на результати економічної діяльності.

У межах мікроекономіки досліджуються економічні та психологічні особливості поведінки людей та господарюючих суб'єктів в умовах конкуренції. Мікроекономіка оперує поняттями: ринкове середовище, ціни, витрати, прибуток.

Мікроекономічна психологія намагається враховувати людський чинник в економічній поведінці: особливості поведінки і діяльності людини; ухвалення рішень у сфері сімейного бюджету; економічна соціалізація дітей у сім'ї; біхевіоризм в управлінні; психологія споживачів, психологія взаємодії сторін у процесі купівлі-продажу; порозуміння господарюючих суб'єктів у споріднених сферах підприємницької діяльності (виробнича, інфраструктурна сфери, ринкове середовище, посередницька діяльність).

У межах макроекономіки досліджуються психологічні наслідки глобальних економічних тенденцій на економічну поведінку громадян та господарюючих суб'єктів: *інфляція, безробіття, мінізація економіки, корупція, багатство і бідність, економічні кризи, залежність (сировинна, енергетична, технологічна, фінансова, культурно-інформаційна тощо)*.

У макроекономіці фігурують: економічні об'єкти рівня окремих держав, транснаціональних корпорацій, політико-економічних союзів; поняття: економічна політика, економічний добробут, пропорції розподілу національного доходу, інфляція, сукупність інвестицій.

На мезорівні психологічні аспекти економічних трансформацій мають найбільш полярний прояв, оскільки макро- та мікро-економічні наслідки національних чи секторальних перетворень накладаються на рівень і якість життя людей, котрі проявляються у втраті робочих місць, загостренні проблем освіти, охорони здоров'я, культури тощо, які обумовлюють психологічне пригнічення людини в умовах глибокої стратифікації її реальних можливостей.

Напрямки дослідження економічної психології. Виділяють три найважливіші напрями досліджень, що мають відношення до трьох типів економічної реальності, а саме:

- ринок (це насамперед економічна психологія споживача й психологія ведення домашнього господарства);
- бізнес (поводження й психологічні особливості підприємця, укладання угод, ведення переговорів, конкуренція, комерційна таємниця й ін.);
- відносини «суспільство – громадянин» (податки, прибутку, інфляція, безробіття, вплив на населення заходів економічної політики).

Принципи та завдання економічної психології. До методологічних принципів економічної психології слід віднести:

Принцип культурно-історичної зумовленості економічної поведінки – особливості економічної поведінки залежать від культури та рівня розвитку суспільства.

Принцип суб'єктності – людина в економічному житті є активною, усвідомлює свої цілі, цілеспрямовано керує своїми вчинками, обирає лише ті засоби, які потрібні їй для актуальних для неї питань, індивідуальним чином взаємодіє з різноманітними економічними суб'єктами (людьми, організаціями).

Принцип взаємозалежності свідомості та поведінки – людські вчинки не завжди на 100 % відповідають їх ідеям, смакам, цінностям, цілям. Поведінка та свідомість є залежними, однак не тотожними проявами людини.

Принцип взаємовпливу економічних та соціально-психологічних явищ – економічні умови впливають на людину, її світогляд, поведінку, настрої.

Принцип наближення емпіричних досліджень до практики – наукові зусилля необхідно пов'язувати з реальними проблемами економіки, її суб'єктів.

До основних **завдань** економічної психології належать:

- підвищення якості та конкурентоспроможності національної продукції;
- заощадження ресурсів;
- максимальна активізація творчого потенціалу суспільства;
- суттєве підвищення економічних показників.

В економічній психології використовується багато груп методів, з огляду на те, що в цьому випадку йдеться про суміжний характер досліджень як психологічного, так і економічного порядку.

До першої групи відносяться традиційно-психологічні методи – спостереження, експеримент, інтерв'ю, анкетування, математичні статистичні методи. Опитування з цієї позиції вимагають репрезентативних вибірок, вимоги до надійності методик, дотримання процедур, достовірності результатів на етапі їх інтерпретації та підтвердження гіпотез

До другої групи відносяться загальнонаукові методи – аналіз, синтез, моделювання, абстрагування, історичний метод.

До третьої групи належать конкретні психолого-економічні методи – економіко-психологічний експеримент та ін.

Методами отримання інформації в маркетингових дослідженнях є кількісні та якісні методи: опитування (анкетування, інтерв'ю, фокус-групи, хол-тести), спостереження, експеримент, панель, експертні оцінки.

Опитування – це усне (контактне чи телефонне) або письмове з'ясування позиції людей або отримання від них реакції на поставлене питання чи проблему, що виникла.

Усні телефонні опитування здійснюють у формі інтерв'ю, їх класифікують за:

- категорією опитуваних (пересічні особи, експерти, підприємці);
- кількістю одночасно опитуваних (одиничне або групове інтерв'ю);
- рівнем стандартизації (вільне, структуроване, повністю стандартизоване інтерв'ю);
- частотою опитування (одноразове або багаторазове опитування).

У ході вільного опитування (інтерв'ю) інтерв'юер дотримується лише чітко обраної теми і мети, однак не має чітко заданої структури опитування. До переваг вільного опитування можна віднести:

- можливість індивідуального підходу до кожного з опитуваних, що допомагає встановити контакт і підтримувати атмосферу довіри;
- можливість отримання додаткової інформації, не передбачену структурою стандартизованого опитування.

Недоліками вільного опитування є:

- труднощі у протоколюванні відповідей;
- складність у порівнянні отриманих результатів;
- труднощі в обробленні даних;
- високі витрати.

При письмовому опитуванні учасники одержують анкети, які їм пропонують заповнити. При цьому використовуються переважно закриті запитання, відповідь на які пропонують обрати з наведених варіантів.

Питання в маркетингових анкетах можуть мати форму:

- з відповідями: «так», «ні», «не знаю»;
- потрібно вибрати одну з декількох можливих відповідей;
- потрібно оцінити (якість чи привабливість) декількох об'єктів (наприклад, різні марки автомобілів).

Існують рекомендації щодо проведення опитувань: питання повинні бути простими, зрозумілими, однозначними, нейтральними; анкети мають починатися з простіших запитань і завершуватися більш складними, делікатними; для збільшення відсотка повернення анкет опитуваних слід заохочувати (невеликим обсягом анкети, телефонним про-

ханням, наявністю конверту зі зворотною адресою, привабливим оформленням, пільгами).

Спостереження – планомірне (здебільшого приховане) дослідження реакцій та поведінки людей (зокрема купівельної поведінки).

Такий метод є ефективним для дослідження поведінки покупців у місцях продажу (перед стендами з товарами), для вивчення безпосередньої взаємодії покупця (клієнта) з продавцем (особою, яка надає послуги).

Метод спостереження має переваги порівняно з опитуванням:

- 1) більш висока об'єктивність у дослідженні поведінки людей;
- 2) усунення можливості людини (як клієнта, покупця) прикрашати чи спотворювати свої уподобання, установки;
- 3) можливість спостерігати і досліджувати неусвідомлену (імпульсивну, афективну) поведінку людей;
- 4) можливість фіксації на відео- чи аудіоносії дійсних ситуацій.

Недоліками спостереження як методу є труднощі із забезпеченням репрезентативності (наприклад, під час спостереження поведінки покупців у магазині вибірку неможливо зробити відповідною до демографічної структури суспільства).

Експеримент – це дослідження впливу одного стимулу на поведінку людини при одночасному обмеженні впливу сторонніх стимулів. Ознаками експерименту є:

- контрольовані зміни (окремі стимули змінюються під контролем дослідника, а інші стимули повинні залишатися приблизно постійними);
- активна фіксація та проколювання змін у поведінці досліджуваної людини під впливом стимулів;
- можливість виявлення причинно-наслідкових зв'язків.

З огляду на зовнішні умови експерименти класифікують на: експерименти в лабораторних умовах, у штучних умовах, у реальних умовах (польові).

Майданчикові дослідження – це дослідження постійної репрезентації з метою отримання первинної інформації про стан ринків, сфер економічної діяльності, окремих підприємств, домогосподарств, індивідуальних споживачів. Цей метод полягає в тому, щоб на основі сформованої аудиторії регулярно отримувати від неї інформацію у вигляді заповнених анкет.

Майданчикові дослідження можуть бути: а) короткостроковими – протягом 1–2 тижнів респондент щодня заповнює і передає анкету представнику організації; б) довгострокові – протягом півроку, року або ж декількох років де інформація подається раз на тиждень, місяць, квартал чи інший період; в) інформація фіксується не в письмовій (анкетній) формі, а за допомогою відео- і аудіопристроїв, котрі фіксують, які саме програми, канали, чи веб-сторінки учасник досліджен-

ня слухає, сприймає по радіо, телебаченню, Інтернету (їх тривалість, час доби).

До найпопулярніших видів майданчикових досліджень відносяться:

1. Майданчик продавців (магазини, кіоски, системний рітейл, обсяг продаж та частка їх ринку, дистрибуція, роздрібні ціни).

2. Майданчик споживання (обсяг споживання, частка ринку, середня роздрібна ціна, купівельна поведінка, профіль споживання, звички споживання).

3. Інформаційний майданчик (обсяг телепереглядів, рейтинг каналів та їх частка, стан ринку телекомунікацій та його вплив на економіку і психологію).

Для покращення якості управлінських рішень використовуються методи, такі як:

Мозковий штурм – 5–9 експертів протягом 1 години працюють над творчим вирішенням конкретної економічної задачі. При цьому дотримуються правил (вільно висловлювати ідеї, пропозиції; не критикувати партнерів; пропонувати якомога більше ідей; обмінюватися враженнями та намагатися поєднати запропоновані ідеї в найбільш економічно вдалі рішення).

Синектика – пошук ідей нових товарів та послуг на основі використання *аналогій* з інших сфер життя. Процедура роботи нагадує мозковий штурм, при цьому експерти застосовують: *прямі аналогії* (яким чином розв'язуються схожі задачі), *особиста аналогія* (увійти в образ об'єкта), *символічна аналогія* (запропонувати словесно-образне визначення проблеми), *фантастична аналогія* (висловлюватися від імені фантастичного, казкового персонажу). Уяву можна стимулювати показом зображень – слайдів, ілюстрацій, роликів, з їх наступним обговоренням, аналізом, дофантазовуванням.

Морфологічний аналіз – виділення найважливіших параметрів об'єкта, з подальшим вивченням всіх можливих їх співвідношень, поєднань, комбінацій. Процедурно спочатку проблема описується в загальних рисах, в подальшому вона поділяється на параметричні складові (форма товару, упаковка, матеріал, вартість), які на завершальному етапі систематизуються та пропонуються варіанти декількох рішень, які є найбільш вдалими.

Теорія ігор – прогнозування можливої реакції конкурентів, партнерів, клієнтів, влади на зміну бренда, цін, пропозицій (асортименту товарів чи послуг), запровадження інновацій, об'єднання з іншими економічними суб'єктами (злиття, співпраця, залучення інвестицій).

Використання описаних методів дозволяє успішно вирішувати наукові, винахідницькі, інноваційні, господарські проблеми, виявляти та узгоджувати інтереси різноманітних корпоративних груп, формувати

належну культуру економічно-управлінського мислення співпрацівників.

Крім вищезазначених методів, в економічній психології застосовують логіко-теоретичний аналіз, метод моделювання.

Звертаючись до структури економічної психології, варто зазначити, що проблематика цієї науки багата й різноманітна. У західноєвропейській й американській науці вона містить у собі три основні сфери, спрямовані за трьома типами економічної реальності, а саме:

- ринок (це, насамперед, психологія споживача й психологія ведення домашнього господарства);
- бізнес (поводження й психологічні особливості підприємця, укладання угод, ведення переговорів, конкуренція, комерційна таємниця й ін.);
- відносини «суспільство – громадянин» (податки, прибутку, інфляція, безробіття, вплив на населення заходів економічної політики).

2. Історія виникнення та розвитку економічної психології

Економічна психологія як самостійна галузь знання стала формуватися в першій третині XX століття. Проте її джерела відображені ще у працях таких економістів, як А. Сміт (1723–1790), який вважається засновником економіки як самостійної науки; А. Маршалл (1842–1924), який створив мікроекономічну теорію; Дж. М. Кейнс (1883–1946) – автор теорії макроекономіки. Їхніми зусиллями було сформовано теорію раціональної «економічної людини».

Класична модель «економічної людини» передбачає незалежність її від інших діючих на конкурентному ринку суб'єктів, раціональність; володіння новою інформацією про ситуацію, в якій вона діє, задовольняючи свої потреби; прагнення до максимізації своєї вигоди. Відповідно до змін самого ринкового господарства еволюціонував і образ «економічної людини».

Одним з перших помітив, що модель «економічної людини» стає анахронізмом, Т. Веблен (1857–1929). Він вважав, що головним мотивом економічної поведінки людей є прагнення підвищити соціальний статус, а це стимулює технічний прогрес. У зв'язку з цим науковець наголошував на необхідності дослідження людської природи, яка визначається, по-перше, цілями людської поведінки, що формуються в культурному контексті і передаються з покоління у покоління. По-друге, культурно-обумовленим характером – інститутами, засобами досягнення цілей. Отже, Т. Веблен вважав за необхідне у процесі дослідження економічної реальності звернутися до методів психології.

Потреба переходу в дослідженні економічної реальності на рівень психології була обумовлена вступом розвинених країн в епоху постін-

дустріального суспільства. Зросло значення особистості в різних сферах економіки – виробництві, розподілі, обміні, управлінні. Індивід отримав матеріальну, інформаційну, енергетичну та інші можливості радикально впливати на результати діяльності організації та інших соціально-економічних систем як позитивно, так і негативно. Крім того, постіндустріальне суспільство змінило сферу споживання, поставивши за мету економіки задоволення потреб не стільки груп населення, скільки окремої особистості, індивідуума. В цих умовах моделі, розроблені в межах класичної економічної теорії, виявилися неадекватними. Цілком зрозуміло, що коли постає завдання досліджувати такі дії людини і суспільства, як вибір рішення в економічній ситуації, а діюча особа – індивідуум, то необхідно звертатися до сфери спеціальних наук про людину, в першу чергу до психології.

Отже, економічна психологія започатковувалась як прикладна наука. Її завданням було дослідити причини невідповідності поведінки «економічної людини» економічній практиці. Хоча перші праці з економічної психології з'явилися ще наприкінці XIX століття (Г. Мюнстерберг), широкого визнання сформульовані в них ідеї не здобули. У 1902 році французький соціопсихолог Г. Тард написав двотомник «Економічна психологія», який теж не був належно оцінений.

Американський психолог угорського походження **Джордж Катона** (1901–1981) був першим, хто зосередив свою увагу на наявності психологічних феноменів у економічних явищах і процесах. Він увів до загальної економічної теорії такі поняття, як «відношення до чогось...», «настрій» і «очікування». У США він вважається батьком економічної психології. Він перший почав систематично застосовувати психологічну теорію і методи для дослідження економічних проблем. Дж. Катона сформулював одну з базових ідей економічної психології: купівля залежить не лише від здатності (економічній можливості) зробити покупку, але і від бажання її зробити (психологічної готовності).

Дж. Катона запропонував загальну модель, що включає основні групи чинників економічної поведінки, яка, незважаючи на усю її спрощеність і біхевіористський крен, визначає місце психічних процесів як проміжних змінних, що опосередковують вплив зовнішніх умов на економічну поведінку:

Об'єктивне середовище ► Психологічні процеси ► Економічна поведінка

Дж. Катона вважав, що люди не є автоматичними у своїх реакціях на зовнішні стимули (економічні, владні). Вони мають здатність навчатися і коректувати свої цілі. Дж. Катона звертав увагу, що на поведінку людей впливають установки (attitudes) – довіра, оптимізм, самооцінка тощо.

Неекономічні мотиви особливо стають помітними, коли зростає рівень доходів громадяни, коли вони користуються кредитом, інвестують у будівництво житла, купівлю автомобіля та інших речей.

Дж. Катона, аналізуючи людей бізнесу, виявив, що їх рішення не завжди спричинені меркантильними мотивами. Чим більш успішний бізнесмен, тим більше він переслідує нематеріальні прибутки.

Вивчаючи поведінку споживача, він став одним з найяскравіших представників маркетингової гілки економічної психології. У 1970-і роки створюється Міжнародна асоціація з досліджень у галузі економічної психології. Західні психологи активно вивчають економічну реальність, про що свідчить не тільки велика кількість досліджень з цієї тематики, але й заснування журналу «Економічна психологія». Започатковуються й окремі галузі економічної психології, зокрема вікова економічна психологія, психологія споживача та інші.

Динаміка розвитку економічної психології пов'язана з закономірностями розвитку суспільства, в якому все більшого значення набуває потреба зрозуміти не тільки закономірності світу зовнішнього, предметного, але й внутрішнього, духовного. На цей час у міжнародній економічній психології сформувались такі напрямки досліджень: психологія підприємництва, психологія грошей, психологія споживання, психологія економічної поведінки, психологія накопичення, економічна соціалізація, психологія прийняття рішень.

У пострадянській науці перші роботи з проблем економічної психології з'явилися у 1980–1990 роках. У них досліджувалися засоби підвищення ефективності господарського механізму. Тематика економічної психології пов'язувалася з людським фактором у виробництві та проблемами управління, а сама економічна психологія розглядалася як наука про психологічні умови ефективного господарювання. Йшлося про необхідність використання керівниками психологічних знань для активізації людського фактора. Саме тому економічна психологія розвивається певний час у межах промислової психології і психології управління. Проте уже тоді з'являються праці, в яких обґрунтовується необхідність виділити економічну психологію в окрему галузь науки. Так, А. Кітов наголошує, що економіка і психологія – це галузі знань, які вивчають той самий об'єкт – людину. Економічна наука досліджує відносини людей у суспільстві стосовно «речей» і не приділяє уваги впливові суб'єктивних факторів на економічні відносини. Психологічна ж наука цілком зосереджується на людині, суб'єктивних аспектах суспільних відносин, абстрагуючись від конкретного економічного контексту. Значно глибше відображає економічне життя суспільства економічна психологія, яка об'єднує зусилля економічної і психологічної наук.

С. Малахов, один з перших радянських дослідників економічної психології, в дискусії щодо її предмета звернув увагу на розвиток на Заході «психологічної економіки» (або «поведінкової економіки») та «економічної психології». Він вбачав різницю між ними в методах дослідження. Психологічна економіка використовує абстрактно-дедуктивний метод, а економічна психологія – конкретно-індуктивний. Водночас межі між психологічною економікою й економічною психологією важко виявити, а їх предметні площини перетинаються.

Об'єктивною передумовою становлення економічної психології, зокрема в Україні, в самостійну науку були радикальні перетворення, зміна економічних стосунків, передусім у сфері власності на засоби виробництва, появу нових суб'єктів економічної активності.

У середині 1990-х років починають з'являтися праці українських дослідників, виконані в межах психології управління, в яких аналізуються проблеми економічної психології (Г. Щекін, В. Вітлінський, В. Лозниця, А. Кисельов, П. Друкер, Ю. Дайновський та інші). Інтерес вітчизняних вчених концентрується також на людському факторі в економіці (В. Лагутін), психології підприємництва (В. Рибалко).

Увагу дослідників привертає і проблема економічної соціалізації (Г. Авер'янова). Остання особливо актуальна, бо в умовах економічної реформи і становлення ринкової економіки стає необхідною економічна ресоціалізація (вторинна соціалізація) для багатьох верств населення, особливо старших поколінь. Крім того, у зв'язку з перебуванням індивідів одночасно у двох суперечливих економічних реальностях (офіційна і неофіційна економіка) в економічній соціалізації з'явилися дві тенденції – позитивна і негативна (десоціалізація). У цих умовах виникає потреба в дослідженні закономірностей формування адекватного суб'єкта економічної діяльності.

Хоча економічна психологія розвивається у нас досить динамічно, все ж вона заслуговує подальшого дослідження.

Вітчизняна економічна психологія, аналізуючи специфіку матеріальних економічних умов сучасного життя суспільства, має водночас оволодівати надбаннями зарубіжних дослідників. Йдеться не про запозичення змісту. Оскільки наша економіка рухається до ринку не за західними взірцями, а своєрідно, то постає актуальне питання: що саме можна запозичити зі світового досвіду для розробки психологічних засобів впливу на нашу економічну реальність? Тобто необхідно розробити концептуальні основи вітчизняної економічної психології. Зміст цієї концепції має будуватися на аналізі особливостей нашого суспільства з використанням вітчизняних досліджень в інших галузях знання: психології, соціальній психології, соціології, економіці, культурології, етнографії, історії тощо. Дослідження таких феноменів, як підприємни-

цтво, економічна соціалізація, психологія грошей, психологія прийняття економічного рішення тощо, матимуть практичне застосування, якщо проводитимуться в руслі концепції вітчизняної економічної психології. Вона може бути створена на основі моделі дослідження та аналізу діяльності суб'єкта господарювання з позицій її залежності від соціокультурного контексту, а також на основі використання здобутків української науки в галузі економіки знань.

3. Економічна психологія в системі наук

Економічна психологія як наука формується на межі економічної теорії та психології.

Економічна теорія вивчає різні системи виробничих відносин, систему категорій, понять, закономірностей розвитку суспільства.

У сучасних умовах найбільш помітний вплив на розвиток економічної психології мають психологія підприємництва, психологія управління та менеджменту.

У межах економічної психології формується багато розгалужень, серед яких виділяють:

- виробничу економічну психологію, яка вивчає зміни у трудовій поведінці працівників під дією як зовнішніх чинників, пов'язаних з інноваційним процесом, міграціями, безробіттям, освітньо-демографічними впливами, так і внутрішніх, викликаних необхідністю задоволення особистісних, матеріальних потреб працюючої людини;

- економічну психологію маркетингу, орієнтовану на вивчення психологічних вимог ринку до якості товару і задоволення потреб споживачів в умовах конкуренції;

- психологію реклами, яка є невід'ємною складовою маркетингової стратегії і досліджує смаки, уподобання, очікування покупців, їх сприйняття інформаційних впливів, особливості споживацької поведінки;

- психологію торгівлі. Вивчає психологічні особливості людей з метою правильної організації реклами та продажу товару, підвищення культури обслуговування населення тощо.

Серед актуальних проблем, які вимагають подальшого вивчення економічною психологією, – це дослідження впливу економічної свідомості населення на реформування економіки; вивчення ставлення людини до різних форм власності і підприємництва; розкриття механізмів економічної активності індивіда і населення в цілому, психологічні аспекти розподілу і споживання; проблеми потреб людини, закономірності їх зародження і розвитку, кількісного та якісного виміру; аналіз психологічних наслідків незайнятості населення і безробіття; вивчення цінностей, стереотипів, інтересів людей, пов'язаних з виконанням ними

різних видів економічної діяльності; розроблення на основі психологічних досліджень концепцій і практичних рекомендацій, здатних дієво вплинути на подальше підвищення ефективності економіки.

У свою чергу, психологія управління зосереджується на вивченні психологічних закономірностей управлінської діяльності, її змісту та структури в системі виробничих відносин.

До кола її зацікавлень слід віднести дослідження психологічних основ взаємодії і ділового спілкування керівника з підлеглими, механізми прийняття управлінських рішень, особливості розподілу влади і повноважень у сфері виробництва, бізнесу, освіти і культури, розроблення науково обґрунтованих критеріїв та методів добору управлінських кадрів.

Психологія менеджменту як досить нова галузь психологічного знання, яка лише знаходиться на шляху свого становлення і пошуку власного предмета дослідження, на відміну від традиційної психології управління, зосереджується на вивченні психологічних закономірностей функціонування виробничих організацій в умовах ринкової системи господарювання. Її основним завданням є визначення придатності індивіда до менеджерської діяльності, методів і способів активізації діяльності персоналу через формування стійких мотивів, генерацію і пошук нових ідей в умовах конкуренції, удосконалення й оптимізація стилю і культури ділових стосунків у фірмі, включаючи створення дієвих механізмів управління фірмою як соціотехнічною системою, психологічне забезпечення професійної діяльності менеджерів, передбачаючи вирішення проблем професійного самовизначення управлінців, їхньої професійної підготовки і підвищення кваліфікації, розроблення психологічного іміджу організації та її фірмового стилю.

Сучасне трактування економічної психології пов'язане з комплексною системою управління людськими ресурсами, яка охоплює ринок праці, виробництво новітньої техніки (устаткування, товарів, послуг тощо) та ринок капіталу.

Вивчення економічної психології пов'язане з основами економічної теорії, економічної поведінки різних верств населення, психологічними аспектами економічної політики, психологічними основами ринку й споживання та багатьма іншими проблемами, а особливо стратегічним, інноваційним менеджментом, створенням і впровадженням новітніх технологій і ноу-хау.

Значне місце посідає економічна психологія у таких наукових дисциплінах, як соціальна психологія, організаційна психологія та багатьох спецкурсів (інженерна психологія, дизайн та ергономіка, психологія підприємництва, психологія управління, етика бізнесу тощо) та може виступати як спеціалізація для багатьох спеціальностей. Наприклад, для інженерних спеціальностей – індустріальна психологія, для економіч-

них спеціальностей – фінансовий менеджмент, для педагогічних спеціальностей – професійна орієнтація. Це пояснюється тим, що міждисциплінарні зв'язки та логіка побудови наведених у прикладі дисциплін пов'язані з усіма основними ринками (праці, капіталу й виробництва).

Одним із пріоритетних напрямів розвитку економічної психології є управління проектуванням нових організаційно-виробничих систем і моделювання діяльності персоналу в них з метою одержання більш якісних результатів.

Науково-технічний прогрес як основоположний фактор сучасного економічного розвитку передбачає своєю найважливішою умовою кардинальне вдосконалення робочої сили, покращання її характеристик на ринку праці. Зазначені проблеми вивчаються також такими науками, як економіка, соціологія праці, управління персоналом.

Наукова організація праці відділилася від економіки праці в самостійну науку, яка, на жаль, не завжди включається в навчальні плани підготовки бакалаврів і спеціалістів. Тому загальний курс економіки праці обов'язково включає розділ «Організація праці», в якому вивчаються конкретні форми і методи поєднання людей і техніки у процесі праці: поділ і кооперування праці; організація й обслуговування робочих місць; покращання умов праці; раціоналізація трудових процесів; впровадження оптимальних прийомів і методів праці; зміцнення дисципліни праці тощо. Ці проблеми вивчаються також у курсі «Управління персоналом». Найважливішою характеристикою умов праці є безпека трудової діяльності людини. Покращання умов праці сприяє зростанню її продуктивності, проте потребує відповідних інвестицій.

Проблемою економіки праці є оптимізація умов праці з урахуванням взаємодії соціальних та економічних факторів. Але умови та безпека праці є предметом вивчення наукової організації праці, охорони праці.

Проблеми компенсації людині шкідливого впливу виробничого середовища та відшкодування збитків здоров'ю людини в результаті виробничих травм та професійних хвороб знаходяться в полі дослідження трудового права.

Нормування праці полягає у встановленні об'єктивно необхідних витрат і результатів праці за елементами трудового процесу. Велике значення нормування праці для забезпечення ефективності діяльності підприємства стало підґрунтям виділення цього розділу економіки праці в окрему науку, проте в загальному курсі економіки праці розглядаються принципи і методи встановлення витрат праці, врахування її результатів, пошуку оптимальних співвідношень між чисельністю персоналу різних груп та категорій і кількістю обладнання. Ці проблеми частково вивчаються також науковою організацією праці, охороною праці.

Дослідження проблем ефективності праці полягає, передусім, у освоєнні та грамотному застосуванні методів: зіставлення результатів та витрат праці, доходів від трудової діяльності та затрат на утримання персоналу; оцінювання внеску окремих співробітників та колективів у загальні підсумки діяльності підприємства; визначення факторів та використання резервів збільшення та покращання результатів і зменшення витрат праці. На основі теорії ефективності формуються критерії оцінювання діяльності людей і господарських систем. Крім економіки праці, ці проблеми досліджуються також у курсах ергономіки та організації праці (наукової організації праці).

Формування доходів і оплата праці – надзвичайно важливий розділ економіки праці, в якому розглядаються поняття вартості життя; причини диференціації доходів; чинники, що визначають структуру та рівень оплати праці, елементи організації оплати праці, форми і системи заробітної плати. Ці складні і надважливі елементи економіки та організації трудового процесу вивчаються також у курсах «Соціологія праці», «Управління персоналом», «Трудове право», «Управління трудовими ресурсами».

4. Економічна поведінка прийняття рішень

Економічною поведінкою вважають поведінку, викликану економічними стимулами, і діяльність господарюючого суб'єкта. Економічна психологія спрямована на дослідження процесів і механізмів, що лежать в основі споживання або інших типів економічної поведінки, і насамперед переваг, виборів, ухвалення рішення й факторів, що впливають на них.

Будь-якому вчинку людини звичайно передують сприйняття, осмислення, розуміння ситуації й себе в ній, тобто когнітивні (пізнавальні) компоненти; суб'єктивне ставлення, «зафарбоване» почуттями, тобто афективні (емоційні) компоненти, і, нарешті, дія або, навпаки, його стримування, тобто конативні (діючо-динамічні) компоненти. Розглядаючи економічну поведінку, учені, як правило, виділяють для її аналізу три дуже тісно взаємозалежні складові:

- когнітивні (пізнавальні) компоненти й фактори економічної поведінки, а саме сприйняття й уявлення про економічні параметри, ірраціональне й раціональне в економічному мисленні, фактори прийняття рішень;
- афективні (емоційні) фактори економічної поведінки, роль емоцій і почуттів при впливі реклами та їх включеність в алгоритми продажу;
- мотиваційні механізми економічної поведінки.

Найбільшу увагу в полеміці економістів і психологів про раціональність економічної діяльності й поведінки було сконцентровано на про-

блемі ухвалення економічного рішення. Вкладення грошей у бізнес, вибір професії або навчального закладу, зміна районів, міст або країн проживання пов'язані з ухваленням рішення за відсутності певної інформації про результат.

Невизначеність залишається постійною, іноді домінуючою особливістю умов існування людини.

Економічний погляд на ухвалення рішення зводиться до двох питань: «Яка цінність цього?» і «Що я повинен за це віддати?». Коли слід зробити вибір між певними альтернативами, то досить описати варіанти для самих себе словами «краще, ніж», «гірше, ніж», або «такий самий».

Підстави вивчення економічної поведінки були закладені економістом Оскаром Монгерштейном і математиком Джоном фон Нейманом у книзі «Теорія ігор й економічної поведінки» (1944). Автори розглядають рішення, яке приймає людина, як раціональне, послідовне, головна мета якого – вигода, а основний принцип діяльності – її максимізація, тобто вибір робиться в ситуації імовірності результату, коли потрібно не просто порівняти альтернативи, а визначити числове значення кожного варіанта.

Подальші дослідження дозволили з'ясувати, що раціональний вибір – це лише один з варіантів поведінки. На всі подальші дослідження західних економічних психологів домінуючий вплив здійснила програма дослідження психологічних аспектів економічної поведінки Дж. Катони, побудованої на основі концепції лінгвістичного біхевіоризму, яка на тоді була досить поширеною. Дж. Катона виходить з того, що дія економічних умов на поведінку індивідуума опосередковується суб'єктивними поглядами на економіку. Так, наприклад, ніхто не може передбачити, в якому напрямку піде економіка – відбуватиметься її піднесення чи занепад. Проте людям потрібно вирішувати, як і куди вкладати свої накопичення. В цих умовах вирішальним фактором стає суспільна думка. Якщо велика група людей змінює поведінку, вирішуючи проблему вкладання своїх коштів, то їх рішення впливатиме на такий макроекономічний феномен, як обсяг грошей для інвестицій. Отже, психологічний фактор змінить перебіг бізнес-циклу.

Прийнята відповідно до програми Дж. Катони модель економічної поведінки отримала подальший розвиток у результаті аналізу прийняття рішення в умовах невизначеності. За таких умов люди демонструють, по-перше, неприйняття ризику в умовах можливого надійного виграшу, по-друге, прийняття ризику в умовах певного програшу.

Одним з перших і найважливіших висновків західних учених у руслі економіко-психологічного підходу було відкриття того факту, що на принцип максимізації вигоди руйнівно впливають ефект насиченості й особливості колективної дії та впливу.

Ефект насиченості експериментально підтвердився в 1970-і роки, коли було встановлено, що мотивація економічної діяльності має нелінійний характер і приводить до висновку, що на стадії новизни економічної діяльності мотивація прискорено зростає зі зростанням стимулу, а на етапі комфорту уповільнює його. Потім виникає ефект насичення. Він пов'язаний з фактором психологічної інерції, яка полягає в тому, що психологічні витрати продовжуються в діяльності після того, як підвищився ефект від них, відтак вони стають непотрібними. Більше того, було встановлено, що в певній точці рівноваги додаткове приростання витрат, зокрема й психологічних, призводить лише до погіршення результату (наприклад, у підборі персоналу).

Економісти пояснюють цю закономірність, виходячи з базового принципу економіки: послідовне зростання доходу приносить усе менше й менше задоволення або вигоди. Тут можливо застосувати і чисто психологічне пояснення: все, чим володіє людина, включено в його образ «Я» (це стосується й матеріальної сфери), і втрата прирікає його на психологічну травму, тоді як те, заради чого ще тільки треба ризикувати, сприймається як чуже, хоча й бажане).

Суб'єкти не реагують на зміни в економіці доти, доки потреба в прийнятті нового рішення не стає занадто очевидною. Відповідно, протягом певного часу максимізації вигоди не відбувається.

Останнім часом у дослідженнях прийняття рішення особлива увага приділяється особистісним властивостям людини, від яких залежить економічний вибір.

В економіці часто констатується той факт, що в багатьох економічних ситуаціях люди більше здатні до раціональних міркувань, внаслідок чого вони мають перевагу над людьми неспостережливими, загальмованими або схильними приймати рішення під впливом імпульсу. Водночас інтуїтивний підхід під час оцінювання ймовірностей може бути проявом дефіциту часу або економії енергії.

Замість моделі максимізації часто використовується модель оптимізації, однак економісти більшою мірою наголошують на ролі логічного мислення й переносять центр ваги на зовнішні щодо суб'єкта фактори.

Але економічне рішення може бути прийняте на підставі емоції або звички. Тоді замість максимально вигідного рішення здійснюється найменш психологічно витратне. Звичка припускає стереотипні автоматизовані дії, що дає економію в часі й енергетичних витратах. Емоція, на відміну від розумових актів, дає швидку, хоч і не завжди достовірну оцінку ситуації, тобто знову відбувається економія в часі й економія енергії. Інтуїтивний підхід під час розрахунку ймовірностей також може бути обраний як менш витратний, оскільки розумові опе-

рації вимагають більше часу й психоенергетичних витрат, чим сприйняття й емоція.

Однак чим більше суб'єктивна значущість вчинку, тим вище його раціональність, тобто чим важливіше для людини результат його вчинку, тим скоріше він буде обмірковувати рішення, розраховувати, зважувати, проявляти всі види пошукової активності.

Крім загальнопсихологічних компонентів ухвалення економічного рішення (сприйняття й оцінювання, порівняння та розуміння), на нього впливають ще й соціально-психологічні (тобто пов'язані із взаємодією між людьми і групами) механізми.

Отже, економічна поведінка обумовлена багатьма причинами. Принцип максимізації вигоди в останні десятиліття спростовується й у дослідженнях економістів інституціонального напрямку, і в дослідженнях психологів. Якщо раніше нерациональне поведінка розглядалась економікою як артефакт, виняток, аномалія, то тепер психологи й економісти знають, що раціональне рішення – це тільки один з варіантів ухвалення рішення.

Завдання для самоконтролю

1. Що вивчає економічна психологія?
2. Назвіть предмет економічної психології.
3. Визначте об'єкт економічної психології.
4. Перерахуйте методи які застосовуються в економічній психології.
5. Окресліть місце економічної психології в системі наук. Дайте їм коротку характеристику.
6. Охарактеризуйте основні історичні віхи розвитку економічної психології як науки.
7. Назвіть та поясніть три складові економічної поведінки.
8. Поясніть, яким чином відбувається прийняття економічного рішення.
9. Що визначає ефективність економічного рішення?

ТЕМА 2

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

1. Базові методи дослідження в економічній психології
2. Основні типи поведінки індивідів
3. Мотиваційно-вольовий компонент економічної поведінки
4. Поведінкові особливості в кризових ситуаціях

1. Базові методи дослідження в економічній психології

Сфера економічного життя суспільства надзвичайно складна і потребує використання наукових методів, за допомогою яких і можна встановити закономірності економічної поведінки. Лише застосування правильних наукових методів дає можливість проникнути у суть явищ.

Термін «метод» походить від грецького слова “methodas”, що буквально означає шлях до чогось, шлях до пізнання. Це певна сукупність або система прийомів, засобів і операцій, за допомогою яких у мисленні відтворюються явища, що вивчаються. Тобто метод – це знаряддя пізнання того кола явищ, що становить предмет науки. Сукупність прийомів, засобів та операцій, що використовуються під час дослідження економічного життя суспільства, являють собою суть методів економічної теорії. Вони включають як загальнонаукові, так і специфічні методи, що пов'язані із специфікою предмета економічної теорії.

Дослідження економічної поведінки, як і будь-якої іншої природної чи соціальної системи, насамперед передбачає певну технологію, тобто послідовність .

Основним принципом методології економічної поведінки є системність. Окремі явища та процеси економічної поведінки суспільства в реальній дійсності перебувають у нерозривному взаємозв'язку і взаємодії, функціонують як єдиний організм, цілісність. Тому і дослідження внутрішніх причинно-наслідкових, структурно-функціональних прямих і зворотних форм економічної поведінки має здійснюватися системно.

У процесі дослідження економічного життя суспільства використовуються такі загальнонаукові методи, як аналіз і синтез, індукція і дедукція. Аналіз передбачає виокремлення в предметі дослідження складових частин, їх вивчення, виявлення істотних ознак та зв'язків. А синтез зводиться до поєднання розрізнених раніше складових частин у цілісність з урахуванням взаємозв'язків між ними. Тобто синтез дає змогу одержати цілісну уяву про досліджуваний предмет.

Метод індукції означає формулювання узагальнень, теоретичних висновків на основі вивчення окремих фактів. У процесі його викорис-

тання спочатку досліджуються окремі факти, на підставі чого робляться теоретичні узагальнення. Цей метод доповнюється методом дедукції, що передбачає побудову узагальнюючих теоретичних висновків, істинність яких перевіряється аналізом явищ, стосовно яких цей висновок зроблений. Він застосовується, як правило, після того, як накопичено та охарактеризовано з погляду теорії емпіричний матеріал з метою його систематизації, послідовного виведення усіх висновків із первісного узагальнення. Цей метод широко використовується в економічній поведінці. При цьому слід зазначити, що ці два методи взаємопов'язані і взаємообумовлені, і лише в такій якості є методами пізнання дійсності.

До афективних методів економічної поведінки відносяться: емоції, почуття, переживання.

Емоції – це психофізіологічний процес, цілісна реакція організму, що відбиває ставлення суб'єкта до об'єкта (іншого суб'єкта) у ситуації невизначеності. Емоції «офарбовують» й у такий спосіб закріплюють індивідуальний досвід в економічній сфері, впливають на економічну поведінку. Завдяки емоційній пам'яті корисні форми поведінки закріплюються, а невдалі – відкидаються.

Позитивні емоції, гарний настрій стимулюють більш споживчу активність, тому використовуються різні фактори (зорові, слухові, нюхові й ін.), що піднімають настрій у магазинах, супермаркетах, у місцях розваг. Позитивні емоції підсилюють оптимістичні очікування, які збільшують незаплановані витрати й знижують прагнення споживача заощадити. Дія негативних емоцій протилежна. Ті ж закономірності спрацьовують у біржових гравців: на тлі позитивних емоцій вони надають більше надій стосовно продукції, її експлуатації або ситуації на біржі, що стимулює більший ризик.

Завдяки емоції активізуються енергетичні резервні можливості в ситуації невизначеності. Однак для різних ситуацій, видів діяльності необхідний різний рівень активації.

При занадто високому рівні активації руйнуються бажання, когнітивні компоненти діяльності, відбувається підміна мети і результатів (енергія йде на подання результату, на страх його втрати).

Фактор складності завдання, відповідальність за результат діяльності, вносить у модель активності економічної поведінки свої корективи. З'ясувалося, що при простих завданнях необхідно підтримувати високий рівень збудження, щоб уникнути млявості. Складні завдання вимагають невисокого рівня збудження, а середні за складністю – середнього рівня активації, стресу.

У стані підвищеного збудження люди скоріше займаються більш легкими видами діяльності (наведення порядку в паперах), а у стані низь-

кого збудження – більш складними (складання бюджету, інноваційно-інвестиційних проєктів).

Якщо в ситуації підвищеної відповідальності у трудовій і навчальній діяльності виникають перенапруження та перемотивація, то такий стан погіршує результат роботи, що призводить до нагнітання напруги й тривоги в таких ситуаціях, і буде управлінською помилкою. Подібні помилки іноді допускають керівники, учителі, батьки.

Впливає на економічну поведінку загалом й особистий емоційний профіль, а саме зміст і характер настроїв, уподобань і почуттів, тобто тих вищих параметрів, які конкретній людині особливо бажані.

Емоції класифікують залежно від сфери явищ, що визначають їх появу. Одну з найбільш повних класифікацій запропонував Б. І. Додонов, який виділив:

Альтруїстичні емоції – переживання, які виникають на основі потреби в допомозі, підтримці іншим людям: бажання приносити людям радість, почуття занепокоєння долею іншої людини, турбота про неї.

Комунікативні емоції виникають на основі потреби у спілкуванні: бажання спілкуватися, ділитися думками та переживаннями.

Глоричні емоції (від лат. «слава») пов'язані з потребою у самоповазі та славі: прагнення завоювати визнання; почуття гордості, почуття переваги, почуття задоволення собою, своїми успіхами.

Праксичні емоції – такі емоції викликані діяльністю, змінами у ході роботи, успішністю та неуспішністю, труднощами здійснення та завершення; бажання дійти успіху в роботі; почуття напруження; захопленість роботою; приємне задоволення від того, що робота зроблена. Праксичні емоції та почуття виникають, коли є бажання домогтися успіху в роботі, коли захоплені справою, відчуваєш втому разом з почуттям задоволення.

Пугнічні емоції (від лат. «боротьба») визначаються потребами в подоланні небезпеки, інтересом до боротьби; жадоба до гострих відчуттів; почуття ризику; почуття спортивного азарту; рішучість.

Романтичні емоції – прагнення до всього незвичайного, очікування чогось світлого, доброго; почуття лиховісно-таємничого, містичного.

Гностичні емоції (від грецького «знання») пов'язані з потребою у пізнавальній гармонії, прагнення зрозуміти те, що відбувається, проникнути в сутність явища.

Естетичні емоції пов'язані з ліричними переживаннями, прагненням краси та гармонії, почуття прекрасного.

Гедоністичні емоції пов'язані із задоволенням потреб у тілесному та душевному комфорті: насолода приємними фізичними відчуттями – від смачної їжі, сонця; почуття безтурботності; почуття веселості.

Акизитивні емоції (від франц. «надбання») породжуються інтересом, прагненням до накопичення, колекціонування, володіння.

Виділяють також так звані фундаментальні емоції. Емоція вважається фундаментальною, якщо вона має власний механізм виникнення та виражається особливими мимічними та пантомимічними засобами. Вважається, що такі емоції вроджені.

До фундаментальних емоцій відносять (за К. С. Ізардом):

- інтерес-хвилювання – позитивна емоція, яка мотивує навчання, розвиток навичок та вмінь, активізує процеси пізнання, стимулює допитливість;

- радість – позитивне емоційне збудження, яке виникає при появі можливості повного задоволення актуальної потреби. В суб'єктивному плані це найбільш бажана емоція. Радість може виникнути в результаті послаблення дії негативного чинника;

- горе-страждання – емоція, яка викликається комплексом причин, що пов'язаний з життєвими втратами. Часто переживається як почуття самотності, жалості до себе, почуття непотрібності, незрозуміння оточенням;

- гнів – виникає у випадку явного розходження поведінки іншої людини з нормами етики, моралі;

- відраза – часто виникає разом з гнівом. Відраза являє собою бажання позбутися від когось або чогось;

- презирство – емоція, що відображає деперсоналізацію іншої людини або цілої групи, втрату їх значущості для індивіда, переживання переваги в порівнянні з ними;

- страх – переживання, що викликано отриманою прямою або непрямою інформацією про реальну або уявлювану небезпеку, очікування невдачі. Страх є найсильнішою негативною емоцією;

- подив – різке підвищення нервової стимуляції, яке виникає після якоїсь несподіваної події;

- сором – виникає як переживання неузгодженості між нормою поведінки та фактичною поведінкою, прогнозування осудливої або різко негативної оцінки оточуючих на свою адресу;

- провинна – емоція схожа на сором, оскільки також виникає в результаті неузгодженості між очікуваною та реальною поведінкою. Вина виникає у разі проявів порушень морального або етичного характеру, причому в ситуаціях, коли людина відчуває особисту відповідальність.

Емоції проявляються у певних психічних переживаннях, відомих кожному на власному досвіді, і в тілесних явищах. Як і відчуття, емоції мають позитивний і негативний почуттєвий тон, пов'язані з почуттям задоволення чи невдоволення. Почуття задоволення при посиленні переходить в афект радості.

Розподіл емоцій за Е.Кантом на стенічні й астенічні має схематичний характер. Деякі афекти важко віднести до того чи іншого виду і кожен з них при різній інтенсивності може виявляти то стенічні, то ас-

тенічні риси. За тривалістю плину емоції можуть бути короткостроковими (гнів, переляк) і тривалими (страх, провина, радість).

Отримати емоційний профіль особистості й групи можливо за допомогою анкетування. Знання про домінуючі вищі емоції колективу або групи доцільно застосовувати також з метою ефективного керування ним. Часто емоційний вибір стає провідним під час вибору з декількох альтернатив (спрямовує й утримує увагу). Виділяє щось із навколишнього й створює перше враження – емоційний вибір, а при остаточному виборі здійснюється інформаційний пошук і раціональний розрахунок. Чим вище зацікавленість у результаті, тим скоріше обмірковування буде домінувати над емоціями.

2. Основні типи поведінки індивідів

Для сучасного суспільства характерне формування нового соціально-економічного середовища, що характеризується зміною потреб, інтересів, життєвих стандартів. За цих умов людина вимушена шукати конструктивні моделі поведінки, що сприятимуть формуванню життєвих орієнтацій, адекватних новим умовам життєдіяльності, а це тією чи іншою мірою впливає на її економічну поведінку.

Первинними мотивами поведінки людини є потреби, тобто це стан суб'єкта, який відображає його залежність від об'єктивного змісту умов життя та діяльності. Наявність актуалізованої потреби у чому-небудь та можливості її задоволення надають поведінці активного характеру. Таким чином, потреби активізують людину, керують її поведінкою. Разом з тим варто зазначити, що потреби лише тоді стають спонукальними чинниками та регуляторами поведінки, коли усвідомлюються людиною, тобто коли людина чітко розуміє, чого вона хоче і в який спосіб цього можна досягти.

Поведінку варто відрізнити від близьких за значенням соціологічних категорій, таких як «дія» та «діяльність». Розглядаючи проблему співвідношення цих понять, доцільно зазначити, що дії є елементами діяльності та поведінки. Їм властиві заздалегідь продумані комплекси вчинків. Якщо в поведінці проявляється конкретна позиція індивіда, його установки, то діяльність – це активне ставлення особистості до дійсності, в ході якого суб'єкт досягає поставлених перед собою цілей, тобто це процес, що акумулює мету, засоби та результат.

Таким чином, поведінка є проявом діяльності, сукупністю рухів, актів і дій людини, які можуть спостерігати інші люди, а саме ті, в чий присутності вони здійснюються.

На відміну від поведінки, діяльність має цілеспрямований характер. Натомість поведінка може бути як цілеспрямованою, усвідомленою,

раціональною, так й ірраціональною. Діяльність завжди має видимий результат, тобто є продуктивною, що не завжди можна сказати про поведінку. Якщо поведінка залежить від умов соціалізації особистості, її особистісних рис, здебільшого є ситуативною, то діяльність має більш суспільний характер, оскільки спирається на результати попередньої діяльності одних людей, здійснюється разом з іншими людьми і створює передумови для діяльності наступних.

Щодо економічної поведінки, то в науковій інтерпретації немає однозначного її тлумачення. Це поняття у вузькому значенні трактують як певну активність, що обумовлюється потребами та цінностями, а у широкому визначенні економічною поведінкою вважається сукупність соціальних дій, спрямованих на раціональне використання ресурсів із метою отримання користі (вигоди, винагороди, прибутку).

Основною мотивацією економічної поведінки людини переважно є прагнення максимізувати винагороди за рахунок мінімізації витрат, оскільки очевидним є той факт, що кожна раціонально мисляча людина орієнтується не лише на винагороди у процесі використання власних ресурсів, а й на мінімальні витрати. Інакше мотивація різноманітних економічних дій є малоімовірною, тобто характерною ознакою економічної поведінки є прагматична мотивація.

Соціологічне пояснення економічної поведінки, яка реалізується в конкретних соціально-економічних умовах, дає концепція Ф. Броделя. Він зазначає, що це «соціальні поля», в яких діє велика кількість людей, які реалізують свої життєві й економічні інтереси в межах тих традицій і практик поведінки, що є характерними для цього суспільства та визначають порядок, структурну цілісність, способи і канали трансляції соціальної й економічної активності суб'єктів, які включені у різні соціальні системи. Тобто в основі реалізації людьми своїх індивідуально-групових інтересів і життєвих перспектив є світосприйняття, яке обумовлюється можливостями конкретної соціальної системи у певний історичний період. У межах цих соціальних систем, як зазначає Ф. Бродель, домінували специфічні технології максимізації вигоди, що ґрунтувались на тих економічних ресурсах, які були в наявності і якими можна було вільно розпоряджатися. Такі технології скеровували економічні дії суб'єктів, які поступово шляхом спроб і помилок їх модернізували, нагромаджуючи найкращі варіанти виживання та конкуренції.

Таким чином, економічна поведінка не позбавлена й такої характерної ознаки, як оптимальність, тобто обрання найкращого варіанта дії за конкретних умов.

Для економічної поведінки характерними є не лише усвідомлення економічних потреб, а й постановка цілей, які визначаються цими потребами; вибір засобів і способів їх досягнення.

Методи і засоби досягнення цілей в економічній поведінці залежать від особистісних якостей людини й умов її життєдіяльності. Оскільки індивідуальні життєві ресурси не є нескінченними, то людина змушена визначати для себе пріоритетність цілей. Зрозуміло, що детермінантами цього вибору є значущі для індивіда об'єкти досягнення: матеріальна забезпеченість, влада, змістовність праці, гарантія зайнятості, престиж тощо. Отже, цілі виступають своєрідними мотиваторами, що спонукають до дії, а водночас визначають тип поведінки.

За способом адаптації та досягнення успіху вітчизняні науковці виокремлюють чотири поведінкові формоутворення:

1. Пристосовницька (адаптивна) поведінка.
2. Підприємницька (конкурентна) поведінка.
3. Протестна поведінка.
4. Партнерська поведінка.

Для пристосовницької (адаптивної) поведінки характерними ознаками є пасивне очікування змін на краще; прагнення втриматися на робочому місці навіть за мізерну платню.

Для підприємницької (конкурентної) поведінки характерним є активний пошук гідної та стабільної роботи; різного роду підробітку, додаткові форми формальної і неформальної зайнятості; започаткування власної справи.

Протестна поведінка виражається в рішучих вимогах покращення становища; участі у різних акціях протесту.

Ознакою партнерської поведінки є співробітництво з адміністрацією чи власниками підприємства стосовно організації виробничого процесу та вирішення певних соціально-економічних питань.

Узагальнену типологію функціональних поведінкових стратегій запропонувала Т. Заславська. У цих поведінкових стратегіях втілюється трансформаційна поведінка, а в основі її диференціації – цілі, мотиви і засоби реалізації. З огляду на це Т. Заславська також виокремлює чотири типи поведінкових стратегій:

- *стратегії досягнення* (центруються навколо прагнення підвищити індивідуальний статус, покращити якість і спосіб життя, підвищити соціальний престиж, активно використовуючи нові можливості, що їх надають умови трансформації);

- *стратегії адаптації* (спрямовані на збереження попереднього статусу або принаймні утримання мінімально прийнятого статусу. В основі цих стратегій – прагнення до пристосування за умов мінливого соціально- економічного середовища);

- *регресивні стратегії* (відображають або прагнення вижити (якщо не соціально, то хоча б фізично, або тенденцію уникнення складної життєвої ситуації навіть ціною соціальної ексклюзії, втрати соціальних

зв'язків, мінімізації статусу й ідентичності. Тенденція уникнення складної життєвої ситуації може призвести до того, що людина з часом опиниться на соціальному дні);

- *руйнівні стратегії* (мають агресивний асоціальний характер, здебільшого вони спрямовані проти інших, а іноді й проти себе. Така поведінка, зазвичай, мотивується жадобою наживи, яка не обмежена жодними моральними та правовими нормами).

Суттєва ознака класифікації, запропонованої Т. Заславською, – різні типи особистісних цілей, що пов'язані зі змінами статусних характеристик.

За економічними процесами, пов'язаними із виробництвом, розподілом, обміном та споживанням економічних благ і послуг поведінку класифікують на комерційну, дистрибутивну (розподільчу), виробничу та споживчу.

Комерційна поведінка забезпечує рух різних економічних благ (товарів, послуг, інформації) каналами ринку, враховуючи їх ціннісне співвідношення одного з одним.

Учасниками такої комерційної поведінки є економічні суб'єкти, які виступають у ролі продавців і покупців стосовно один одного, реалізують економічний обмін різними благами чи послугами з метою отримання вигоди (прибутку, винагороди).

Дистрибутивна (розподільча) поведінка характеризується як така, що поєднує суб'єктів ринку з економічними ресурсами, визначає норми присвоєння цих ресурсів і користь від їхнього обігу, а також механізми і способи їх перерозподілу від одного користувача до іншого.

Виробнича поведінка – широкий спектр економічних дій, які сконцентровані у певних організаційних формах і пов'язані з комбінуванням та перетворенням економічних ресурсів з метою отримання прибутку. Іншими словами, виробнича поведінка – це конкретна реалізація функції максимізації вигоди.

Основою виробничої поведінки є трудова поведінка – спеціалізована трудова активність, яка в основному пов'язана з використанням початкових ресурсів, які трансформуються в кінцеві чи проміжні продукти, що в кінцевому результаті пропонуються на ринку. Трудова поведінка пов'язана з професійними можливостями, інтересами та функціональним змістом трудової діяльності.

Споживча поведінка забезпечує отримання з товарного обігу економічних благ і присвоєння їх корисних властивостей з метою задоволення власних потреб.

Споживання – це особливий тип економічної активності, який пов'язаний з процесом життєзабезпечення домашніх господарств та окремих індивідів і полягає у присвоєнні споживчих цінностей різного

порядку, що забезпечують фізіологічне та соціальне відтворення людей відповідно до рівня і стандартів життя.

Для сьогочасного українського суспільства найбільш прийнятною є типологія економічної поведінки за характером сприйняття соціально-економічної ситуації, яка виокремлює три типи економічної поведінки, кожен з яких може проявлятися як в активній, так і в пасивній формах:

- 1) адаптивний, скерований на збереження усталених норм, стереотипів і принципів поведінки;
- 2) протестний, що виникає як наслідок неузгодженості інтересів суб'єктів з алгоритмом їхньої діяльності;
- 3) творчий, який охоплює систему дій та вчинків, пов'язаних зі створенням власної справи, ризиком, економічним лідерством, діловою активністю, новаторством.

Творчий тип економічної поведінки характерний для підприємницької поведінки, в основі якої лежить прагнення людини досягти економічного успіху, самоутвердитися, розкрити свій особистісний потенціал. Саме такий тип економічної поведінки є свідченням успішного пристосування до нових соціально-економічних умов.

Огляд поведінкових формоутворень (типів) дає змогу констатувати різні підходи та критерії класифікації типів економічної поведінки; сприяє комплексному, системному розумінню цього феномену та дає змогу трактувати економічну поведінку як доцільну активність людини, що відповідає найбільш значущим для неї інтересам і потребам, а отже, визначається скоординованою системою дій людини, які скеровані на задоволення широкого спектра потреб і детерміновані інституційними параметрами.

3. Мотиваційно-вольовий компонент економічної поведінки

Економічні мотиви являють собою особливу категорію мотивів. Мотиви, що стосуються нагромадження багатства, конкуренції, егоїзму й альтруїзму, прагнення отримання прибутків, схильності до ризику й угод, мають економічну спрямованість.

Дослідження економічних мотивів допомагає в поясненні психології поведінки як порівняно автономної, цілісної характеристики результатів діяльності господарюючого суб'єкта в реальних ринкових умовах.

Мотиви нагромадження. Дж. Кейнс, порівнюючи спонукальні сили мотивів споживання і заощадження, відзначає, що звичайно спонукання до задоволення невідкладних потреб людини і його родин за силою впливу на поведінку перевершує спонукання до нагромадження.

Виділяються такі мотиви заощадження або сутності його термінології «утримання від витрат»:

- **обережність** (створення резерву на випадок непередбачених обставин в умовах конкуренції);

- **передбачливість** (облік того, що в майбутньому співвідношення між доходами й витратами зміниться в гіршу сторону через потребу забезпечити старість, утримання членів родини тощо);

- **ощадливість** (прагнення забезпечити собі дохід у формі відсотка або передбачуваного збільшення цінності майна в майбутньому, тому що люди часто віддають перевагу більшому споживанню в майбутньому в порівнянні з меншим споживанням у сьогоденні);

- **прагнення до кращого** (мотив, заснований на широко розповсюдженому підсвідомому бажанні бачити в майбутньому поступове підвищення свого життєвого рівня, можливості збільшення своїх майбутніх витрат, навіть у тому випадку, коли сама можливість користуватися благами може убувати);

- **прагнення до незалежності** (фінансова незалежність надає людині більше особистісної волі).

Мотиви інвестування. Це надзвичайно складні й суперечливі мотиви. Вони зазнали істотних змін після відділення управлінських функцій від власності на капітал. Якщо до цього в основі ієрархії мотивів лежало ставлення до бізнесу як до життєвого покликання, творчої самореалізації, то після відділення керування від власності комерційні справи через фондові й валютні біржі створюють підґрунтя для дуже динамічної, суперечливої й неоднозначної мотивації (одержання доходу, азарт, ризик). Провідним мотивом стає ігровий мотив.

Коли ж йдеться про приватне інвестування населення, на перший план виступає фактор довіри, значення якого з особливою силою відчувається в період економічних потрясінь. У цих випадках довіра відіграє навіть більшу роль, ніж економічні фактори.

Проблема перспектив приватного інвестування в нашій країні винятково актуальна, оскільки заощадження населення є одним з важливих факторів економічного росту. Однак недовіра до фінансових інститутів стримує приватні інвестиції, і населення в основному використовує неінвестиційні моделі ощадної поведінки.

Сучасна макроекономічна теорія констатує той факт, що в межах відкритості економіки рішення про заощадження й інвестиції приймаються, власне кажучи, різними групами людей. Приведення до відповідності розходжень між суб'єктами заощаджень й інвесторами – серйозна проблема макроекономічної оптимізації економіки. Одним з основних інструментів сполучення цілей тих, хто зберігає, й інвесторів є відсоткова ставка по вкладах і кредитах, але це не єдино значущий фактор.

Соціально-економічні дослідження показали, що деякі родини заощаджують, щоб зробити великі покупки, що перевищують за вартістю

розмір доходу. Заощадження також здійснюються з метою майбутніх потреб домогосподарства і як запас на непередбачений випадок.

Жоден з розглянутих вище мотивів не є особливо чутливим до процентної ставки по внесках.

З урахуванням цих обставин запропонована така типологія ощадних мотивацій населення :

1. Орієнтування заощаджень тільки на поточне споживання.
2. Створення заощаджень із метою резерву на непередбачений випадок.

3. Формування заощаджень із метою придбання дорогих предметів (покупка товарів тривалого користування: будівництво, ремонт або покупка житла, дачі, гаража, покупка транспортних засобів та їхній ремонт).

4. Мотиви заощаджень, орієнтованих на майбутні потреби родини й витрати, пов'язані зі здоров'ям і проведенням дозвілля (освіта, оздоровлення, спорт, відпочинок, лікування, допомога дітям).

5. Комбінація з ощадних орієнтацій третьої й четвертої груп, прагнення мати запас коштів , щоб витратити їх у міру необхідності.

6. Мотиви накопичувати й використати заощадження з інвестиційними цілями (для підприємницької діяльності, придбання акцій та інших цінних паперів, як джерело додаткового доходу).

Заощадження, що обслуговують останню групу мотивів, характеризуються більше високою еластичністю відносно інструментів інвестиційного регулювання; ті заощадження, що обслуговують третю, четверту й п'яту групи, досить чутливі до змін в інвестиційній сфері, а заощадження двох перших груп практично не реагують на інвестиційну політику. В останні роки схильність до заощадження стає усе більше вираженою, а в регіонах-донорах значній кількості родин (понад 30 %) властиві інвестиційні переваги у використанні заощаджень.

Однак в реаліях нашої держави схильність до заощаджень не веде до автоматичного росту інвестиційних ресурсів. Поки довіра населення до влади й фінансових інститутів не буде відновлено, населення схильне тримати значну частину заощаджень у наявній формі, оскільки розміщення держави і населення мають різновекторні наміри.

Мотиви праці й споживання. Стійким мотивом трудової діяльності людини є бажання одержати матеріальну винагороду за роботу. Отримана плата може витрачатися на найрізноманітніші речі, залежно від того, яка сама людина (споживання – винятково психологізований аспект економічної поведінки). Мета витрат може бути піднесеною й егоїстичною, але спонукальним мотивом завжди будуть гроші. Це створює передумови для того, щоб прагнення, схильності, мотиви або спонукальні сили людини, недоступні безпосередньому виміру, виміряти побічно, через зовнішні їхні прояви, що виступають у грошовій формі:

сума грошей, заради якої людина готова виконувати виснажливу роботу; сума грошей, що людина готова віддати за річ або послугу, співвідносна із силою спонукальних сил, що штовхають на їхню втрату.

Мотивом трудової діяльності є також почуття насолоди самим процесом гарного виконання роботи, готовність принести себе в жертву заради родини, сусідів і своєї країни, проте найважливіша роль належить мотиву матеріальної винагороди за працю.

Одна із сучасних класифікацій мотивів праці включає три види спонукань працювати:

- спонукання громадського порядку (усвідомлення необхідності приносити користь суспільству, надавати допомогу іншим);
- одержання матеріальних благ для задоволення матеріальних і духовних потреб;
- задоволення потреби в самоактуалізації, самовираженні, самореалізації.

Описуючи мотивацію споживача, виділяють три основні потреби: прагнення до різноманітності, прагнення привернути до себе увагу й бажання визнання як такого.

4. Поведінкові особливості в кризових ситуаціях

У світлі нинішніх суспільних проблем в Україні, пов'язаних із неурегульованістю військових дій на Сході, анексією Криму, загостренням кризових явищ та інфляційних процесів в економіці, різким падінням рівня життя широких верств населення, особливого значення набуває дослідження поведінки людей як складного системного явища, яке торкається економічних, соціологічних, психологічних, культурно-етнічних, релігійних та інших аспектів життєдіяльності індивідів, оскільки значною мірою детермінує сукупну проблематику сталого розвитку держави та її регіонального ландшафту. Відчуваючи відірваність сутності реформ від потреб суспільства та їх несумісність з глобальними трансформаційними процесами, окремі верстви населення радикалізуються, що призводить до різкої зміни моделі їхньої поведінки, тим самим ще більше посилюючи суперечності та напругу в економіці.

У процесі інтенсифікації суспільних суперечностей сучасна людина щораз частіше ставить перед собою питання наскільки задоволена вона своїм життям. За останні роки особливо стрімко у країні зростає чисельність осіб, які скаржаться на пригніченість та розчарування через події, що відбуваються навколо. Відсутність почуття задоволеності життям є одним із факторів, під впливом якого людина тримає певну позицію.

З метою вирішення проблемних ситуацій людина використовує різні способи та стратегії, незалежно від її світогляду.

Виділяють п'ять відомих відхилень від раціональності (довіра, справедливості, зловживання, грошова ілюзія й історія) у прийнятті економічних рішень

Довіра – це найголовніше, що потрібно відновлювати, коли економіка виходить із стану у рецесії. Довірі, як і багатом економічним явищам, властива рівновага.

Довіра – це як прогноз: за високого його рівня люди з оптимізмом дивляться в майбутнє, а за низького – з песимізмом.

Слово довіра (*confidence*) походить від латинського слова «fido», що означає «я довіряю». Сучасну кризу ототожнюють з втратою кредиту довіри до інститутів влади, а слово кредит походить від латинського «credo», що також означає «я вірю». Економісти лише частково усвідомили, що розуміється під вірою і довірою. Вони стверджують, що довіра раціональна, оскільки люди використовують доступну їм інформацію, щоб скласти прогноз, а потім на його основі приймати рішення. Але довірлива людина часто ігнорує частину певної інформації, а керується тільки тим, що вірить в те, що є правдою, а що ні.

Тому в хороші часи люди сповнені вірою, вони ухвалюють рішення не роздумуючи: інстинкти підказують, що попереду їх чекає успіх. Вони пригнічують в собі сумніви.

Способи вимірювання довіри досить давно застосовуються під час проведення опитувань громадської думки. Серед них виділяють індекс споживчих настроїв або кредитні спреди – різниця між процентними ставками з надійних і ризикових кредитів. Тому для держави є проста рекомендація – збільшити зайнятість, збільшити зростання державних витрат, скоротити податки, збільшити обсяги кредитування.

Економісти також нехтують поняттям справедливості, витісняючи її на задній план. Прийнято вважати, що підручники з економіки повинні розповідати про економіку, а не про психологію, антропологію, соціологію, філософію, де досліджується феномен справедливості.

Виявляється, що одна з головних складових щастя – це коли ми реалізуємо наші уявлення про те, як вести себе правильно, тобто поводитись справедливо. Якщо інші вважають нас несправедливими, то це нас ображає. Ми вимагаємо, щоб інші ставилися до нас так, як ми ставимося до них.

Справедливість допомагає нам в економіці пояснити явище вимушеного безробіття, співвідношення між інфляцією і валовим національним доходом. Справедливість допомагає нам при купівлі бізнесу, під час розподілу компанії та ін. Наприклад, як радять поділити компанію між двома партнерами? Один ділить компанію на дві частини і пропонує другому вибрати одну з них. У результаті мета поділу компанії – не поділити на дві рівні частини, а зробити так, щоб обидва партнери залишилися щасливими і відчували, що операція пройшла справедливо.

Тема захисту прав споживачів від зловживань була завжди актуальною. Споживачі часто є добре проінформованими, щоб відмовитися від випадкових покупок. Існують державні гарантії на випадок, коли споживач не зможе відразу відрізнити властивості товару.

Скандали, пов'язані з фінансовими зловживаннями, завжди неймовірно заплутані і водночас дуже прості. Вони пов'язані з порушенням бухгалтерських принципів, що стосуються кількості грошей, які можна взяти на законній підставі. А заплутані тому, що учасники намагаються огорнути порушення цих принципів туманом із величезних складнощів.

Зловживання породжує ще більше зловживання. На розповсюдження зловживань впливає і поява інновацій у фінансовій сфері, і закони, що дозволяють їх застосовувати, хоча суспільство може і не відразу зрозуміти, в чому їх суть. З часом змінюється і культура, заохочуючи або караючи нечесну поведінку. Оскільки такі культурні зміни важко піддаються кількісним вимірам і знаходяться поза галузями економіки, економісти дуже рідко пов'язують з ними коливання в економіці.

Грошова ілюзія – це ще один інгредієнт, якого бракує в сучасній економіці: грошова ілюзія виникає тоді, коли ми приймаємо рішення під враженням номінальної суми, а не реальної купівельної спроможності грошей. Багато економістів вважають, що грошової ілюзії немає, тобто рівень цін і зарплат визначається відносною вартістю, а не номінальним значенням цих величин.

Американський економіст, представник неокласичного напрямку в економічній науці Ірвін Фішер залишив чимало значних робіт з теорії загальної економічної рівноваги, граничної корисності, але найважливіший внесок він здійснив у теорію грошей (формула Фішера).

Рівняння, що має вигляд $MV=PQ$, де M – кількість грошей в обігу, V – швидкість обігу грошей, P – ціна, Q – обсяг продажів товарів і послуг, являє собою макроекономічне співвідношення; служить одним з важливих інструментів монетаристської доктрини.

Відповідно до рівняння обміну маса грошей в обігу прямо пропорційна рівню цін і обсягу виробництва (продажів) товарів і обернено пропорційна швидкості обігу грошей.

Ірвін Фішер попереджав, що люди часто приймають неправильні економічні рішення в силу того, що не мають уявлення про інфляцію. Особливо це явище відчутно при купівлі довгострокових облігацій. Через кілька років 100 тис. номінальних у.о., інвестованих в облігації, можуть обернутися в 50 тис. реальних грошових одиниць, прив'язаних до купівельної спроможності.

Коли економіка близька до повної зайнятості, ціни підвищуються, попит на товари зростає. Збільшення інфляційних очікувань пропорційно впливає на угоду про оплату праці. Інфляційні очікування пропо-

рційно впливають як на зарплати, так і на ціни, існує тільки один рівень безробіття, за якого не буде утворюватися ні інфляційна, ні дефляційна спіраль.

Коли ціни вище, ніж люди чекали, вони переглянуть свої очікування в бік підвищення, тоді й інфляція не сповільнить свого зростання. А якщо безробіття високе, інфляційні очікування будуть нижчі, а інфляція цін і зарплат буде негативною.

В основі цієї теорії лежить відсутність грошової ілюзії. Опір скорочень зарплати у грошовому виразі (відоме економістам як жорсткість заробітної плати до зниження) вказує на наявність у людей грошової ілюзії. Одне з основоположних тверджень сучасної макроекономіки, що люди у всіх своїх економічних рішеннях роблять поправку на інфляцію, видається надзвичайно радикальним і дуже мало ймовірним, враховуючи те, як складаються трудові контракти, утворюються ціни, як ведеться бухгалтерський облік і як випускаються облігації. Тому створюється ілюзія, що всі люди здатні порівнювати альтернативні можливості з урахуванням номінальної та інфляційної процентної ставки.

Людина схильна мислити ланцюжками подій, що мають внутрішню логіку і динаміку.

Наші дії визначаються історією нашого життя, яку ми розповідаємо самі собі. Для того, щоб країна або організація відчували себе впевнено, їм потрібні свої історії. Великі керівники – це перш за все великі творці історій. Історії та їх переказ – основа процесу пізнання. Ми ледве пам'ятаємо своє дитинство, але історії того часу не забуваються, допомагаючи нам усвідомити, хто ми і яка наша мета в житті. Бесіда допомагає закріпити факти, включені в історії. Ми схильні забувати історії, яких не розповідаємо. Історії здатні активізувати розумову діяльність. Кажуть, що любов – це теж історія: у вдалих шлюбах подружні пари складають спільну історію, вони вибудовують її навколо ланцюжка щасливих спогадів, і в її світлі інтерпретують і свою любов, і свої сімейні цінності.

Найважливішими творцями історій, особливо на економічну тему, є політики. Оскільки електорат цікавить економіка, то їм і присвячена більша частина цих історій. Нині в Україні починається боротьба історій, різні частини країни вірять у різні історії. І наша головна проблема – придумати спільну історію для всієї країни, можливо відійшовши на кілька століть назад, а може і тисячоліть, коли захід і схід України створювали свою спільну історію Київської Русі.

Обов'язкова умова успішної історії – це довіра, і не просто емоційна властивість окремої особистості, це ще те, у що вірять інші, як інші вселяють цю віру в третіх. Високий рівень довіри, як правило, супроводжується захоплюючими дух історіями про нові бізнес-проекти, про

приклади стрімкого збагачення. Позитивні історії впливають на те, як люди оцінюють свою удачу в бізнесі, на успіх майбутніх підприємств і на розмір доходу від інвестицій у людський капітал.

Завдання для самоконтролю

1. Назвіть основні методи економічної поведінки та охарактеризуйте їх.
2. У чому полягає головна мета емоцій?
3. Назвіть різновиди емоцій та охарактеризуйте їх.
4. Перерахуйте властивості емоційного споживчого вибору.
5. У чому полягає особливість економічних мотивів?
6. Перерахуйте можливі мотиви заощаджень.
7. Поясніть основні мотиви інвестування.
8. Яку типологію економічної поведінки Ви знаєте?
9. Які мотиви праці та споживання Вам відомі?
10. Охарактеризуйте економічну поведінку людей у період кризи.

ТЕМА 3

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ СПРИЙНЯТТЯ ГРОШЕЙ

1. Гроші як об'єкт психологічних досліджень
2. Типи й акцентуації особистості в контексті використання грошей
3. Фактори, що впливають на ставлення до грошей
4. Ставлення до грошей у різних соціальних групах населення

1. Гроші як об'єкт психологічних досліджень

Проблема грошей традиційно розглядається в руслі економічної галузі знань. На думку економістів, гроші – це специфічний товар, спеціальна споживча вартість якого робить його загальним еквівалентом товарів, перетворюючи на капітал. Крім власне економічних функцій (міра вартості, засіб обігу, платежу, нагромадження, функція світових грошей), гроші є фактором формування психіки людини у виживанні, існуванні, самозадоволенні, посіданні певного статусу в суспільстві тощо. Психологія грошей як наука вивчає зміну психіки людей та їх поведінку внаслідок впливу грошей. З психологією грошей пов'язана проблема багатства і бідності. В економічній реальності людина перебуває у двох сферах – духовній і речовій. Гроші є узагальненою формалізованою стороною речового світу. Наявність різних речей у людей встановлює між ними певну ієрархію, яку вони сприймають природно і прагнуть посісти в ній певне місце. Отже, психологічно гроші є винятково парадоксальним феноменом, що проявляється в багатозначності і суперечливості їх відображення у свідомості.

Гроші – необхідний атрибут функціонування економіки в сучасному світі. За ефективного виконання своїх основних функцій міри вартості й засобу обігу, засобу нагромаджень і заощаджень та засобу платежу гроші стимулюють економічний і соціальний прогрес. Різноманітність грошей як фактора детермінації абстрагованих міжособистісних процесів економічного обміну робить їх психологізованим явищем.

Психологи вважають, що будь-які суми грошей, представлені в тій або іншій формі, є об'єктом психологічного оцінювання, і воно впливає на функціонування цієї конкретної суми.

Ставлення до грошей залежить і від конкретних цілей їхнього використання. Різні психологічні відтінки використання мають і різні грошові форми (готівка, векселі, облігації й т. ін.), а також способи наявного й безготівкового розрахунку (чеки, електронні картки).

Використання грошей регламентується психосоціальними нормами й соціальними цінностями. Наприклад, стосовно подарунка, вираженому в грошовій формі, проявляються інші очікування, оскільки гроші

девальвують цінність акту дарування. Якщо дарують гроші, то у два рази більше ціни планованого подарунка. Психосоціальні норми використання грошей змінюються згодом.

Гроші є предметом багатьох соціальних наук: антропології, економіки, психології, соціології. Розходження в їхніх підходах визначається, головним чином, їхнім ставленням до фундаментального принципу економічної раціональності. Всі економічні теорії побудовані на передумові раціональної поведінки економічних агентів. Раціональною ж з економічного погляду є поведінка, що забезпечує максимізацію доходу. Тому такі типи поведінки, як добровільна безкоштовна праця, добродійність, подарунки, гра в лотерею, розглядаються як ірраціональні.

Постулат економічної раціональності представлений у соціальних науках на різних рівнях.

Найбільше гостре формулювання зводиться до того, що люди переслідують майже винятково економічні інтереси й при цьому мають точне знання й достатню логіку для того, щоб зробити раціональний вибір між матеріальними об'єктами. Ця теорія неспроможна з теоретичного й емпіричного поглядів.

Друга версія полягає в тому, що люди майже завжди поводяться раціонально стосовно відомої їм економічної ситуації, тобто вони завжди заощаджують. Проблема в тому, що ця теорія не пояснює багато фактів, наприклад, традицію дарувати подарунки.

Відповідно до третьої версії, раціональність є не більш ніж понятійне спрощення, на підставі якого будуються економічні теорії й моделі. Якщо теорії, побудовані на передумові раціональності, не погодяться з фактами, вона може бути відкинута.

Нарешті, економічну раціональність можна розглядати як інституціалізовану цінність, тобто як стандарт поведінки, якому прагне відповідати більшість окремих осіб й організацій. Це норма, якій люди можуть підкорятися або не підкорятися, і яка, отже, є елементом соціального контролю.

Завданням більшості психологічних досліджень у фінансовій сфері є демонстрація того, що люди зовсім не поводяться раціонально стосовно грошей. Те, як вони їх заробляють, витрачають, заощаджують (або не заощаджують), позичають і роблять подарунки, часто зовсім суперечить всім економічним аксіомам. Часто люди роблять помилки в силу незнання економічних законів, а іноді; як у випадку неврозів і залежностей; діють собі на шкоду хоча й проти своєї волі, але цілком свідомо.

Сучасні закордонні дослідження у галузі психології грошей можна умовно поділити на наступні напрямки:

- базові установки стосовно грошей, джерел одержання і каналів використання;

- сакральний і профанний зміст грошей; культурні, етичні й релігійні аспекти ставлення до грошей;
- повсякденні звички, пов'язані з витратами і заощадженнями, великими придбаннями й сплатою податків, подарунками та благодійними пожертвами, відпочинком і азартними іграми;
- психічні розлади, пов'язані із грошовими потребами;
- специфіка психології дуже багатих людей, вивчення співвідношення багатства і щастя;
- проблеми економічної соціалізації: дослідження формування джерел походження, властивостей і значення грошей у дітей;
- правила розпорядження грошми в родині;
- гроші у професійній сфері: проблеми оплати праці, чайових, штрафів;
- вивчення задоволеності роботою й причин страйків.

Гроші – це особлива економіко-психологічна реальність, особливий символ. Їх своєрідність проявляється в тому, що в них збігається матеріальне й ідеальне, річ і думка, і це забезпечує їх об'єктивну та суб'єктивну представлену у свідомості загальну сутність. Система грошових комунікативних дій справляє потужний вплив на поведінку окремих індивідів, соціальних груп і суспільства загалом. Розуміння механізмів цього впливу є необхідною умовою правильної інтерпретації мотивації дій людей, розуміння взаємозалежності їх інтересів, виявлення притаманних їм стереотипів сприйняття соціальної дійсності, визначення рівня їх інформаційної забезпеченості у сфері економічної діяльності.

Вивчаючи особливості поведінки людей, які виявляються у зв'язку зі ставленням до грошей, психологи зіставляють їх з цінностями, соціальними уявленнями, особистісними якостями людей. За допомогою модифікованої методики Р. Кеттела з'ясовано, що діти з високою самооцінкою надають меншого значення факторам престижу, грошам, а з низькою – ховаються за гроші, прагнуть з їхньою допомогою зміцнити своє становище хоча б у власних очах. Тривожність виражається в занепокоєнні стосовно витрат, економії, фантазуванні на тему грошей. Ці результати отримані під час тестування школярів, ще не включених в усі стадії відтворення; вступаючи лише в окремі економічні зв'язки, вони демонструють перевагу особистісних детермінант у грошовій поведінці. Аналогічне явище спостерігається й у групах дорослих.

Суспільна практика свідчить, що гроші є важливим регулюючим і детермінуючим механізмом процесу економічної соціалізації людини. У формі засобу оплати праці вони завжди значною мірою визначали соціальний статус людини та її можливості. Рівень доходів і якість життя, зумовлені соціально стратифікаційною функцією грошей, регулю-

ють соціальні та міжособистісні відносини між людьми, зумовлюють вибір особистістю моделі економічної, політичної та моральної поведінки.

Ставлення до грошей, яке визначається характером їх використання, зумовлює психологічний економічний тип особистості. В психології розроблено різні грошові типології особистості. Так, у типології, оформленій Мерріл і Рейд у результаті аналізу праць К. Г. Юнга, представлено чотири типи, які проявляють характерні особливості відносин і поведінки у фінансовій сфері:

- «чуттєві» (наївний тип) – люди чутливі, приємні, але імпульсивні, недисципліновані, егоїстичні. У фінансовій сфері їм властиво розглядати гроші як нечисті і шкідливі для відносин і тому уникати їх;

- «думаючі» (аналітичний тип) – педантичні, наполегливі, вимогливі, але нерішучі, розбірливі. У фінансових питаннях схильні перестраховуватися і зволікати з ухваленням рішень та їх реалізацією; цінують безпеку над усе;

- «сприймаючі» (імпульсивний тип) – реалістичні, незалежні, рішучі, але жорстокі, владні і різкі. У фінансових справах рішучі й вимогливі, схильні переоцінювати свої можливості;

- «інтуїтивні» (експресивний тип) – інтуїтивні, честолобні люди, ентузіасти, але імпульсивні, недисципліновані, егоїстичні. У фінансових питаннях схильні бути оптимістами, їм подобається продавати і бути популярними.

Якщо спробувати виокремити ключові символи грошей у наведеній типології, то для «чуттєвих» гроші – моральне зло або конфлікт; для «думаючих» – безпека; для «сприймаючих» – свобода і влада; для «інтуїтивних» – самоствердження, престиж.

Система поглядів на гроші може змінюватися з віком та зі ступенем набуття життєвого досвіду. Коли індивід поступово пізнає, що далеко не всі блага і стимули в житті пов'язані з оплатою (наприклад, симпатія, любов, самореалізація особистості), його інтерес до грошей відносно зменшується.

Зростання впливу грошей на всі сторони суспільного життя – безперечний об'єктивний процес. Небачені можливості, які здобула сьогодні людина, руйнування традиційних моделей життя, конститування нових соціальних структур – усе це має грошове вираження. Монетарний аспект мають усі прояви сутнісних сил та потреб сучасної людини: професійна діяльність і дозвілля, освіта, мистецтво і наука, користування матеріальними благами, навіть життя і смерть – усе це має грошовий еквівалент. В аналізі природи грошей, за теорією комунікації, грошові знаки можна розглядати як символи, що в перетвореній формі репрезентують значення речей для людини.

Посівши місце універсальної «ланки між об'єктами» економічних відносин, гроші позначають не природну, а соціальну значущість речей, а отже, виступають як інформаційний інструмент у соціальній комунікації:

- по-перше, гроші за походженням – це товар, але не просто товар, а носій певних суспільних відносин, формування яких зумовило виділення із широкого ряду звичайних товарів одного грошового;

- по-друге, як результат тривалого еволюційного розвитку товарного виробництва і ринку гроші самі не можуть бути застиглим, раз і назавжди даним явищем, а повинні постійно розвиватися як по суті, так і за формами існування;

- по-третє, гроші не можуть бути відмінені чи змінені угодою людей або рішенням держави до тих пір, поки існують адекватні грошам суспільні відносини, так само, як і не можуть бути «введені» там, де таких відносин немає.

Передумови розвитку психологічних досліджень феномену грошей на рівні особистості можна знайти у класичних підходах психології: у психоаналізі, біхевіоризмі, у теорії розвитку Ж. Піаже, у роботах когнітивістської орієнтації.

Психоаналітична теорія грошей З. Фрейда чітко пояснює індивідуальні відмінності у ставленні до грошей через психоаналіз. З. Фрейд вперше звернув увагу на те, що ставлення дорослої людини до грошей може визначатися особливостями формування психіки у дитячому віці.

Біхевіористичні теорії стосувалися того, як гроші стають умовним підкріпленням. Насамперед, це дослідження на тваринах й експерименти на людях у клініці. Пацюки та примати досить швидко навчалися реагувати на фішки або інші заохочувальні стимули, які можна було обмінити на будь-яку їжу і які, таким чином, моделювали функції грошей. Подібність у поведженні тварин і людини, що працює за гроші, дозволило Б. Скіннеру стверджувати, що гроші – це лише узагальнене умовне підкріплення, пов'язане з безліччю товарів і послуг, які можуть служити як безумовне підкріплення.

У межах двох інших згаданих підходів робились спроби пошуку більше приватних закономірностей і механізмів відбиття грошей: так, когнітивісти прагнули виявити розумові механізми грошової поведінки, а девелопменталісти (девелопменталізм – теорія розвитку) наголошували на стадіях розвитку сприйняття грошей і ставлення до них.

Особливо цікавим є дослідження щодо співвіднесення грошової поведінки з категоріями, що детермінують зовнішніми соціальними механізмами – цінностями, установками.

Для дослідження місця грошей у житті людини різні наукові школи вважають за необхідне визначити складні відносин між особистісними

цінностями, такими як причина і наслідок, засіб і мета – філософські категорії, що відображають загальний необхідний зв'язок між явищами.

Унікальною характеристикою образу грошей є неодмінна спрямованість у майбутнє, оскільки вони втілюють потенційні можливості, абстрактну купівельну спроможність. На відміну від всіх інших речей, що старіють, вимагають заміни або відновлення, гроші є постійною субстанцією (вони непомітно оновлюються). Константність в образі грошей поєднується з динамічністю.

Гроші є одночасно і потужним мотиватором. Інформаційна унікальність грошей виражається в їх універсальності, а також у своєрідному прояві цілісності, що трансформується у здатність поєднувати й одночасно роз'єднувати людей. Саме обмін створює зв'язок між індивідами і поряд з цим визначає їх належність до певної групи, спільноти чи інституту, тобто роз'єднує. Характеристику грошей як соціально-психологічного феномену дає Ф. Хайєк. На його думку, гроші – найабстрактніший з усіх економічних інститутів, через який опосередковуються найзагальніші, непрямі, віддалені наслідки індивідуальних дій, що сприймаються чуттєво.

На відміну від економістів, скоріше зацікавлених у узагальненні даних про гроші на макрорівні (країни, регіони), психологи більшою мірою цікавляться індивідуальними й груповими розходженнями у ставленні до грошей. Проте відомі приклади виконаних психологами макроекономічних досліджень. Так, у дослідженні Р. Лінна було виявлено на прикладі сорока трьох країн, що *ступінь цінності грошей для жителів країни тісно пов'язаний з показниками її економічного росту*, тобто важливість грошей у житті людей стимулює їхню економічну активність й економічний прогрес країни. Було виявлено також, що коли грошей в статку, люди починають сприймати їх як меншу цінність.

В іншому дослідженні, виконаному Дж. Хічкоком і Р. Манро, *порівнювався середній дохід на душу населення у 84 країнах і середній розмір грошових знаків у країні*. Статистично надійний результат кореляційного аналізу полягав у тому, що у країнах з найменшим доходом купюри й монети були більшого розміру, у чому, очевидно, проявлявся компенсаторний механізм на рівні країни, спрямований на подолання комплексу неповноцінності.

Комплекс неповноцінності – переживання власної недостатності, що, будучи неприємним, витісняється в несвідоме й компенсується діяльністю з досягнення різного роду успіхів (реальних і удаваних). Змістовна ознака – відсутність багатства – компенсувалася формальною ознакою (удаваним успіхом) – величиною купюри.

Макроекономічна дискредитація грошей, породжувана політико-економічними помилками й ситуацією кризи вітчизняного ринку на по-

чатку другого тисячоріччя, вимагає економіко-психологічного аналізу та адаптації до умов глобалізації і загострення конкуренції.

Тривала проблема українського ринку – розірваність функціонування грошового й товарного елементів класичного «Товар – Гроші – Товар» й «Гроші – Товар – Гроші» обігу. Промисловість жила без грошей через непосильну ставку кредитування, а банки не мали зворотної інформації про те, скільки треба грошей економіці без оптимального кредитування. Дефіцит грошей і домінуючий бартер, взаємозаліки у вітчизняній промисловості стали одним із джерел кримінальної економіки, що руйнує, у свою чергу, нормальне функціонування податкової системи. Таким чином, парадоксальні симптоми нерегульованого, корумпованого й однобоко-посередницького ринку – незабезпеченість грошей товаром (вітчизняним товаром внаслідок колапсу своєї промисловості) і дефіцит грошей (вітчизняний товар просувався в руслі взаємозаліків).

Дослідження деформацій в економічній свідомості, викликаних відірваністю грошей від виробництва, тобто від їхньої стабілізаційної бази, є одним з найважливіших економіко-психологічних завдань макrorівня. Коли у грошах мінімізована або зовсім загублена частка реальної (виробничої) праці, тоді домінує подання про їх, як про явище, що породжує саме себе.

Психологічними наслідками цього феномену стають, по-перше, гіпертрофована віра у фінансові ігри, випадок, фінансову удачу, миттєве збагачення. По-друге, мінімізація стабілізаційної складової грошей приводить і до надлишкової споживчої активності (гроші потрібно одразу ж витратити), зниженого фінансового самоконтролю господарюючого суб'єкта на всіх рівнях (від родини до уряду). По-третє, підсилюється відчуття непередбачуваності, непідвладності людині (його контролю) економічних процесів і спровокованої цим перманентної тривоги, що переходить у безвихідність.

На рівні правлячої еліти таке ставлення до грошей небезпечно психологічною орієнтацією на мінутний економічний інтерес, а не на майбутнє, на невинновдані витрати й розкрадання, а не на заощадження й нагромадження, на особисті й локальні вигоди, а не на прибутковість економіки країни в цілому. *Все це гальмує вкладення у виробничо-технологічну базу економіки держави.* Стихія первинного нагромадження капіталу в основному при торговельних операціях і махінаціях з бюджетними грошми притупила почуття відповідальності й економічної безпеки. Зменшення (у тому числі й у засобах масової інформації) можливості участі реальної (виробляючої) економіки в житті держави свідчило (до серпневої кризи 1998 р.) про недолік прояву відповідального професіоналізму еліти.

Економіко-політичний статус держави значною мірою відбивається в його грошовій одиниці. Вона – конкретний (і співвідносний) показник благополуччя економіки й прибутковості країни.

Негативними складовими ставлення до грошей з боку громадян є прояв недовіри до своєї грошової одиниці, зниження її авторитету, відбиття її залежності від долара, євро та інших конвертованих валют. «Грошовий менталітет» населення непатріотичний, і це закріпилося в лексиці про тверді валюти і м'які гроші.

Позитивними компонентами економічної свідомості є, зокрема, ставлення до грошей: зросла значущість грошей і посилився мотив заощадження. Але їхній сприятливий вплив на оздоровлення економіки досить обмежений через те, що гривня не сприймається як засіб заощадження й нагромадження. Відсутність стабілізаційної бази у грошах трансформується через інфляцію у психологію марнотратності.

Як стабілізаційний захід в економіці у кризові періоди у США й багатьох країнах Західної Європи застосовувалися, наприклад, методи координації зусиль господарюючих суб'єктів за допомогою різних форм державного регулювання цін. Так, зокрема, установлювалися гарантовані державою мінімальні закупівельні ціни. Позитивна психологічна роль визначеності полягає в гарантованих цінах у кризовий період, що стимулює зростання виробництва.

2. Типи й акцентуації особистості в контексті використання грошей

Спроби описати типи особистості й характерні ознаки поведінки залежно від того, як люди ставляться до грошей, були у клінічних дослідженнях.

Спостерігаючи за хворими людьми та вивчаючи їхні історії хвороби, клінічні психологи виділили такі головні символічні фактори, пов'язані із грошима: *безпека* (у людей, що прагнуть до грошей заради безпеки, страх бути ображеним або відкинутим переростає в параноїчний страх бути пограбованим); *сила* (для людей, орієнтованих на силу, гроші є сила, який вони не мали в дитинстві, наслідок подолання бар'єра між собою й загрозливим миром); *любов* (для тих, у кого гроші – символ любові, порушені процеси соціального обміну убик утрирування можливості й необхідності купувати або продавати любов і дружбу, використання грошей і подарунків як знаків любові); *воля* (гроші можуть бути джерелом волі від інших і влади над ними).

В іншому дослідженні були розглянуті деякі види неврозів, пов'язаних з такими формами поведінки, як оплата податків, складання заповіту, нагромадження, використання кредитних карт, а також розро-

блена класифікація грошових комплексів і виділені наступні п'ять «грошових» типів особистості.

«Скнара» збирає гроші, що саме по собі є захоплюючим для нього. Він часто відчуває страх втрати (грошей, речей, запасів, ресурсів, фондів) і страх недовіри до нього з боку навколишніх. Скнара знає насолоди не від грошей як блага, а від захищеності за допомогою грошей.

«Розтринькувач» демонструє компульсивну (нав'язливу) і безконтрольну поведінку відносно своїх витрат, особливо в моменти депресії, відчуття своєї незначності й почуття відкинутості. Тратоголізм – це короточасна віддушина, що у підсумку призводить до почуття провини.

«Грошовий мішок» повністю захоплений зароблянням грошей, які розглядаються як кращий спосіб домогтися могутнього статусу й схвалення навколишніх. Він упевнений, що чим більше грошей він має, тим більше можливість управляти навколишнім світом, і тим більше він буде щасливий.

«Торгаш» нав'язливо полює за дешевими товарами, навіть якщо вони йому не потрібна, тому що одержання речей за менші гроші забезпечує йому почуття переваги. Він відчуває себе роздратованим і подавленим, якщо йому доводиться платити ту ціну, що запитують.

«Гравець» відчуває себе бадьоро й оптимістичним, приймаючи вилки. Відчуття влади, що приносить виграш, і його очікування компенсації ризику програшу, а зупинка в ланцюзі поразок і перемог сприймається як життєве утруднення.

Виявлені на клінічному матеріалі особливості ставлення до грошей і «грошової» поведінки представлені й у нормі у вигляді надмірного посилення або акцентуацій окремих характерних рис, що свідчить про виборчу уразливість особистості до певного роду психогенних впливів при гарній стійкості до інших. Таким чином, у нормі не завжди демонструється адекватне ставлення людини до грошей і як наслідок – поведінка.

Описані акцентуації «грошового» типу особистості проявляються в різних контекстах міжособистісного спілкування й насамперед у сімейних стосунках, а також у стосунках між людьми на роботі.

Як щось конкретне, легко підраховуване, гроші й проблеми пов'язані з ними, легко маскують конфлікти й проблеми психологічної природи. Сварки через гроші, доходи, витрати, пріоритети у покупках слугують захисним бар'єром від глибинних тривог, страхів, побоювань, почуття самотності, комплексів неповноцінності. Суперечки й сварки із приводу грошей – поштовх для накопичення негативних емоцій і проблем, особливо тих, які не впускаються у свідомість, щоб не обмірковувати й не обговорювати їх.

3. Фактори, що впливають на ставлення до грошей

Експериментально-психологічні дослідження феномену грошей поки нечисленні. Застосовуючи спеціальні вимірювальні методи, учені виявили багатозначність ставлення до грошей: гроші – це міра щастя та благополуччя, оцінка успішності діяльності людини; це одночасно й соціально прийнятний атрибут буття, і об'єкт презирства, навіть моральне зло; гроші виступають як спосіб забезпечення комфорту й, нарешті, гроші – це консервативна комерційна цінність.

Відносно систематичні експериментальні дослідження, що дозволяють судити про змістовні й структурні характеристики ставлення до грошей, а також факторах, що впливають на нього, були стимульовані створенням К. Ямаучі й Д. Темплером у 1982 р. психометричної шкали ставлення до грошей (Money Attitude Scale), а потім її популяризацією виконаними в 1984 р. у Великобританії дослідженнями А. Фенема. Підтвердилася багатозначність поняття грошей, були виділені фактори ставлення до грошей (використаємо надалі абревіатуру МА – Money Attitude, грошові атитюди; термін «атитюд», або «соціальна установка», використаємо для позначення суб'єктивних орієнтацій індивідів як членів групи або суспільства на ті або інші цінності.

До **факторів, що впливають на «грошову» поведінку**, відносять стать, вік, соціальне оточення, економічне становище, особистісні особливості й ін.

Статеві розходження були виявлені в роботах різних авторів. У чоловіків виявлена тенденція надавати грошам підвищену цінність. Вони виявилися більше компетентними в обігу із грошми й більше схильні до ризику з метою їхнього придбання. Жінки ж виражають більше сильну фрустрацію (стан переживання перешкоди на шляху досягнення мети) із приводу відсутності грошей і більше заздять тим, хто їх має.

Хлопчики та юнаки проявляють більшу в порівнянні з дівчатками й дівчатами здатність накопичувати, щоб купити згодом якусь важливу річ. Результати досліджень українських школярів показали, що у хлопчиків, на відміну від дівчинок, більш виражена здатність до фінансового самоконтролю, що добре поєднується з очікуваною від них у майбутньому відповідальністю в економічній сфері життя, традиційною роллю чоловіка в родині як «добувача», головного годувальника.

З віком пов'язана здатність планувати бюджет і співвідношення мотивів споживання й нагромадження (збільшується нагромадження на випадок хвороб й інших неприємностей). Результати наших досліджень показали, що жінки більшою мірою, ніж чоловіка, а молодь, ніж зрілі і літні, використовують витрати, покупки як фактор самозаспокоєння, психотерапії.

Мало вивчений вплив на особистісних особливостей. Виявилося, що стійкі **екстраверти** (особистості, звернені більше на навколишній світ) ставляться до грошей більше відкрито, комфортно, безтурботно, ніж стійкі інтроверти (фіксовані на явищах власного внутрішнього світу).

З **низькою самооцінкою** та непевністю в собі виявилося пов'язане й занадто обмежувальне поведження й, навпроти, розтринькування. Було показано також, що марнотрати й розтринькувачі менш упевнені в собі, мають більше низьку самооцінку, чим типові споживачі.

Відповідно до результатів наукових досліджень, люди, що дотримуються у грошовій етиці міщанства і накопичення, менше задоволені життям, ніж ті, у кого превалюють духовні й соціальні цінності.

Варто згадати про два дослідження із соціально-психологічним акцентом.

Виявилося, що тижневий дохід (а в умовах нашої країни місячний заробіток) **впливає на сприйняття людини людиною**. Багатих людей сприймають як здорових, щасливих і добре пристосованих, бідних – як непристосованих і нещасних. Отже, матеріальне становище, економічний статус впливає на образ людини в очах інших.

Гроші, доход – закрита тема. За даними дослідження К. Рабінстайна, виконаного для журналу *Psychology Today*, що охопило більше 20 тисяч респондентів, 57 % опитаних вважають розсудливим приховувати свій дохід від родини й друзів. Що стосується розголошення свого доходу, то 57 % жінок готові розголосити суму своєму чоловіку; 22 % – батькам; 14 % – друзям; 4 % – співробітникам; 3 % – братам і сестрам. Відсоток респондентів, що приховують своє фінансове становище, збільшується з ростом доходу. І ще одна соціально-психологічна закономірність була виявлена Рабінстайном, а саме: чим більше джерел доходу в родині, тим більше розбіжностей із приводу витрат і внесків.

Найпоширеніший погляд на гроші зводить їх до простого засобу обміну, абсолютно безособовому й повсякденному. Однак якщо проаналізувати не цілком логічне поведження колекціонерів, тих хто дарує подарунки і робить пожертви на користь благодійних організацій, стає зрозумілим, що гроші несуть у собі не тільки повсякденний, але й сакральний зміст, і можуть персоніфікувати собою як добро, так і зло. Цей таємний зміст грошей впливає на наші економічні настанови.

Шкала грошової етики. Т. Танг розробив опитувальник для вимірювання установок стосовно грошей, названий ім Шкалою грошової етики (*Money Ethic Scale, MES*). Дослідник вважає, що ці установки мають три компоненти: афективний (добро, зло), когнітивний (зв'язок грошей з досягненнями, повагою, волею) і поведінковий. Шкала містить 30 простих тверджень, що відбивають 6 незалежних факторів: добро (Я високо оцінюю гроші; Гроші на дорозі не валяються); зло (Гроші корінь

усякого зла; Не у грошах щастя); досягнення (Гроші символ успіху; За гроші можна купити все); повага або самооцінка (Гроші залучають до тебе друзів; Мати гроші почесно); бюджет (Я ретельно розраховую свій бюджет; Я завжди вчасно плачу по рахунках); воля або влада (Гроші дають волю й незалежність; Гроші це влада).

Використання цього інструменту дозволило перевірити багато гіпотез. Так, було показано, що *люди з високими доходами схильні бачити зв'язок грошей і досягнень, тоді як молодь частіше розглядає гроші як зло. Опитані, що мають більш низький рівень грошових домагань, продемонстрували більшу задоволеність життям і менший рівень стресу. Була встановлена значна кореляція між внутрішнім задоволенням від роботи й думкою про те, що гроші – це символ волі та влади. Зовнішня трудова мотивація корелювала з думкою про те, що гроші не є зло.*

Соціальні психологи із середини 50-х років намагалися створити інструмент для виміру установок стосовно грошей. Першою успішною спробою такого роду можна вважати опитувальник Рубінштейн, запропонований нею читачам журналу *Psychology Today*. Дослідниця одержала майже 20 тисяч відповідей, і її вибірка досить рівномірно відбивала британську популяцію. Дані, отримані Рубінштейн, виявилися досить несподіваними. Наприклад, майже половина її респондентів ніколи не обговорювали свої доходи з батьками й друзями. Менше однієї п'ятої говорили про це зі своїми братами або сестрами. Тобто виявилось, що **люди думають про гроші майже постійно, але говорять про їх дуже мало й з далеко не всіма людьми**. Зі зростанням доходів зростає таємничість і прагнення сховати своє багатство. Дані дозволили класифікувати людей на **матеріально вдоволених і матеріально незадоволених**. Ці дві групи істотно розрізняються в багатьох аспектах. Матеріально вдоволені контролюють свої фінанси, тоді як незадоволені дозволяють грошам управляти їхньою поведінкою. Так, якщо виникає бажання купити що-небудь занадто дороге, то представники першої групи намагаються або нагромадити досить грошей, або забути про цю річ. Незадоволені ж найчастіше пробують взяти гроші в борг. У другій групі також значно частіше виникають емоційні розлади і психосоматичні захворювання.

Рубінштейн також вивчала вплив статевих розходжень на установки стосовно грошей. Всупереч поширеній думці, виявилось, що чоловіки й жінки надають однакового значення у своєму житті роботі, любові, турботі про дітей і фінансам. Однак чоловіки більше довірливі й упевнені в собі у фінансових питаннях, ніж жінки. Вони більше задоволені своєю фінансовою ситуацією й більше оптимістичні щодо свого майбутнього фінансового становища. Чоловіка рідше, ніж жінки, відчувають з приводу грошей почуття безпорадності, депресії, гніву, заздрості, паніки й сорому, і частіше задоволення, щастя й любов.

Ямамучі й Темпер спробували створити стандартизовану Шкалу грошових настановлень (Money Attitude Scale, MAS). За допомогою факторного аналізу 62 тверджень було виявлено 5 незалежних факторів: влада-престиж, відкладання на майбутнє, недовіра, якість і тривога. Для остаточного варіанта опитувальника було відібрано 29 найбільш надійних пунктів. Автори виявили, що установки стосовно грошей практично не залежать від доходів людини. Були виявлені розходження між чоловіками й жінками за фактором часу (планування, відкладання на майбутнє). Несподіваним виявився результат, протилежний поглядам більшості: з'ясувалося, що жінки частіше використовують гроші як знаряддя в боротьбі за владу.

Фарнем, використовуючи дані попередніх досліджень, розробив опитування із 60 тверджень, що відбивають широке коло установок, думок і цінностей, пов'язаних із грошми. Результати статистичної обробки виявили шість ортогональних факторів: залежність, влада/використання, планування, безпека/консерватизм, неадекватність, зусилля/здатність.

Згідно з отриманими даними, *літні й більше багаті люди виявилися більше стурбованими своїм майбутнім, ніж молодь і бідняки*. Дослідження залежності між самооцінкою та ставленням до грошей показало, що *люди, схильні до імпульсивних витрат (нав'язливі покупки), мають більш низьку самооцінку, ніж раціональні споживачі*. Для одержимих покупок гроші мають символічну здатність підвищувати їхню самооцінку. Нав'язливі покупки більше, ніж звичайні, схильні бачити у грошах спосіб вирішення проблем і частіше розглядають гроші як підставу для порівняння. Вони використовують гроші для демонстрації статусу й влади, і звичайно говорять про те, що їм не вистачає грошей (особливо в порівнянні з їхніми друзями). Витрати грошей для них звичайно сполучені із внутрішнім конфліктом.

Шкала Фарнема була використана для вивчення національних розходжень у настановленнях до грошей у 43 країнах. Була отримана статистично значна негативна кореляція між цінністю грошей і національним доходом на душу населення. У більш багатих країнах люди надають грошам меншого значення.

У цілому, дослідження установок стосовно грошей за останні 20 років виявили їхній зв'язок з демографічними (стать, вік, соціальний клас), національними й особистісними факторами. Жінки, люди старшого віку, представники нижчих соціальних верств і невротики більше стурбовані проблемою грошей, ніж всі інші.

Експериментальні дослідження.

Класичний експеримент з вивчення впливу несвідомих установок на сприйняття був проведений Брунером і Гудманом у 1947 р.

Десятилітніх досліджуваних із бідних і багатих родин просили порівняти розміри кружків світла з розмірами монет. Контрольна група порівнювала розміри світлових кружків з розмірами сірих картонних дисків відповідного монетам діаметра. Монети (об'єкти, що володіють соціальною цінністю) оцінювалися як такі, що більші за розмірами, ніж картонні диски, і чим вище було достоїнство монети, тим більше була розбіжність між її сприйнятим і реальним розміром. Бідні діти переоцінювали розміри монет значно сильніше, ніж багаті. Ефект переоцінки значущих об'єктів виявився повсюдним і був підтверджений у більш ніж 20 експериментах інших дослідників.

Фарнем провів експеримент з вивчення сприйнятої цінності дрібних монет. Чотири самі дрібні британські монети були розсипані на вулиці, і спостерігачі фіксували реакції людей, які їх бачили. З 200 чоловік, що помітила монети, 56 чоловік проігнорували саму дрібну монету (1/2 р), 44 чоловіки проігнорували монету в 1 р, 16 – 2 р, і 10 – 5 р. Був зроблений висновок про те, що цей спосіб виміру може бути корисний для вивчення емоційно навантаженої теми, як гроші, особливо в періоди інфляції, безробіття й грошових реформ.

4. Ставлення до грошей у різних соціальних групах населення

Ставлення до грошей є важливим компонентом економічної свідомості груп і конкретних людей. Гроші можуть виступати й метою, і засобом. Вплив фактора класової належності перебиває вплив рівня доходу та культурних розходжень стосовно ставлення до грошей.

Підприємці більшою мірою, ніж представники інших груп, усвідомлюють гроші як фактор впливу на людей і форму влади.

Для підприємців це не просто фактор праці, як у банківських службовців, але й мета підприємницької активності і її стимул: більше прибутку, більше оборот капіталу. Крім того, це фактор безпеки й надійності справи, фірми. Жорсткі умови нерозвинутого ринку, незахищеність із боку закону вимагають від дрібного підприємця автономії, самостійності й самозбереження, для забезпечення яких важливі гроші.

При цьому, як показали дані, вони відчувають більшу залежність від грошей. Підприємці здійснюють постійний контроль за своїми грошима, завжди знають вміст свого гаманця й заощадження, віддаючи пріоритет готівці. Рідше використовують гроші як терапію, рідко «тринькають», кидають гроші на вітер. Підприємці розглядають гроші і як предмет гордості.

Гроші в житті сучасної людини. Сьогодні, говорячи про успішність, звичайно думають про доходи. Вимірювання ефективності власного життя в грошовому еквіваленті стало закономірним і представляється єдиною можливим і правильним. Глобальна економіка і «окремо взяте»

людське життя стали в сучасному світі максимально фінансово залежними. І відбулося це якось дуже швидко. Буквально за останні 10–20 років.

З чим пов'язане стрімке зростання важливості грошей для людського суспільства? Можливо, це всього лише закономірний процес історичного розвитку, і можна не почувати себе таким меркантильним, а все списати на нюанси соціального устрою суспільства?

Закон прискорення історії говорить, що на кожному наступному етапі розвитку йде менше часу, ніж на попередню. На думку деяких учених, новітня історія становить всього одну тисячну частину всесвітньої історії, але це самий насичений соціальними, культурними, економічними й політичними подіями період. Різко скоротився інтервал часу між помітними змінами в соціумі. Потік інформації подвоюється кожні 20 місяців.

Важливу роль у цьому відіграє гігантський стрибок, що відбувся в розвитку засобів комунікацій за останні роки. Можливість здійснення фінансових угод, не виходячи з дому, через Інтернет, прискорила процеси сучасного ділового життя в рази. На підтримку такої швидкості, знову ж таки, потрібні кошти. Хочеш бути в потоці, плати за транспорт. Але причому тут особиста успішність або її відсутність?

Багатьма психологічними дослідженнями доведено, що реакція людини на фінансові фактори впливає на її життя. Одна лише думка про гроші переводить мозок у стан, в якому людина стає егоїстичною. Чим більше людина цінує фінансовий успіх, тим менше значення для неї мають проблеми суспільства в цілому.

Людина живе в індивідуальному світі ілюзій, керуючись суспільними та особистими установками і правилами.

Ще на початку XX століття одним із засновників макроекономіки Джоном М. Кейнсом був запропонований неологізм «грошова ілюзія», що описує схильність людей сприймати номінальну вартість грошей, а не їхню реальну купівельну спроможність.

Психологи стверджують, що в сучасному суспільстві існує тенденція не стільки посилення важливості грошей, скільки зростання важливості володіння будь-чим і схильності демонструвати рівень свого багатства.

Сьогодні відоме філософське запитання Е. Фромма «Мати або бути?» трансформувалося в «Мати чи демонструвати?». Швидкість комунікацій впливає на те, що навіть володіння інформацією стає предметом гордості та позерства.

Маніпулювання глибоко особистими почуттями людини, її таємними бажаннями завжди приносило колосальні прибутки. Ще у XVIII столітті один з основоположників сучасної економічної теорії Адам Сміт вважав, що основним стимулом економічної активності людини є приватний інтерес.

Індивідуаліст, як підтверджено психологічними дослідженнями, прагнучи до збільшення особистого капіталу, не думає про суспільні інтереси. У цьому випадку він невидимою рукою (згодом з'явилося поняття «невидима рука ринку») направляється до мети, яка може й не входити в його наміри. Переслідуючи свої власні інтереси, людина частіше «певним чином» краще служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо прагнула б робити це.

Навіть така особиста сфера, як сімейні відносини, піддається грошовому впливу.

Молодим родинам прямо в загсах під час подачі заяви підносять самовчителі про спільне фінансове життя. У перинатальних центрах молодим мамам роздають пам'ятки про формування міцного фінансового фундаменту для майбутньої дитини: фінанси обговорюються нарівні з пелюшками та дитячими хворобами.

Людяв нав'язується дуже високий стандарт споживання та побутового комфорту, а емоційність сьогодні не компенсує незручності. Рай перемістився у палаци та лімузини. Суспільство споживання, у якому ми живемо, формує певні стереотипи поведінки, життєвий стиль. У період постмодернізму шлюб починає носити виразно рентний характер. Рівень достатку стає визначальним під час вибору партнера та створення родини («скільки він заробляє?», «на чому їздить?», «де одягається?»). Сьогодні виглядають несучасними божевільне захоплення, безкорислива любов.

Чим би дитина не тішилася, аби тільки не плакала. Якщо людина щаслива у шлюбі за розрахунком, навіщо їй заважати? Якщо почуття єднання зі світом виникає тільки разом з відчуттям товстого портмоне у внутрішній кишені піджака від Кардена – добре. Будь-яка форма життя гідна існування. Або поняття щастя також стало несучасним?

Проте, за даними дослідницького центру Globescan, найбільш оптимістично налаштовані люди живуть у найбідніших країнах світу. У таких країнах із традиційно високим соціальним рівнем життя населення, як Франція, Японія чи Велика Британія кращих часів очікує менше 10 % населення. У США частка оптимістів дещо більше – 16 %. При цьому в Росії з оптимізмом дивляться в майбутнє більше половини населення країни, а в одній з найбідніших країн світу – Нігерії – більше 70 % громадян.

Згідно з опитуванням порталу Superjob.ru, з надією на краще майбутнє живе більше чверті росіян (29 %), причому оптимісти переважають серед опитаних у віці до 34 років (30 %) і серед респондентів з окладом менше 25 тис. рублів на місяць (33 %). Опитані зі щомісячним доходом більше 45 тис. рублів (44 %) – частіше виявляються в рядах песимістів.

Соціологи вважають, що песимізм багатіїв обумовлений тим, що вони не впевнені, що ситуація у країні гарантує їм збереження капіта-

лів. Бідному щодо цього легше. Йому немає чого втрачати. Крім того, як відомо, усі потреби охоплюються і формуються у біопсихосоціальну структуру людини із чіткою та жорсткою ієрархією пріоритетів. Біологічні потреби утворюють внутрішній, обмежений природними межами людських можливостей і потреб контур. Соціальні потреби – середній контур. Культурні, правові норми регулюють та обмежують масштаби споживання. Духовні потреби – у наявності справедливості, сумніння, патріотизму, гуманізму, відповідальності за дітей, за збереження минулого та розвиток майбутнього утворюють зовнішній контур, що регулює масштаб і спосіб задоволення соціальних і матеріальних потреб. Збереження цієї ієрархії є обов'язковою умовою для нормального, гармонічного, безконфліктного, здорового життя. Якщо багатство створено в результаті порушення духовних і соціальних норм, то виникає внутрішньоособистісний конфлікт (муки сумніння, сором, розчарування), який знецінює матеріальні блага.

Психологічне тестування Burtoughs and Rindfleisch також показує, що люди з високим індексом орієнтації на матеріальні цінності менш щасливі. Частіше – вони реалісти. Вони не цураються нічого людського, замість проблем, характерних для ситуацій відсутності вільних коштів, приходять інші труднощі. Але подолавши непростий шлях до створення багатства, ці люди обережніші, обачніші у виборі засобів для подальшого руху, більше довіряють собі. Можливо, тому і справляють таке безрадісне враження.

Існують й інші успішні форми відносин із грошима. Парадоксально, але це повна відмова від їхнього використання. 70-річна жителька Німеччини Хайдемарі Швермер, педагог і психотерапевт за професією, 15 років тому закрила всі свої банківські рахунки, роздала гроші та майно і стверджує, що відтоді стала набагато щасливішою.

Протягом цих років Швермер подорожувала світом, писала книги, читала лекції, розповідаючи всім про свій досвід, розплачуючись за все необхідне для життя «за допомогою бартеру», своєю працею, за притулок – роботою по господарству, за їжу – прибиранням у супермаркетах, за послуги перукарів – вигулюванням їхніх собак. Спочатку вона планувала протриматися без грошей один рік, але досвід виявився таким успішним, що Хайдемарі вирішила більше ніколи не повертатися до колишнього «нормального» життя.

Люди, які зустрічалися з Хайдемарі Швермер, стверджують, що в її вигляді немає нічого, що б нагадувало про безпритульність та бідність. Це здорова, елегантна та доглянута жінка з постійною посмішкою на обличчі. Вона ні про що не тривожиться й нічого не боїться. На запитання, як вона зустріне старість без заощаджень і страховок, Швермер відповідає, що сподівається залишатися у формі до кінця життя, але

якщо сили все-таки її залишать, вона зможе отримати пристановище у своїх двох дітей, які люблять матір та шанобливо ставляться до її поглядів. Дітям, як і всім іншим, жінка збирається платити за дах своєю працею.

З початком фінансової кризи в Європі та зростанням соціальних протестів у ексцентричної дивачки, яку називають європейським «курйозом», з'являється усе більше зацікавлених слухачів та послідовників, готових «розширити свідомість» за допомогою хоча б тимчасової відмови від грошей.

Для більшості людей шлях Хайдемарі Швермер, як і «монаха, який продав своє Феррарі», може здатися занадто радикальним. Вони вважають, що без грошей жити неможливо. Так само як і не можна без грошей створити прийнятні умови існування. Інше питання, які умови для свого існування людина визначить прийнятними, та скільки для цього необхідно коштів?

Не важливо, скільки у людини грошей, їх завжди буде мало, а виходить, вона вічно буде у боргах, навіть володіючи мільйонними статками. Якщо людина не зрозуміє, що повинна відповідати за власне життя навіть у дріб'язкових речах, то вона не зрозуміє, що у склянці 50 % рідини від усього її об'єму.

Ситуація непосильного кредитного тягара меншою мірою поширена серед заможних людей, оскільки вони реалісти, об'єктивно оцінюють можливості та рідко жертвують комфортом заради його кінцевої мети.

Розповідаючи про свій життєвий досвід, вони на конкретному прикладі пояснюють необхідність реалістичного погляду на життя. Наприклад, людина хоче досягти важливої мети через п'ять років. Щоб це здійснилося, потрібно певну кількість грошей сьогодні відкладати. Потрібно подивитися на доходи-витрати та визначити, від чого для реалізації важливого бажання людині можна було б відмовитися. Наприклад, можна менше ходити в кафе чи театр, або не робити стихійних покупок. Але ж потрібно ще зуміти переконати клієнта прийняти цю думку та дотримуватися її на практиці.

Бернард Шоу якось сказав: «Борги схожі на будь-яку іншу пастку: потрапити в них досить легко, але вибратися досить важко», а Бенджамін Франклін стверджував: «Краще лягти спати без вечері, ніж прокинутися боржником».

Теоретично ніхто не хоче бути обманутим, але всі прагнуть жити в комфорті та відносному спокої. Бажання кожної людини – жити спокійно, безпечно, одержувати гарну зарплату, утримувати родину, жити зрозуміло та виправдано.

Важливість грошей зростає і кожний обирає сам, який висновок з цього робити.

Завдання для самоконтролю

1. Поясніть, чому гроші як об'єкт вивчення привертає увагу дослідників?
2. Чим зумовлена психологічна забарвленість грошей?
3. Поясніть постулат економічної раціональності.
4. Перерахуйте напрями сучасних закордонних досліджень у галузі психології грошей.
5. У чому сутність психоаналітичної теорії грошей?
6. Як трактується проблема грошей у біхевіоризмі?
7. Що Ви знаєте про макроекономічні дослідження теорії грошей?
8. Які типи особистості виділяють у контексті ставлення до грошей?
9. Які фактори впливають на ставлення до грошей?

ТЕМА 4

ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Психологічні передумови підприємництва
2. Етика та ідеологія підприємництва
3. Психологічний портрет підприємця
4. Підприємець та менеджер: психологічні умови поведінки

1. Психологічні передумови підприємництва

Підприємництво в сьогоdnішньому світі – це серйозна економічна і політична сила. У багатьох розвинених країнах Європи та Америки на частку фірм з чисельністю працюючих менше 20 осіб припадає від 40 до 55 % всіх зайнятих у приватному секторі. Малі фірми живлять життєвими силами здоровий економічний організм будь-якої країни. Вони займають такі ніші в економіці, де не вигідно діяти гігантським транснаціональним компаніям, і там маленькі фірми сміливо вступають у конкурентну боротьбу з великим бізнесом, переважаючи більш високою ініціативою, гнучкістю і низькими витратами на управлінський апарат. Своєю високою економічною активністю вони не дозволяють безконтрольно піднімати ціни монополіям, і здатні ефективно розвивати й експлуатувати нові революційні технології. Розвиток малого бізнесу в нашій країні – одна з невідмінних умов стійкої стабілізації економічної ситуації, ослаблення і подолання соціальної напруженості і зміцнення демократії.

Слід зазначити, що перехід людини з однієї соціальної групи, наприклад, технічної інтелігенції, в іншу – бізнес, визначається не тільки сумою грошових коштів або матеріальних благ, наявних в її розпорядженні, а й значною мірою її свідомістю, яке докорінно відрізняється у найманого робітника і вільного підприємця. Саме психологічний компонент: мотивації, установки, вольові якості та інші особистісні параметри визначають, чи стане людина підприємцем чи ні. Більш того, сукупний менталітет жителів країни визначає її політичну систему, темпи демократичних перетворень і характеристики промислового зростання. Тому одних лише економічних категорій недостатньо для розуміння сутності підприємництва, і для опису цього соціально-економічного феномену потрібне залучення психологічних категорій.

Особистість кожного підприємця унікальна, що визначає спосіб організації ними бізнес-процесів. Наприклад, один бізнесмен може часто змінювати напрямки своєї підприємницької діяльності, в той час як ін-

ший буде постійний у своїх пристрастях і бізнес-стратегіях. Один буде чесний з компаньйонами і державою, інший – буде намагатися ухилятися від сплати податків і своїх зобов'язань щодо ділових партнерів. Якщо підприємець проявляє високі моральні якості: вірність своєму слову і взятим зобов'язанням, працьовитість і відповідальність, то у нього з високою ймовірністю будуть відсутні такі якості особистості, як лінь, брехливість та непослідовність.

У процесі свого розвитку особистість може змінюватися. Наприклад, в особистості підприємця, якого неодноразово обманювали його партнери або працівники, можуть з часом виникнути такі риси, як підозрілість або агресивність. Таким чином, ми можемо визначити *особистість як сформовану протягом життя сукупність індивідуальних психологічних особливостей, які визначають своєрідне для цієї людини ставлення до себе, суспільства і навколишнього світу в цілому.*

Причини, які спонукають людей зайнятися підприємницькою діяльністю:

Внутрішні:

- прагнення до свободи;
- бажання самореалізувати свої здібності;
- бажання поліпшити свій добробут.

Зовнішні:

- тиск обставин;
- підприємці за традицією (коли фірма передається у спадщину);
- перехід з категорії менеджерів у власники;
- становлення бізнесмена за допомогою «бізнес-інкубаторів» за підтримки держави.

Бажання розлучитися з найманою працею в менеджерів часто пояснюється *ростом амбіцій*. Їм стає нецікаво працювати на господаря, і вони розраховують значно *збільшити свій дохід*, який вже не буде обмежувати хтось «зверху».

Проте перехід в нове амплуа рідко проходить без жертв. Справа в тому, що колишні топ-менеджери звикли до вирішення питань стратегічного рівня, а *стаючи підприємцями, вони починають тонутися в дрібницях*, кожна з яких може виявитися важливою. Крім того, менеджерам, які вирішили відкрити свою власну справу, спочатку доводиться *жертвувати звичним рівнем доходів та соціальним статусом*. Крім того, їм потрібно проходити всі етапи становлення нового бізнесу, починаючи з самого «нуля», і виконувати *великий обсяг чорнової роботи*. Все це вимагає неабиякої частки здорового *авантюризму і колосальної витримки*.

Коштів у бізнесі ніколи не буває багато. Який би не був розмір стартового капіталу у колишнього менеджера, йому доводиться серйозно

змінювати своє ставлення до грошей після переходу в статус підприємця. Йому доводиться пускати в оборот всі свої доходи, щоб розвивати бізнес і платити зарплату співробітникам, щоб вони не пішли до конкурентів.

Тому багато бізнесменів починають думати про повернення у статус менеджера, що працює на процвітаючого господаря. Хтось йде назад у наймані працівники, бо не зміг налагодити ефективний бізнес, а хтось набратися досвіду в більш масштабному підприємстві. Такі процеси: *з менеджерів в підприємці і назад*, постійно протікають у суспільстві, поступово формуючи дві багато в чому протилежні групи людей – *власників і менеджерів*. Тільки побувавши в обох іпостасях, людина може з повним розумінням сказати, що у неї виходить краще.

Існує *три основні системи координат*, через які можна визначити життєві стратегії будь-якої особистості, в тому числі – і підприємця:

- *Перша* – позначає місце стратегії на осі *егоїзм-альтруїзм*. Одні люди більше орієнтуються на власні інтереси, інші – на суспільну користь.

- *Друга* – визначає ступінь *відповідальності людини за власну долю*, що визначається рівнем *суб'єктивного контролю*, або навпаки *схильності піддаватися зовнішній регламентації*.

- *Третя* – визначає можливі *засоби досягнення цілей*. На одному її полюсі розташовується *прагматизм*, на іншому – моральні обмеження і *моральний самоконтроль*.

До умов, що сприяють розвитку підприємництва, відносяться як об'єктивні можливості в суспільстві, так і суб'єктивні передумови в психології людей.

Ті й інші утворюють три основні категорії умов розвитку підприємництва:

- політика держави відносно приватного бізнесу;
- культура, або система цінностей суспільства, що психологічно заохочує й підтримує дух індивідуальної ініціативи;
- схильності й здатності людей до підприємництва.

Вони породжують три психологічних проблеми підприємництва: політико-психологічну проблему взаємин підприємництва з державою, проблему образу підприємця в масовій свідомості й, нарешті, проблему вивчення психологічного портрета підприємця.

Державне регулювання підприємництва є напрямом державної політики, спрямованим на удосконалення правового регулювання господарських відносин, а також узгодження компетентностей між окремими інституціями або органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у підприємницьку діяльність та усунення перешкод для розвитку бізнес-середовища,

що здійснюється в межах, у порядку та способом, що встановлюються Конституцією та законами України.

Державні органи на різних рівнях впливають на підприємницьку діяльність, тому результати її здійснення залежать від держави.

Основними принципами державної політики є створення сприятливих умов для розвитку підприємництва, зокрема забезпечення:

- системності та комплексності механізмів державного регулювання розвитку підприємництва;
- цілеспрямованості та адресності підтримки суб'єктів підприємництва завдяки вибору пріоритетів та концентрації ресурсів для їхньої реалізації;
- рівноправного доступу суб'єктів підприємництва усіх форм власності до фінансових, матеріальних, природних, інформаційних та інших ресурсів.

Органи державного управління будують свої відносини з підприємцями, використовуючи податкову та фінансово-кредитну, митно-тарифну, цінову та іншу політику через встановлення ставок податків і процентів по державних кредитах, надання податкових пільг, формування державних замовлень і правил ціноутворення, валютного курсу та розмірів економічних санкцій, прозорого підходу до оренди державного майна, ліцензування, концесій і лізингу, раціонального природо-користування та охорони довкілля, виконання робіт і поставок для державних потреб.

Втручання державних органів у господарську діяльність підприємців не допускається, якщо вона не зачіпає передбачених законодавством України прав державних органів щодо здійснення контролю за діяльністю підприємців. Не допускається прийняття державними органами актів, які визначають привілейоване становище суб'єктів підприємницької діяльності однією з форм власності щодо суб'єктів підприємницької діяльності інших форм власності.

Державне регулювання підприємницької діяльності поділяється на пряме та непряме. Під прямим регулюванням розуміється безпосередній вплив держави на суб'єктів господарювання через надання розпоряджень, встановлення квот, тарифів, які і необхідними для виконання. Під непрямим регулюванням варто розуміти вплив на об'єкт керування через створення певної ситуації, у результаті чого буде досягнуте таке становище керованого, яке необхідно для держави. Як непряме регулювання можна навести приклад надання дотацій якому-небудь підприємству або галузі.

Основними засобами, які використовує держава для регулювання підприємницької діяльності, є:

- державна реєстрація;

- ліцензування, патентування,
- квотування; сертифікація та стандартизація;
- регулювання цін і тарифів;
- податкове регулювання (надання податкових пільг);
- надання дотацій, компенсацій;
- застосування нормативів та лімітів;
- матеріально-технічна підтримка підприємств;
- інформаційне, кадрове та науково-методичне забезпечення підприємств.

Базою нормативно-правового забезпечення є законодавчі та інші нормативно-правові акти, відповідні норми цивільного, кредитно-фінансового, податкового, адміністративного, трудового та інших галузей чинного законодавства, основним з яких Господарський кодекс України.

Центральним органом, який забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері розвитку та підтримки підприємництва, є Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. Головне завдання цього органу – формування підприємницької політики, а передовсім – узагальнення практики застосування законодавства з питань підприємницької діяльності, опрацювання пропозицій, спрямованих на його удосконалення. Крім того, комітет сприяє розвитку малого підприємництва, системи його консультативної та інформаційної підтримки і готує пропозиції щодо впровадження та удосконалення механізмів фінансово-кредитної підтримки підприємництва та його зовнішньоекономічної діяльності, координує систему підготовки та перепідготовки кадрів тощо.

Функція *контролю* з метою збереження надійності і стабільності економіки, покладається на державу. Порушення оптимального співвідношення і функціонування компонентів єдиної системи призводить до економічних криз. Від держави очікується така форма регулювання, яка, з одного боку, давала б достатні можливості для прояву економічної ініціативи і творчості, з іншого – встановлювала б в інтересах суспільства і споживача бар'єри проти свавілля.

В Україні створено значну кількість громадських організацій, які мають на меті сприяння підприємству. Держава і підприємство вступають у відносини, в яких кожна зі сторін має значний вплив. Держава має потребу в підприємстві, оскільки ринкова система забезпечує її (без особливих додаткових витрат) матеріальними ресурсами, послугами і товарами, фінансовою підтримкою державних програм і т. ін.

У свою чергу, підприємство має потребу в державі, оскільки йому необхідне законодавство, що регламентує правила економічної діяльності, її безпеки, захисту і стабільності, а також функціонування монетарної системи, стабільної економічної і соціальної інфраструктури.

Підприємництво покладається на конституційний захист і державну підтримку підприємництва як основного інституту суспільства, що забезпечує одержання прибутку, зайнятість населення і підвищення його життєвого рівня. Державна підтримка підприємництва, крім нормативно-законодавчого та інституціонального сприяння, використовує також і функціональні (цільові) форми та методи, які умовно можна розділити на такі складові: матеріально-технічна підтримка; науково-технічна (інноваційна) підтримка; фінансово-інвестиційна підтримка; податкове регулювання та сприяння самофінансуванню бізнесу; зовнішньоекономічне регулювання та захист національних підприємств; екологічне регулювання бізнесу.

Проблема державного регулювання підприємництва досить гостро стоїть на цьому етапі економічного розвитку України. Діючи в умовах невизначеності, відсутності гарантій, створюючи нові, часто ризиковані комбінації, що дозволяють задовольнити громадські потреби, підприємець бере на себе функцію ризику і прогресу в економіці.

Необхідно визначити оптимальний ступінь державного втручання у підприємницьку діяльність з тим, щоб, з одного боку, забезпечити ефективне функціонування приватного сектору економіки та отримання ним високих прибутків, а з іншого – створити передумови для збалансованого росту економіки країни загалом та підвищення рівня добробуту громадян.

На сучасному етапі розвитку підприємництва через дефіцит фінансових коштів або за браком таких у малих підприємств, гостро постає проблема розвитку та переоснащення виробничої бази цих підприємств, передовсім виробничого устаткування та виробничих площ. Вирішенню цієї проблеми держава може сприяти через: спрямування частини засобів, одержаних від приватизації державного майна на розвиток матеріально-технічної бази підприємництва; розроблення та впровадження механізму передачі виробничим підприємствам малого бізнесу площ та виробничих потужностей, у тому числі й тих, які звільняються у процесі ліквідації, реорганізації та банкрутства підприємств; використання виробничого потенціалу підприємств ВПК на умовах лізингу, що даватиме змогу підприємницьким структурам звести до мінімуму витрати на придбання основних фондів, і можливість внесення частки майна підприємств ВПК в їх установчий капітал або передача його в господарське управління підприємницьких структур підвищить їхню заставну спроможність та стійкість; сприяння процесу формування розвинутого ринку нерухомості.

Ситуація в Україні з погляду задоволення потреб та створення умов для розвитку інноваційної складової підприємництва є досить неоднозначною. З одного боку, існує об'єктивна необхідність у створенні, реалізації і масовому поширенні нових технологій, і для цього є певні пе-

редумови (науково-технічний потенціал, накопичені розробки, висококваліфікована робоча сила), а, з іншого – діють серйозні гальмуючі фактори, зокрема: брак інноваційного венчурного капіталу; низький технологічний рівень виробництва, особливо в галузях переробної, легкої, харчової промисловості та у сфері послуг; брак попиту на нові розробки як наслідок неінновативно-орієнтованої і неконкурентно-насиченої економіки. Зарубіжний досвід свідчить, що найбільш гнучкими та сприятливими для впровадження науково-технічних досягнень є малі підприємства.

Ринок інновацій, що лише зароджується в Україні, характеризується скороченням як пропозиції, так і попиту на всі різновиди інноваційних продуктів: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, технології, ноу-хау тощо. У нашій країні досі не створено реальних діючих механізмів державної підтримки, ухвалені нормативно-правові акти не мають послідовного та комплексного характеру, питання механізму передачі інновацій у сферу малого підприємництва залишається практично не врегульованим.

З метою стимулювання технологічного оновлення підприємництва держава може використовувати такі форми: надання допомоги в проведенні досліджень та впровадженні інновацій; сприяння інтенсифікації процесів передачі технологій; залучення суб'єктів малого підприємництва до участі в реалізації науково-технічних програм; надання консультативних послуг, зокрема щодо пошуку необхідних технологій або їх розробників, а також проведення науково-технічної експертизи об'єктів інтелектуальної власності на пільгових умовах; визначення порядку передачі малому підприємству ноу-хау та обладнання, які раніше були розроблені в інтересах силових міністерств; створення мережі технопарків та технополісів, бізнес-інкубаторів, виробничо-технологічних центрів тощо; стимулювання інноваційної діяльності малих підприємств та забезпечення їх інформацією про нову техніку та технологію; стимулювання венчурного бізнесу, франчайзингових відносин між підприємцями та ін., що буде спонукати до зміцнення інноваційного характеру підприємницького сектору взагалі й малого бізнесу зокрема.

Важливою складовою механізму державного регулювання підприємництва має стати система його державної підтримки, створення якої нині проголошується як запорука поліпшення стану в усіх сферах соціально-економічного життя суспільства. Економічний зміст державної підтримки полягає в розробленні та реалізації системи державних програм науково-технічного, ресурсного, фінансового, консультативного, кадрового та іншого сприяння розвитку підприємництва.

Державні програми підтримки можуть виконуватись центральною чи місцевою владою, суспільними (некомерційними) структурами або через приватні організації, яким для цієї мети надаються державні субсидії.

2. Етика та ідеологія підприємництва

Надконтроль економіки з боку держави, що призвів у нашій країні до застою, змінився відкритим протиставленням бізнесу державі, крайнім проявом індивідуалізму. Надії населення пов'язані з тим, що вітчизняний бізнес піде шляхом поступової інтеграції підприємництва в систему життя суспільства, за якої гострі кути бізнесу зм'якшуються відповідними законами й постановами.

Підприємництво – складна й неоднозначна сфера діяльності. Підсумок цієї діяльності, якщо розглядати її крізь призму суспільно-господарських цілей, – це розподіл ресурсів. В умовах ринкового господарства планування як таке має місце, але розмежовується між багатомасштабними суб'єктами. Рішення окремих економічних суб'єктів визначаються не всеосяжним центральним планом, а цінами на товари й послуги, що диктуються ринком. У цій системі підприємцеві, що визначає долю інвестицій і виробництва на основі сигналів ринку, приділяється центральна роль. На нього лягає відповідальність за економічне благополуччя країни. У зв'язку із цим доцільно говорити про ідеологію й етику підприємництва.

Існують різні думки із приводу соціальної спрямованості підприємницької ідеології. Одні вважають, що вона орієнтована на підпорядкування суспільства інтересам капіталу. Інші – що підприємницька ідеологія спрямована на самоізоляцію, свого роду відчуження бізнесу від держави. Ближче до істини розгляд ідеології підприємництва як системи подань, що відбиває сприйняття соціальним класом власних функцій у суспільстві, включає ставлення його до інших класів, метою якого є підтримка або зміна матеріального інституціонального ладу суспільства.

У самій природі підприємництва закладена суперечність: з одного боку, прагнення до максимального прибутку й егоїстичний захист своїх приватновласницьких інтересів, з іншого – соціальна роль, тобто необхідність зважати на інтереси й цінності суспільства, випробовувати почуття відповідальності перед ним.

Концепція соціальної відповідальності в бізнесі одержала найбільший розвиток у США в 70–80-х роках. Крім первісних подань, згідно з якими вона означала, насамперед, дотримання законів, що регулюють соціальні функції підприємця, її необхідними ознаками стали розглядатися дії, що задовольняють соціальним очікуванням, і навіть дії, що їх передбачають. Вищого рівня соціальної й моральної відповідальності вимагає участь у формуванні суспільних очікувань у процесі підприємницької діяльності, коли потрібно не просто реагувати на запити, але й

формувати їх, посівши тим самим керівну позицію у соціальному житті суспільства.

Існує думка, що лише представники великого й іноді середнього бізнесу мають розвинене почуття усвідомлення належності до свого класу, і тому тільки вони можуть вважатися носіями підприємницької ідеології. Ідеологічні й етичні системи великого бізнесу й так названого малого бізнесу різні. А от розходження між ідеологією та психологією підприємця й менеджера фірми згладжуються в останні роки: і підприємці, і менеджери є носіями підприємницької ідеології, але провідна роль все-таки й у тому, і в іншому випадку належить представникам великого й середнього бізнесу.

Що стосується фактора культури й соціальної атмосфери, то саме він і сприяє процесу особливого пристосування й відбору під час формування й зміни підприємницької психології, у результаті, як підкреслює Г. К. Гінс, створюються пануючі в цих націях або країні тип підприємця й форми підприємництва.

Для того, щоб скласти повне визначення підприємця, що включає як економічні, так і психологічні складові, слід визначити ключові і додаткові атрибути підприємця.

Отже, ключові атрибути підприємця:

- Прагнення до комерційного успіху й отримання прибутку (А. Сміт, Ж. Б. Сей, А. Камінка, Ф. Гайек, П. Друкер, Л. І. Абалкін та ін.).

- Дія в умовах ризику (Р. Кантільон, А. Сміт, А. Петражицький, Л. І. Абалкін).

- Поєднання функції власника капіталу, найманого керуючого і працівника (Ж. Бодо).

- Наявність комерційної ідеї (А. Сміт, П. Друкер).

- Комбінування ресурсами і переміщення капіталу в зону максимальної прибутковості (Ж.Б. Сей, Й. Шумпетер, П. Друкер).

- Певний набір особистісних якостей (Й. Шумпетер).

- Свобода у виборі напрямів та методів діяльності (Л.Абалкин).

До можливих (додаткових) атрибутів підприємця можна віднести:

- а) наявність власного капіталу (А. Сміт)

- б) генерація нової ідеї або технології (П. Друкер);

- в) пропозиція нової послуги чи товару, освоєння нового сегмента ринку (П. Друкер).

Ці властивості підприємця не є ключовими, тому що підприємництво можливе і без наявності власного капіталу (наприклад, з використанням позичкових коштів або за рахунок державних субсидій), з використанням чужих ідей або вже наявних технологій і т. ін. Звичайно, наявність цих додаткових переваг підвищує шанси підприємця на успіх, але вони не є обмежувачими.

Інтегруючи всі вищенаведені визначення та атрибути, можна так визначити підприємництво: ***це ініціативна економічна діяльність людей, спрямована на отримання прибутку. Вона пов'язана з ризиком і здійснюється під власну майнову відповідальність підприємця.***

Підприємець – це людина певного особистісного складу, яка у своєму прагненні до отримання прибутку самостійно вибирає спосіб економічної діяльності, несе майнову відповідальність за її результати і на першому етапі своєї діяльності поєднує функції власника капіталу, найманого керуючого і працівника.

Специфічною особливістю підприємницької діяльності (на відміну від найманого робітника) є ***невизначеність*** у виборі не тільки засобів, але і цілей діяльності. Відсутність інструкцій і чіткої регламентації призводить до необхідності дуже часто ***приймати важливі рішення, що є додатковим психологічним навантаженням.***

Крім того, підприємець ***одночасно виконує кілька функцій***, розділених на сформованому підприємстві. Він одночасно є ***власником*** підприємства, ***управляє*** бізнес-процесами і є ***працівником*** свого підприємства, як правило, сам організовує продажі, а іноді навіть виконує функцію ***бухгалтера***, що створює додаткове психологічне навантаження.

Сучасне підприємництво в Україні виконує три соціально-економічні функції, які чинять все більший вплив на різні сфери суспільного життя.

Економічна функція – формування ринкової економіки, перехід важелів управління економікою від держави до приватних осіб, ініціативний розвиток окремих напрямів у промисловості та сільському господарстві

Соціальна функція – формування нової соціальної групи – підприємців та бізнесменів; ***формування середнього класу*** – соціальної верстви забезпечених людей; зміна ставлення суспільства до бізнесу від негативного до позитивного.

Психологічна функція – формування ***самосвідомості***, усвідомлення себе як особливої активної економічної (і навіть політичної) сили, здатної впливати на різні сторони життя країни. Самореалізація себе через власний бізнес, політику, інноваційні технології чи благодійність.

Тут слід зазначити, що підприємці, як активна соціальна група, тісно взаємодіють з трьома верствами суспільства:

– ***з клієнтами*** (споживачами їх товарів або послуг). Клієнти виконують найважливішу функцію в бізнесі, будучи споживачами продукції підприємців і забезпечуючи повернення витрачених фінансових коштів у вигляді оплати за товари або послуги. Крім того, між підприємцями і споживачами існують й інші зв'язки (рекламно-інформаційні та іміджеві), які можуть мати вирішальні наслідки для розвитку того чи іншого бізнесу;

– *з найманими працівниками*. Наймані працівники виникають на певному етапі розвитку бізнесу, коли підприємець вже не може сам виконувати всі функції на своєму підприємстві. Спочатку вони виконують роль виконавців виробничих функцій, а потім і менеджменту. В сучасній Україні, на відміну від Заходу, наймані працівники поки що є роз'єднаною масою людей, не згуртованих реальними профспілками, що полегшує підприємцям взаємодію з ними, однак у перспективі не виключена жорстка конфронтація між бізнесом і найманою працею;

– *з представниками державних структур*. Держава, з одного боку, здійснює регламентацію бізнесу і жорсткий контроль, отримуючи натомість фінансові ресурси у вигляді податків. Крім того, не є секретом те, що нині має місце значний «сірий» фінансовий потік між підприємцями та окремими чиновниками у вигляді хабарів і «відкатів». Третя складова держави – це силові структури, які можуть чинити як позитивний, так і негативний вплив на бізнес-процеси.

3. Психологічний портрет підприємця

Існують два підходи до проблеми пошуку суб'єктивних психологічних передумов успішної підприємницької діяльності: перший відносить підприємців до особливої категорії людей, наділених певними психологічними якостями; відповідно до другого – підприємницькою активністю володіють всі, але в різному ступені.

До властивостей підприємництва відносять мобільність і динамічність економічної діяльності, волю вибору й пошуку способів економічних дій, тактичні методи дій, їхню відносну короткочасність, постійний підприємницький пошук, високий рівень невизначеності, ризик, загрозу втрат, відповідальність. Все це висуває специфічні психологічні вимоги до підприємця.

Багато західноєвропейських дослідників намагалися скласти психологічний портрет підприємця, абстрагуючись від специфічних рис та якостей, пов'язаних, наприклад, з напрямом підприємництва (виробниче, комерційне, фінансове), або його рівнем (великий, середній, малий бізнес), а також з тим, чи є підприємець новатором чи ні, а також чи об'єднує він у собі функції власника з функціями менеджера.

Важливі для психологічного портрета підприємця якості об'єднаємо в три блоки.

1. До інтелектуального блоку входять: компетентність, комбінаційний хист, розвинена уява, реальна фантазія, розвинена інтуїція, перспективне мислення.

2. Комунікативний блок – талант координатора зусиль співробітників, здатність і готовність до терпимості у спілкуванні з іншими людьми і водночас здатність йти проти течії.

3. Мотиваційно-вольовий блок – це схильність до ризику, відповідальність, прагнення боротися й перемагати, потреба в самореалізації й суспільному визнанні, вираженість мотиву успіху.

Повний перелік наведених якостей характерний до портрета ідеального, а не типового підприємця.

У портреті типового підприємця для забезпечення його успішної діяльності слід розвивати обов'язкову наявність компонентів мотиваційно-вольового блоку, тому що підприємець, насамперед, фігура діюча, активна, творча.

Перевага мотиву досягнення успіху над мотивом уникнення невдачі, схильність до ризику, потреба й уміння брати на себе відповідальність залишаються необхідними у психологічному портреті підприємця незалежно від форми, рівня або інших специфічних рис підприємництва.

Враховуючи, що підприємець є самозайнятою особою, йому потрібні хороше здоров'я, невичерпна енергія й оптимізм.

Вважається, що суттєвою ознакою підприємництва є активність, спрямована на побудову нових систем відносин – економічних, управлінських, етичних.

Активність людини – це не абстрактне поняття, а поняття, яке вимагає багаторівневого аналізу. Сучасні погляди на підприємницьку активність найповніше виражені у «теорії чотирьох «С» Дж. Тропмана і Г. Морнінгстара (1992). Згідно з цією теорією всебічний аналіз підприємницької активності повинен впливати з урахування:

- психологічних основ поведінки підприємців;
- компетентності, наявності певних професійних і ділових здібностей;
- факторів, що сприяють розвитку ідей та нововведень;
- зовнішніх економічних умов підприємницької діяльності.

Підприємництво можна розглядати як постійний пошук індивідом власного місця, призначення у житті. Через таку активність реалізуються мотиви, здібності, вміння людини у конкретній практичній діяльності і поведінці. Повний аналіз підприємницької активності неможливий без урахування особистісних і середовищних факторів.

Важливі для психологічного портрета підприємця є **лідерські якості**.

Лідерські якості забезпечують здатність досягати конкретних цілей у господарській, соціальній або інших сферах громадського життя за рахунок своєї ініціативи, винахідливості, самостійності, нестандартних рішень, готовності ризикувати і нести відповідальність за результати.

Лідерство у підприємстві тлумачиться подвійно. З одного боку, досягнути результату можна лише на шляху істинного лідерства. Тим не менше, бути помітним не означає бути лідером. Підприємець не може не бути лідером, оскільки він повинен згуртувати навколо себе людей і надихнути їх для досягнення високої мети. Він досягне успіху в

бізнесі, тільки якщо зможе переконати своїх співробітників у здатності досягти такого рівня виконання завдань, які раніше здавалися їм недоступними. Ця здатність лідера тісно пов'язана з такими якостями, як уміння створювати оптимістичні плани, посилювати надії на успіх, пояснювати суть інновацій, згуртовувати колектив у кризових ситуаціях тощо. Але тим не менше феномен лідерства в підприємництві існує. Очевидно, головна причина – психологічна природа людини. Прагнення до лідерства – один із суттєвих елементів людської натури. Завдяки цій властивості рух уперед у підприємництві здійснюється, незважаючи на можливі втрати, а ентропія «усереднення» результатів порушується, розривається інноваціями.

Готовність до ризику. Ризик – це невід'ємна складова підприємництва; підприємництво і ризик – це феномени, які генетично пов'язані один з одним.

«Ризик» означає небезпеку, можливість збитків або втрати. Етимологія слова «ризик» походить від грецького – скеля, стрімчак; звідси – ризикувати означає пересуватися між скелями.

При розгляді ризику провідну роль посідає особа підприємця. Адже саме підприємець оцінює ситуацію, формує її суб'єктивний образ, робить вибір із сукупності альтернатив, добирає засоби і ресурси для реалізації своїх задумів. Крім того, сприйняття ризику залежить від кожної конкретної людини з її характером, вихованням, ідеологією, індивідуальними особливостями, рівнем знань у своїй сфері діяльності.

Поведінка підприємця за умов ризику охоплює комплекс взаємопов'язаних дій, які умовно, на наш погляд, можна описати у вигляді наведеного нижче алгоритму.

1. Усвідомлення ситуації як такої, що містить ризик – оцінювання ситуації з огляду на можливість входження в неї чи ні.

2. Діагностика та аналіз ризикованої ситуації – осмислення проблеми, пошук причин, що зумовили ситуацію ризику; розгляд способів зменшення ризику (за допомогою страхування, делегування повноважень, розподілу ризику серед інших).

3. Відшукування аналогій ризикованої ситуації – виявлення подібності реальної ситуації ризику, до тих, які вже спостерігалися в діяльності підприємця для використання перевірених стратегій поведінки, зменшення можливості зробити помилку.

4. Прогнозування розвитку ризикованої ситуації – екстраполяція (перенесення) наявних тенденцій у майбутнє, прогнозування загроз та збитків для бізнесу (грошей, престижу, відносин з партнерами, колегами).

5. Розгляд можливих альтернативних стратегій дій, їх оцінювання і вибір такої альтернативи, що найбільше відповідає вимогам ризикованої ситуації.

6. Прийняття рішення в умовах ризику.

7. Діяльність згідно з програмою (стиль поведінки, підбір методів і засобів), що є найефективнішою у ситуації ризику.

Види підприємницьких ризиків:

- виробничий ризик, пов'язаний з можливістю невиконання суб'єктом економічної діяльності своїх зобов'язань відносно контракту чи договору з іншим суб'єктом економічної діяльності;

- інноваційний ризик, пов'язаний з можливістю втрат, що виникають під час фінансування підприємцем виробництва нових товарів і послуг, які, можливо, не знайдуть очікуваного попиту на ринку;

- комерційний ризик, пов'язаний з реалізацією товарів, вироблених або куплених підприємцем;

- фінансовий ризик (кредитний), пов'язаний з можливістю невиконання підприємцем своїх фінансових зобов'язань перед інвестором;

- технічний ризик, пов'язаний з організацією виробництва і проведенням превентивних заходів з впровадженням і засвоєнням нової техніки і технології;

- ринковий ризик, пов'язаний з можливим коливанням ринкових відсоткових ставок як національної грошової одиниці, так і закордонних курсів валют.

Творчість (інноваційність). Економічна і соціальна ефективність підприємництва ставиться у залежність від дій підприємців, які покликані залучати ресурси і заповнювати ринкові простори (ніші), які залишилися б невикористаними значно більшими і забюрократизованими організаціями.

Інновацію (від лат. – впровадження у практику нового) розглядають як діяльність, спрямовану на створення і поширення нових видів виробів, технологій, організаційних форм

Кожній стадії сучасного інноваційного процесу в підприємстві (розроблення нововведення – реалізація нововведення – зростання виробництва – стабілізація – оновлення або занепад) відповідає особлива підприємницька стратегія або їх поєднання. Вибір стратегії залежить від конкретної стадії розвитку підприємницької організації, специфіки зовнішнього оточення.

Соціологи і психологи вибір тієї чи іншої стратегії пов'язують здебільшого з особою підприємця, з його здатністю «взяти» на себе інноваційний тип підприємницької поведінки. У загальних рисах такий тип поведінки визначають:

- висока готовність до подолання різних перепон у реалізації нововведень;

- стійка здатність працювати в екстремальних ситуаціях підвищеного ризику та невизначеності;

- особисте вміння нейтралізувати консервативні стереотипи, опозиційні настрої, егоїстичні та корпоративні інтереси у виробничій організації.

До значущих особистісних рис суб'єкта інноваційної поведінки належить управлінська майстерність у мобілізації всіх чинників виробництва, зокрема й залучення всіх однодумців у свою команду; постійний пошук можливостей.

Інноваційна поведінка пов'язана з трансформацією ідей у новий або вдосконалений продукт, технологічний процес або в новий підхід до соціальних послуг.

Рейтинг підприємця підвищується також з ростом добробуту населення. У цьому випадку у багатства більше можливостей до легітимізації, на підприємців не покладається відповідальність за бідність.

Особистісні якості, що перешкоджають успіху в бізнесі. Якостями, які протипоказані підприємцю, є:

- емоційна неврівноваженість;
- лінь;
- пасивність;
- вразливість до нав'язування чужої волі;
- надмірна старанність і пунктуальність.

Останню якість у цьому списку традиційно відносять до позитивних властивостей людини, однак те, що добре у найманого працівника, є мінусом для підприємця, який повинен сам давати собі завдання, а не чекати, поки хтось скаже йому, що потрібно робити. Пунктуальність важлива риса у бухгалтера або архіваріуса, але за умов мінливої ринкової економіки гнучкість важливіша за сталість.

Ще одна особистісна якість, що ускладнює діяльність підприємця, – підвищена тривожність. За її наявності бізнесмен буде занадто довго вагатися, приймаючи рішення, і занадто повільно діяти, а то й зовсім виявлятиме пасивність.

Підприємництво – це завжди ризик і дії в умовах невизначеності. За таких обставин краще діяти й помилятися, отримуючи користь з помилок, аніж боятися провалу і нічого не робити. Доки бізнесмен вагається і розмірковує, час працює проти нього: конкуренти виробляють товари і захоплюють ринки, податкова служба нараховує податки і штрафи, а господарі приміщень нараховують орендну плату. Бізнес подібний до подорожі вгору по річці: той, хто кинув весла, не стоїть на місці, а пливе назад, втрачаючи всю свою перевагу.

Фахівці, що вивчають психологічні особливості сучасних українських підприємців, відзначають у них набір далеко не оптимальних особистісних якостей, які, тим не менш, дозволяють їм вести свій бізнес з урахуванням вітчизняних економічних і соціальних реалій:

- раціоналістичність – прагнення все прорахувати, передбачити і врахувати;

- недовірливість – сприйняття світу як ненадійного, часто прямо ворожого, що призводить до прагнення посилити контроль за всім, також підозріливість стосовно своїх працівників і партнерів по бізнесу;

- агресивність – схильність до вирішення проблем силовими методами замість пошуку компромісів, а також схильність до афектних спалахів у стосунках з персоналом;

- авторитарність – переважання домінуючого стилю керівництва, нетерпимість до критики чи свободи думок.

Дж. Стівенс виділив певні особистісні якості характеру, які заважають людині гармонійно й успішно жити і діяти. Він назвав їх «драконами» й показав, що особистісні особливості можуть бути як корисними, так і шкідливими для людини. До числа цих рис Стівенс, зокрема, відніс:

- зарозумілість, в основі якої може ховатися страх перед власною незахищеністю, негативними оцінками, або завищене уявлення про власну значущість;

- нетерплячість, яка проявляється у страхіві втратити час. Люди, заражені подібним страхом, постійно перебувають у стані стресу, намагаються здобути максимум за короткий проміжок часу і живуть мріями про майбутнє, не вміючи жити в сьогоденні. Зовнішніми проявами поведінки таких людей буде легка збудливість, грубість, дратівливість, запальність і поспішність у рішеннях. Внутрішніми проявами будуть неспокій, схильність до паніки, дратівливість і примхливість;

- жадібність. Зовні вона виявляється в егоїзмі, скарності, схильності до гендлярства і заздрості до чужого багатства, а на внутрішньому рівні – в почутті обділеності й ненаситності.

Зовсім позбутися цих рис характеру неможливо, але їх можна «приручити» і використовувати на благо собі і людям.

Слід зазначити, що крім власне особистісних якостей, підприємець повинен володіти набором специфічних знань, умінь і навичок у тій сфері, в якій він працює. Зрозуміло, що для успішного ведення фінансових операцій підприємець повинен володіти набором знань у професійній, фінансово-кредитній сфері та бухгалтерському обліку, тобто володіти фінансовою грамотністю. Проте ці обмеження не є визначальними. Часто бувало так, що підприємець отримував спеціальні знання та вміння вже у ході розвитку свого бізнесу, а на перших його етапах він діяв інтуїтивно, або за допомогою залучених фахівців. Головне тут – бажання вчитися і постійно підвищувати свою кваліфікацію з метою удосконалення власного бізнесу, а таке бажання належить уже до особистісних якостей (допитливості, наполегливості, амбітності).

Останнім часом спостерігається тенденція поєднання економічної психології з різними сферами її практичного застосування. Підприємницька діяльність є тією сферою, де цей процес розвивається досить інтенсивно. Ще недавно управлінське консультування було сферою аудиту, а такої сфери діяльності практичних психологів, як бізнес-консультування взагалі не існувало.

У цей час професійне психолого-економічне консультування стає формою цивілізованого рішення проблем для все більшої кількості ділових людей у нашій країні. Нині сучасні психологічні знання усе активніше використовуються в діагностичній, корекційній й орієнтаційній частини цієї роботи. Бізнес-консультування, по суті, є діяльністю, спрямованою на актуалізацію й усвідомлення підприємцем тих якостей своєї індивідуальності, які були сформовані раніше й впливають на його роботу і розвиток. Воно дає можливість адекватно оцінити себе як професіонала в бізнесі з позиції критеріїв психологічної науки й вимог реальної ситуації сьогодення. Бізнес-консультування дозволяє також побачити нові напрямки та шляхи досягнення своїх цілей і одержати конкретні психологічні методики й прийоми для реалізації свого потенціалу. Психологічні дослідження підприємців і підприємницької діяльності дозволяють більш цілеспрямовано й обґрунтовано вести роботу із професійного консультування підприємців і надання їм психологічної підтримки.

Бізнес-консультування в нашій країні використовує як результати досліджень вітчизняної соціальної психології, так і великі наробітки західної економічної психології. За кордоном накопичений більш ніж піввіковий досвід у професійній діяльності психологів-консультантів. Той бум у професійній психології, що пережив Захід на початку XX ст., спочатку вирішував завдання підвищення продуктивності праці й ефективності виробництва. Але в міру гуманізації виробництва й розвитку самої психологічної науки на передній план досліджень вийшла людина як суб'єкт діяльності, у тому числі підприємницької. Акцент змістився на вивчення проблем, що постають перед підприємцем, і пошук їх найбільш ефективних рішень. Результатом стало створення системи методик, здатних надати реальну допомогу в цьому виді діяльності.

Цей арсенал діагностичних, корегувальних та інших методик усе в більшому обсязі застосовується на практиці психологами в нашій країні. І якщо на початку цього процесу методичне оснащення переносилося на вітчизняний ґрунт без обліку тих теоретичних концепцій, у контексті яких воно створювалося, і без обліку специфіки країни, то нині цей недолік ліквідується, що підвищує ефективність запровадження закордонного досвіду.

Бізнес-консультування і консалтинг у менеджменті є ефективною, але не єдиною формою надання допомоги підприємцям. Нині психологи усе активніше залучаються до роботи з формування команд і роботи

з персоналом, проведення групових тренінгів і семінарів. На таких заняттях за допомогою спеціальних методів навчання можна освоїти нові методи та засоби в бізнесі, маркетингу; сформувати вміння швидко знаходити рішення в нестандартних ситуаціях, добре розбиратися у психологічному стані оточуючих людей і вміти не директивно впливати на партнерів і персонал, а розвивати поведінкову гнучкість, уміння впевнено почувати себе у складних ситуаціях, уміти управляти своїми емоціями, переконливо й аргументовано викладати свої позиції, домагатися погодженого рішення спірних питань. У ході такої підготовки велика кількість людей відкривають у собі нові можливості й виявляють здібності, які потім можуть бути реалізовані в новій практиці.

4. Підприємець та менеджер: психологічні умови поведінки

Підприємцям і менеджерам властива висока цілеспрямованість діяльності, розвинений мотив досягнення.

Розходження між підприємцями й менеджерами можуть бути інтерпретовані в такий спосіб: *менеджери більшою мірою побоюються новизни, тому що їхня основна мета – зберегти організацію, колектив, яким вони керують, та підприємницька активність, яку вони, безсумнівно, проявляють, у багатьох ситуаціях, що спрямована на виживання компанії. Підприємець, навпроти, прагне до змін, розвитку, ризику. Протягом життєвого циклу фірми потребують тієї чи іншої підприємницької активності.*

Підприємець – це своєрідна антитеза менеджерові, оскільки перший працює в неструктурованому оточенні, де швидкі зміни відбуваються увесь час. Інший діє в налагодженій управлінській ієрархії, підходить до функціонування якої всебічно викладені у класичному менеджменті.

Згідно з літературними даними, найбільш яскраві розходження у психологічних портретах підприємця й менеджера стосуються лідерства й потреби у владі. Наприклад, Х. Хекхаузен вважає, що менеджери і підприємці проявляють виражені лідерські якості, але менеджер – лідер ієрархії, а підприємець – лідер ідей.

На думку Д. Мак-Клеланда, підприємці, що створюють фірми, рідко відрізняються лідерськими якостями, тому що в них домінує мотив досягнення, тобто «гра однієї людини», а для неї не потрібно глибокого залучення інших людей. Таке трактування співзвучне поглядам тих авторів, які наголошують на особистісній незалежності підприємця. Так, наприклад, Р. Хисрич виділяє як провідні мотиви підприємця прагнення до незалежності, свободу дій, творчої роботи й створення капіталу. Як видно з табл. 1, у менеджера інша мотивація.

З позицій інноваційного менеджменту підприємств – перетворюючий лідер, на відміну від лідера нормативного або адміністративного менеджменту.

Чітких меж між підприємцями й менеджерами часом немає. Дві ці фігури можуть бути представлені в одній особі в малому бізнесі. Крім того, є проміжна фігура – інтрапренер або «внутрішній підприємець», що володіє тим же комплексом якостей (табл. 1), що й підприємець.

Таблиця 1

Порівняння особистісних і поведінкових якостей у традиційних менеджерах, підприємців й інтрапренерів

Поведінкові якості	Традиційні менеджери	Підприємці	Інтрапренери
Провідні мотиви	Прагнення одержати просування по службі й мати інші ознаки престижу в корпорації, такі як власний кабінет, штат, влада	Прагнення мати незалежність, свободу дій, творчо працювати, створювати капітал	Прагнення до незалежності дій, придбання позицій у корпорації й відповідних винагородах
Сприйняття тимчасової перспективи	Орієнтуються на короткі тимчасові обрії: тижневі, місячні, квартальні й річні плани	Орієнтація на 5–10-літні періоди як віхи росту свого бізнесу	Орієнтація залежить від строків реалізації поставлених перед собою завдань із урахуванням строків робіт у корпорації. Звичайно посідає середнє становище між «традиційним менеджером» і підприємцем
Характер діяльності	Більше делегує свої повноваження підлеглим і контролює виконання, чим сам прямо включається в справу	Пряма включеність у роботу	Більше виконує роботу сам, чим передоручає її комусь
Ставлення до ризику	Боязкий	Розумно йде на ризик	Розумно йде на ризик
Ставлення до статусу	Стурбований символами власного статусу	Заклопотаність символами статусу відсутня	Не стурбований традиційними символами статусу в корпорації, хоче лише незалежності
Відношення до невдач і помилок	Прагне всіляко уникати помилок і взагалі несподіванок	Не боїться помилок, виправляє їх і переборює невдачі	Прагне приховувати від оточення ризиковані проекти, поки не готовий їх доказово обґрунтувати
Кому служить	Служить іншим	Служить собі й споживачеві	Служить собі, споживачеві й спонсорам
Характер родини, з якої виїшов	Старші члени родини працювали на великій організації	З родини дрібних підприємців, представників вільних професій	Те ж саме, що й у підприємців
Ставлення до інших	В основному за нормами ієрархічних відносин	В основному ділові й договірні відносини	На основі домовленості з ієрархічною структурою

Завдання для самоконтролю

1. Перерахуйте основні категорії передумов розвитку підприємництва.
2. Поясніть у чому складність стосунків між підприємцями та державою.
3. Перерахуйте основні властивості підприємництва.
4. Якими важливими якостями повинен володіти підприємець?
5. Чому проблема етики підприємницької діяльності є актуальною для нашої країни?
6. Які можливості для підприємця відкриває бізнес-консультування?
7. Аналізуючи сучасний стан економічної психології, окресліть найближчі перспективи для її розвитку у сфері бізнесу.
8. Яка політика держави є оптимальною стосовно сфери розвитку бізнесу та підприємництва в Україні?
9. У чому основні відмінності між підприємцями та пересічними громадянами?
10. Назвіть специфічні риси молодих українських підприємців.
11. Подумайте, яким чином можливо розвивати риси підприємливості в особистості.
12. Охарактеризуйте основні розходження в психологічних особливостях менеджера, підприємця та інтрапренера.

ТЕМА 5

УМОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

1. Сутність і структура трудового потенціалу
2. Характеристика трудового потенціалу
3. Умови формування та розвитку трудового потенціалу
4. Фактори соціально-психологічного впливу на кадровий потенціал

1. Сутність і структура трудового потенціалу

У результаті тривалого процесу розвитку уявлень про людину як суб'єкта економічного життя сформулювалися такі поняття, як: «робоча сила», «трудові ресурси», «людський фактор», «людський капітал», «трудовий потенціал». Усі вони використовуються в науці і практиці управління, доповнюючи один одного.

Трудовий потенціал – це сукупна чисельність громадян працездатного віку, які за певних ознак (стан здоров'я, психофізіологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір провадити трудову діяльність. Метою розвитку трудового потенціалу є створення правових, економічних, соціальних і організаційних засад щодо його збереження, відтворення та розвитку.

Трудовий потенціал – це складна соціально-економічна категорія, яка розглядається більш широко, ніж категорії «робоча сила» і «трудові ресурси», тому що включає сукупність якостей, які визначають працездатність людей, у тому числі їх фізичний, психологічний і моральний потенціал, обсяг загальних і спеціальних знань і навичок.

Чисельність працездатного населення і його якісні характеристики (стать, вік, освіта, професійна підготовка, кваліфікація і т. ін.) обумовлюють реальне значення трудового потенціалу. Поліпшення якісних характеристик практично збільшує трудовий потенціал у межах тієї самої чисельності працездатного населення.

Існують різні підходи вчених-економістів до структуризації трудового потенціалу.

Розрізняють:

- сукупний трудовий потенціал – як загальну міру всіх можливостей, необхідних для трудової діяльності і закладених у працездатному населенні;

- продуктивний трудовий потенціал, що дає найбільшу віддачу в створенні будь-яких цінностей;

- приватний трудовий потенціал, що визначає можливості для діяльності конкретної сукупності населення, територій, конкретного трудового колективу, окремої особи.

З метою реалізації принципів системності і комплексності трудовий потенціал класифікують за:

- ознаками територіальності;
- потенціалом працездатного населення;
- відношенням до трудової діяльності;
- галузевою належністю;
- формою власності;
- об'єктом оцінювання.

Виходячи із особливостей державного та територіального устрою доцільно виділяти трудові потенціали країни, регіонів, адміністративно-територіальних одиниць на субрегіональному рівні. Залежно від контингенту населення, здатного до трудової діяльності, можна виділити потенціал: працездатного населення в працездатному віці; економічно активного населення.

Залежно від відношення до трудової діяльності розрізняють потенціал осіб, зайнятих і не зайнятих у суспільному виробництві, включаючи тих, хто навчається з відривом від виробництва; зайнятих у домашньому господарстві; безробітних.

Досліджуючи розподіл зайнятої частини трудового потенціалу за сферами і секторами економіки, можна виділити трудовий потенціал зайнятих у державному й приватному секторах окремих сфер економічної діяльності.

Економічна сутність трудового потенціалу країни полягає в тому, що він, виступаючи у формі діючої робочої сили, створює матеріальні й духовні цінності, а як потенційна робоча сила – здатний їх виробляти. Звідси важливий висновок – суспільство зацікавлено в максимальній питомій вазі трудового потенціалу, задіяного в суспільно корисній праці, адже це збільшує валовий внутрішній продукт (ВВП) і національний дохід (НД), що зрештою дає можливість підвищити якість життя населення.

Соціальна сутність трудового потенціалу полягає в тому, що він дає можливості як окремим особам, так і різним соціальним групам населення визначити своє місце в суспільно корисній праці, через яку самоствердитися у суспільстві та забезпечити собі і суспільству законне джерело доходів.

Аналізуючи роль людини в соціально-економічних процесах, наука використовує категорію «трудовий потенціал» суспільства, підприємства, окремого працівника. Це поняття є більш об'ємним, різнобічним,

його основою є термін «потенціал» – джерело можливостей, засобів, запасу.

Трудовий потенціал працівника являє собою сукупну здатність фізичних і інтелектуальних властивостей працівника досягати в заданих умовах визначених результатів його виробничої діяльності і самовдосконалення у процесі трудової діяльності, вирішуючи нові завдання, що виникають у результаті змін у виробництві.

Трудовий потенціал підприємства складає сукупність працездатних працівників, що можуть працювати на підприємстві за наявності необхідних організаційно-технічних умов. Якщо сукупність фізичних і духовних здібностей людини є основою трудового потенціалу особистості, то соціальна продуктивна сила, що виникає завдяки спільній діяльності індивідів, становить основу трудового потенціалу колективу і підприємства.

Структура трудового потенціалу підприємства являє собою співвідношення різних демографічних, соціальних, освітніх, професійних і інших характеристик груп працівників і стосунків між ними.

Основними компонентами трудового потенціалу є здоров'я, моральність, творчий потенціал, освіта, професіоналізм, рівень соціальної зрілості, свідомості, відповідальності, а також ціннісні орієнтири працівників, що в значній мірі визначають рівень їх трудового потенціалу і можливості його розвитку.

2. Характеристика трудового потенціалу

Оскільки категорія «трудовий потенціал підприємства» є складною і неоднозначною, то для її визначення потрібно використовувати системні показники, які можуть дати ґрунтовну характеристику всім найважливішим складовим. Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції та отримання прибутку, підприємству необхідно вчасно проводити об'єктивне оцінювання та аналіз використання людського фактора виробництва. Визначення реального стану трудового потенціалу підприємства дозволить керівникам формувати ефективну стратегію управління персоналом та успішно її реалізовувати.

Дослідження проблем трудового потенціалу зумовлює виокремлення в його структурі компонентів, які б характеризували його не лише з позиції безпосереднього змісту, а й відображали комплексно ті елементи, що становлять сукупність соціально-економічних відносин і умов, за яких відбувається повне відтворення трудового потенціалу. Тому у складі системи трудового потенціалу доцільно розглядати списково-структурну, організаційно-управлінську, професійно-кваліфікаційну, морально-психологічну, креативну, мотиваційну і адаптивну групи характеристик (табл. 2).

Таблиця 2

Основні групи характеристик трудового потенціалу підприємства

№ з/п	Групи	Показники
1	Списково-структурна	Середньорічна кількість працівників підприємства. Кадровий склад підприємства. Рівень плинності кадрів на підприємстві. Статевіковий склад працівників підприємства. Стан здоров'я працівників підприємства. Стабільність
2	Організаційно-управлінська	Рівень оснащення робочих місць. Стан професійної ротації працівників підприємства. Ефективність використання фонду робочого часу. Ефективність адміністративного управління на підприємстві. Рівень організування праці (чіткість, ритмічність, узгодженість трудових зусиль. Рівень культури праці
3	Професійно-кваліфікаційна	Професійно-кваліфікаційний склад працівників підприємства. Освітні характеристики та рівень кваліфікації працівників підприємства, обумовлений досвідом роботи (професійні знання, уміння, навички і пізнавальні здібності). Підготовка та перепідготовка кадрів (якісні зміни в персоналі – зростання умінь, знань, навичок)
4	Соціально-психологічна	Рівень розвитку соціально-трудова відносин. Морально-психологічний клімат у колективі (відповідальність, свідомість зрілості, інтерес до праці тощо). Стан здоров'я і фізичного розвитку.
5	Креативна	Здатність членів колективу до новаторства, продукування і впровадження інновацій.
6	Мотиваційна	Рівень оплати праці працівників підприємства і задоволеності працівників своєю працею. Система стимулів до високопродуктивної праці.
7	Адаптивна	Рівень можливості структури персоналу адаптуватися до змін під впливом НТП, зокрема через появу нових і відмирання старих професій, ускладнення трудових операцій

Списково-структурна група характеристик трудового потенціалу підприємства визначається складом і кількісним співвідношенням окремих категорій і груп працівників підприємства. Такий підхід є одночасно багатоскладовим і багаторівневим. Багатоскладовий через те, що об'єднує працівників різних професій, спеціальностей, видів діяльності, а багаторівневий означає, що склад персоналу відображає як структуру органів управління, так і ієрархію працівників усередині підприємства.

Списково-структурна група характеристик трудового потенціалу підприємства включає певні характеристики, найбільш суттєвими показ-

никами якої є співвідношення між категоріями персоналу, між основними та допоміжними робітниками, частка висококваліфікованих та кваліфікованих робітників у загальній чисельності працівників тощо. Списково-структурна група, зокрема, включає співвідношення між окремими групами персоналу відповідно до різних класифікаційних ознак та не є постійною величиною, оскільки на неї має вплив техніко-технологічне оновлення виробництва, його інноваційна складова, пріоритетність якості технології виготовлення продукції. Ці чинники сприяють збільшенню попиту на кваліфіковану робочу силу, вимагають збільшення частки розумової праці, а отже, фахівців з вищою освітою.

Традиційно розрізняють такі категорії працівників, як: керівники, спеціалісти, службовці та робітники. Ця класифікація має яскраво виражений соціальний характер (різні соціальні ролі і статуси, ступені кваліфікації, рівень доходів, умови праці тощо).

Керівний персонал можна ранжувати на керівників вищої, середньої та низової ланки; спеціалісти диференціюються за рівнем кваліфікації, категорійності, класності; службовці – за ознакою підлеглості. Ця класифікація відноситься і до робочих кадрів, які поділяються на робітників основного та допоміжного виробництва і мають різну кваліфікацію (тарифні розряди) у межах однієї професії.

На рівні підприємства система кількісних показників представлена у таких розрізах:

- облікова та явочна чисельність працівників підприємства і (чи) його внутрішніх підрозділів, окремих категорій і груп на певну дату;
- чисельність промислово-виробничого персоналу і персоналу непромислових підрозділів;
- середньоспискова чисельність працівників підприємства і (чи) його внутрішніх підрозділів за певний період;
- питома вага працівників окремих підрозділів (груп, категорій) у загальній чисельності працівників підприємства;
- темпи зростання (приросту) чисельності працівників підприємства за певний період;
- середній розряд робітників підприємства;
- питома вага службовців, що мають вищу або середню спеціальну освіту, в загальній чисельності службовців і (чи) працівників підприємства;
- середній стаж роботи за фахом керівників і фахівців підприємства;
- плинність кадрів.

Джерелами інформації про кадровий склад працівників, а також про рівень їх освіти є особисті картки по обліку кадрів і формуляри, що заповнюють додатково на працівників, які посідають керівні посади. Середньорічна чисельність працівників підприємства визначається на основі обліку кадрів і їхнього руху за допомогою трудових договорів і

контрактів, а також наказів про перехід на інше місце роботи та звільнення.

Зрозуміло, що ефективність реалізації трудового потенціалу підприємства безпосередньо пов'язана і залежить від умов праці персоналу. Останні формуються під впливом технічних та організаційних факторів, що безпосередньо впливають на формування матеріальних елементів умов праці на робочих місцях, у цехах та на підприємстві в цілому.

Організаційно-управлінська компонента також характеризує культурні цінності – значущий фактор реакції персоналу на нові орієнтири розвитку підприємства. Кожній групі людей притаманний свій набір цінностей і їхні пріоритети.

Отже, організаційно-управлінські чинники відображають рівень задоволення персоналом запропонованих соціальних норм та ролей, що виконують функцію інтеграції працівника в середовище підприємства, координацію дій персоналу. Ця складова трудового потенціалу підприємства визначається якістю організації виробничо-господарських процесів, у яких індивід відбирає, організує й інтерпретує інформацію, що надходить, для об'єктивної оцінки стану навколишнього природного середовища.

Можна використовувати такі показники для оцінки рівня організаційно-управлінських чинників:

- обсяг продукції в натуральному виразі у розрахунку на одного працівника;
- фондоозброєність праці;
- відповідність професійно-кваліфікаційного стану персоналу складності виконуваних робіт;
- ефективність використання робочого часу (коефіцієнт використання встановленої тривалості робочого дня і робочого періоду, інтегральний коефіцієнт використання робочого часу);
- плінність кадрів та втрати обумовлені цілоденними і внутрішніми простоями, відпустками працівників без збереження заробітної плати.

Працездатність персоналу залежить від загального стану здоров'я, рівня загальноосвітньої та професійної підготовки, характеру життєвих цілей, організації та умов праці, морально-психологічного клімату в трудовому колективі та інших умов. При цьому виділяють потенційну та фактичну працездатність. Потенційна працездатність досягається при мобілізації всіх резервів організму, а фактична – залежить від стану здоров'я, самопочуття працівника, а також від типологічних властивостей його нервової системи, індивідуальних властивостей функціонування пам'яті, мислення, уваги, сприйняття, від оцінки працівником значущості та доцільності мобілізації ресурсів організму для виконання роботи.

Психофізіологічний рівень окремого працівника визначається його здібностями і схильностями, станом здоров'я, працездатністю, витривалістю, психологічними та фізіологічними особливостями. Звичайно, він більшою мірою залежить від генотипу людини, її вроджених здібностей і властивостей. Разом з цим він змінюється під впливом умов соціалізації особистості: навчання, виховання, способу життя і праці, а також свідомого вдосконалення своїх можливостей, зміцнення здоров'я, підвищення витривалості організму. Водночас, на зміну потенціалу здоров'я, працездатності й витривалості впливають умови праці та побуту, кваліфікаційна і мотиваційна компоненти, організація праці, екологічна ситуація, рівень медичного обслуговування, організація відпочинку тощо.

Психофізіологічним чинникам впливу на персонал (охорона здоров'я, охорона праці, моральний клімат у колективі, пільги, конфліктогенність колективу) на підприємстві відводиться роль амортизатора, здатного зменшити у разі потреби соціальну напругу, забезпечити цілісність колективу та реалізацію трудового потенціалу. Повнота врахування сукупності факторів формування умов праці на підприємстві обумовлюють рівень їх сприятливості, тому на практиці умови праці можна класифікувати за такими ознаками:

- санітарно-гігієнічні умови, що визначаються стандартами, санітарними нормами та вимогами (мікроклімат, стан повітряного середовища, рівень механічних коливань, біологічний вплив, освітленість тощо);
- психофізіологічні елементи, що обумовлені змістом трудової діяльності та різноманітними навантаженнями (енерговитрати, робоча поза, напруження зору); естетичні елементи, тобто впливи, які формують у працівника ставлення до праці з погляду естетичного сприйняття зовнішнього середовища;
- соціально-психологічні елементи, що характеризують відносини працівників первинного виробничого колективу, між учасниками колективного виробництва, психологічний клімат у колективі, рівень конфліктності. Елементи цієї групи вивчаються за допомогою соціологічних опитувань і досліджень.

Поліпшення умов праці безпосередньо впливає на ефективність формування, використання та розвитку трудового потенціалу працівника, отже, на основні виробничо-господарські показники роботи підприємства, перш за все, на продуктивність праці. Вплив умов праці на збільшення продуктивності праці виявляється через зміни рівня працездатності персоналу, що є фізіологічною основою продуктивності праці та характеризує функціональні можливості працівника виконувати певну роботу з урахуванням особливостей його діяльності.

Прийнято виділяти такі фази працездатності, через які проходить працівник протягом робочого дня:

- фаза адаптації до виконання роботи;
- фаза стійкої працездатності з максимальною продуктивністю праці;
- фаза втоми, яка передбачає мобілізацію сил організму;
- фаза наростання втоми – характеризується падінням продуктивності праці і виникненням збоїв та помилок у роботі.

Для оцінювання психофізіологічних чинників найчастіше проводять соціологічні опитування працівників підприємства. Для отримання відомостей про психофізіологічний потенціал працівника, перспективи його професійного розвитку доцільно використати численні тестові методики, які за умови застосування комп'ютерних програм забезпечують об'єктивність виміру конкретних значень показника, а також максимально зменшують суб'єктивність оцінки.

Соціально-психологічна група показників відображає рівень корпоративної культури, свідомості члена колективу і соціальної зрілості, ставлення до праці, ціннісні орієнтації та потреби у сфері праці, виходячи з ієрархії потреб, а також ступінь розвитку причетності та інтеграції у сферу діяльності підприємства. Соціально-психологічні чинники відображають потребу в причетності до певної групи людей, потребу у праці. Потреба в праці формується під впливом матеріально-технічних факторів, рівня освіти, кваліфікації і виду професії.

Сутнісним елементом соціально-психологічної компоненти є психологічні характеристики працівника (тип темпераменту, уваги, мислення, психологічні характеристики, потреби людини, етнокультурні, трудові, виробничі традиції, соціально-екологічний елемент тощо). Ця компонента залежить тільки від природних особливостей людини з урахуванням рівня її соціалізації. Важливе значення мають психологічні складові: риси характеру, ціннісні орієнтації, спрямованість особистості, трудова мотивація. Вони перебувають у тісному зв'язку з трудовою мораллю – комплексом норм поведінки людини у процесі праці, що спирається на загальне розуміння місця і значення праці в суспільстві. На трудову мораль величезний вплив справляють соціальні й економічні фактори: виховання та освіта, рівень культури, моральні принципи суспільства, рівень економічного розвитку, ставлення до власності, організаційна культура, осуд і санкції за порушення трудової дисципліни та багато інших.

Інтелектуальна група показників ґрунтується на урахуванні рівня освіти персоналу, його інформаційного забезпечення, розгорнутої системи науки, наявності сучасних комунікаційних систем та механізмів формування інтелектуального капіталу. Саме інтелектуальний капітал може забезпечити випереджувальний розвиток підприємства. Для цього важливо раціонально використовувати всю суму знань, досвіду, професійної підготовки та інтуїції всіх працівників підприємства, всі напра-

цьовані людські комунікації, інформацію у вигляді інтелектуальної власності.

Інтелектуальна компонента відіграє особливу роль у трудовому потенціалі як окремого працівника, так і колективу, підприємства, суспільства і визначається, насамперед, природними розумовими здібностями людини, нестереотипним, глибоким мисленням, вибірковістю, талантом, сприйнятливістю до швидкого удосконалення. Зазначена складова виконує функцію забезпечення праці відповідно до вимог виробництва, реалізації особистості, одержання нею соціального статусу і забезпечення особистих потреб у результаті трудової діяльності. Важливим елементом інтелектуального потенціалу є як загальна, так і професійна освіта, їх відповідність індивідуальним здібностям і потребам суспільного виробництва. Елементом інтелектуального творчого потенціалу можна вважати рівень мотивації працівника в отриманні знань, рівень досягнення поставленої мети. Можна провести розмежувальну лінію між інтелектуальним потенціалом людини та інтелектуальним потенціалом підприємства. Але тільки за їх органічного поєднання можливо нарощення сукупного інтелектуального потенціалу. Інтелектуальний потенціал особистості – економічний фактор найвищої цінності й надзвичайної уразливості. Він дуже чутливий до коливань психічних станів працівника.

Важливою умовою реалізації інтелектуального потенціалу особистості є високий рівень мотивації, спрямованої на вирішення проблем, а також створення умов для творчої діяльності.

Професійно-кваліфікаційна група чинників визначається впливом професійного і кваліфікаційного розподілу праці. При цьому професією вважаємо особливий вид трудової діяльності, що вимагає певних теоретичних знань і практичних навичок, а спеціальністю – вид діяльності в межах професії, який має специфічні особливості і вимагає від працівників додаткових спеціальних знань і навичок.

Рациональне використання робітників згідно з рівнем кваліфікації тісно взаємопов'язане з ефективністю виробництва. З економічних позицій зростання кваліфікації є чинником підвищення продуктивності праці.

Професійно-кваліфікаційна компонента визначається багатьма показниками, серед яких можна виділити рівень освіти людини, обсяг її загальних і спеціальних знань, набір трудових навичок і вмінь, що обумовлюють здатність до праці певної якості. Від кваліфікаційного потенціалу залежить не тільки успішність роботи за своєю професією, але й здатність до ротації, інноваційної діяльності, професійної підготовки.

Адаптивна компонента забезпечує безпосередні контакти й актив-но-перетворювальні відносини із середовищем. Цей рівень трудового

потенціалу є активним способом впровадження в середовище, його прийняття і перетворення.

Адаптивна компонента (активність, творчі здібності, мобільність) забезпечує безпосередні контакти і відносини з навколишнім середовищем, його сприйняття і перетворення, а також зміну внутрішніх елементів трудового потенціалу під впливом зовнішніх факторів. Адаптація є двостороннім процесом, що полягає в тому, що працівник не тільки пристосовується до певного середовища, але і пристосовує його до себе. Адже зрозуміло, що зовнішнє середовище в нових умовах господарювання є непередбачуваним та малоконтрольованим (змінюється зміст професійних функцій, знання та інформація стають рушійною силою НТП). У таких умовах значення адаптивного потенціалу значно зростає.

Мотиваційна компонента – найважливіша складова частина трудового потенціалу, що значно впливає на інші його елементи. Від ступеня реалізації мотиваційного чинника багато в чому залежить ефективність використання трудового потенціалу в цілому. Мотиваційна компонента формується під впливом зовнішніх і внутрішніх стимулів трудової діяльності й відображає рівень та структуру потреб, схильностей, інтересів, ціннісних орієнтацій, що можуть бути задоволені чи реалізовані у процесі праці. Сучасна система конкурентних відносин диктує свої правила стосовно типу трудової поведінки і реалізації потенціалу працівника. У сучасних соціально-економічних умовах правильним шляхом одержання конкурентних переваг для підприємства є його зацікавленість у створенні мотиваційного поля для становлення творчого (креативного) типу працівника, пріоритетною необхідністю формування якого є забезпечення можливостей підвищення освітнього та професійно-кваліфікаційного рівня, формування наукового типу мислення, відповідно до вимог сьогодення. Також не менш важливим моментом є набуття навичок застосування отриманих знань у практичній діяльності, забезпечення можливості участі в управлінні виробництвом. Тому в цій ситуації важливого значення набувають психофізіологічні мотиватори, які повинні сприяти максимальній реалізації трудового потенціалу працівника та стати чинниками, що впливають на формування сприятливих умов для професійного зростання і творчої реалізації.

Інноваційна складова трудового потенціалу – це вища форма продуктивної активності персоналу промислового підприємства, інтелектуальні, фізичні, психологічні, соціальні поведінкові резерви працівників, які дозволяють виходити за межі стандартного вирішення господарських завдань, а також продукувати нові оригінальні ідеї, що є передумовою створення інноваційного продукту.

Інноваційна компонента на рівні окремого працівника складається з поєднання ерудиції, професіоналізму, розвинутої уяви, нестереотипно-

го, глибокого мислення, вибіркової, спостережливості. Ці риси в певному узагальненні притаманні й колективу. Важливою умовою реалізації творчого потенціалу персоналу є високий рівень мотивації, спрямованої на вирішення проблеми, а також створення умов для творчої діяльності. Інноваційна компонента колективу – економічний фактор найвищої цінності й надзвичайної крихкості. Компоненти «творчі здібності» і «активність» відображають заповзятливість працівників, а також кількість винаходів, патентів, раціоналізаторських пропозицій, нових виробів з розрахунку на одного працівника. Він дуже чутливий до коливань психічних станів працівника.

Пропонована система показників трудового потенціалу підприємства відображає взаємозв'язок чинників різного рівня, що визначають наявність та рівень розвитку особистих якостей працівників та підприємства в цілому, які здійснюють безпосередній вплив на успішність виконання виробничих завдань та якість отриманих результатів. Враховуючи важливість трудового потенціалу, потрібно брати до уваги такі правила під час проведення оцінювання: не надавати переваги якомусь одному показнику чи групі показників, оскільки це може призвести до нехтування іншими, не менш важливими характеристиками; визначати необхідну і достатню кількість показників для охоплення всіх суттєвих сторін діяльності, які водночас не перевантажували б та не ускладнювали б сам процес оцінювання.

3. Умови формування та розвитку трудового потенціалу

Сучасні тенденції в економіці України спонукають до розгляду проблеми розвитку трудового потенціалу як вирішальної передумови соціально-економічної стабілізації, що є основою забезпечення продуктивності національної економіки.

У процесі реформування економіки загострилися суперечності між суб'єктами трудових відносин з приводу використання робочої сили. Тому дослідження, науковий аналіз формування та використання трудового потенціалу в умовах трансформації економіки України набувають особливої значущості та актуальності.

За останні роки в Україні спостерігається ускладнення відтворювальних чинників стану трудового потенціалу, негативні тенденції у структурі зайнятості та якості на ринку праці. Підприємства майже втратили контроль за станом свого трудового потенціалу та процесами його формування й використання. Так, падіння обсягів виробництва, низький рівень заробітної плати зумовлюють погіршення професійно-кваліфікаційного рівня працівників, їх морального, мотиваційного й творчого потенціалів, що, у свою чергу, заважає проведенню реструк-

туризації виробництва, впровадженню новітніх технологій та виробництву конкурентоспроможної продукції.

Формування трудового потенціалу – це процес набуття економічно активного населення до трудової та підприємницької діяльності ознак, необхідних для використання у трудовій діяльності, здобуття певних знань і навичок, фізичного, емоційного, духовного, професійного розвитку.

Формування трудового потенціалу в кожному регіоні країни відбувається під впливом багатьох чинників, які можна поділити на три основні групи: економічні, соціальні та демографічні. Ці фактори, різні за змістом і ефективності впливу, що дозволило нам у процесі їх дослідження та узагальнення скласти таку схему класифікації (рис. 1).

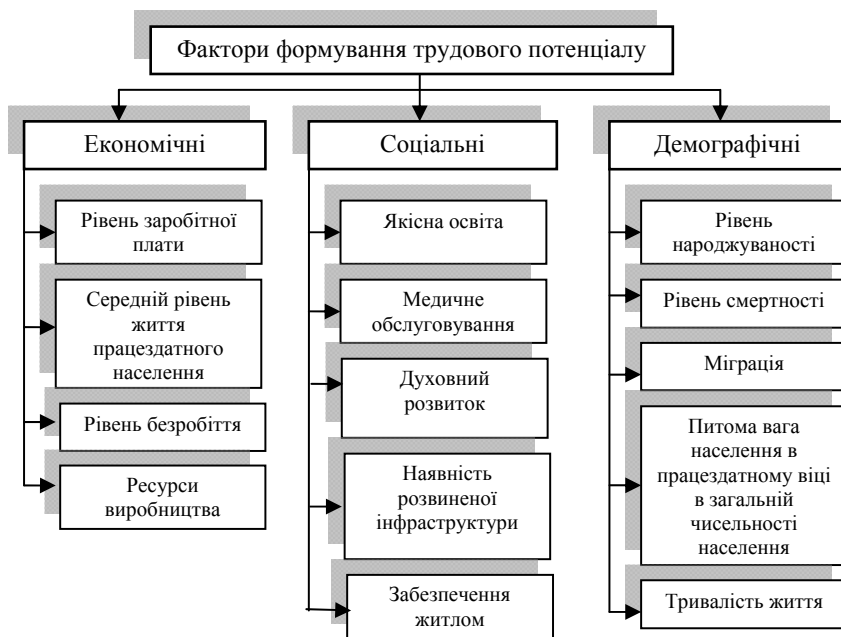


Рис. 1. Основні фактори формування трудового потенціалу

У ринкових умовах особливу роль у формуванні трудового потенціалу приділяють економічним умовам, причому не просто рівню заробітної плати в конкретній сфері діяльності, а її співвідношенню з іншими галузями економіки та прожитковим мінімумом.

У запропонованій системі до групи економічних факторів, крім рівня доходів та безробіття, віднесені ресурси виробництва, які також безпосередньо впливають на формування трудового потенціалу. Однак це не зменшує значення інших груп факторів, особливо соціальної інфраструктури.

Виділені групи основних факторів не можна розглядати ізольовано, оскільки формування умов праці відбувається під час взаємодії і взаємовпливу усіх факторів.

При використанні запропонованої схеми класифікації з'являється можливість дослідження окремих її елементів при заданих інших значеннях.

Слід зазначити, що на формування трудового потенціалу регіонів України великий вплив мають також демографічні фактори, до яких можна віднести рівень народжуваності, рівень смертності, міграцію, питому вагу населення у працездатному віці в загальній чисельності населення, а також тривалість життя.

Проте головною причиною руйнування трудового потенціалу за роки незалежності України є негативний вплив недосконалих соціально-трудових відносин, що призводить до великомасштабної тінізації економіки, недосконалого трудового законодавства, недотримання роботодавцями законодавчо встановлених соціально-трудових прав і гарантій.

Зниження життєвого рівня, знецінення робочої сили, практично відсутня мотивація праці та посилення соціального напруження, не можуть сприяти збільшенню обсягів суспільного виробництва промислової продукції та підвищення її ефективності. Проблема відтворення економічно-активної робочої сили стає все більш актуальною в регіонах України, особливо в напрямі відновлення та постійного вдосконалення її як незаперечної умови підвищення ефективності праці, рівня доходів та матеріального забезпечення.

Визначальним чинником відтворення населення є економічна база суспільства: економічна складова відіграє вирішальну роль у відтворювальному процесі, а економічні відносини є провідним чинником суспільного розвитку, складаючи основу всіх інших соціальних відносин.

➤ **Розвиток трудового потенціалу являє собою процес переходу економічно активного населення у стадію досконалості, тобто якісне та кількісне використання праці цього населення.**

Важливим аспектом розвитку трудового потенціалу є формування та відшкодування витрат соціального характеру, без чого неможливо функціонування будь-якого виробництва та які включають у себе витрати на відновлення працездатності працюючого, утримання його сім'ї, освіту і більш повний розвиток фізичних та духовних здібностей.

✓ **Ключову роль у виникненні, формуванні та розвитку трудового потенціалу, людського капіталу відіграє сім'я.**

Саме в родині закладаються основи фізичного, духовного та інтелектуального розвитку людини.

Формування трудового потенціалу відбувається під впливом відтворення населення. Зміст відтворення населення становить демографічний процес, який передбачає не лише створення нового життя, але і є процесом збереження окремих, вже існуючих життів. Відтворення населення пов'язано з таким суспільним явищем, як праця, побут і сім'я із всією сукупністю матеріальних і духовних умов життя.

✓ **До числа найважливіших елементів людського капіталу відноситься стан здоров'я.**

Поліпшення здоров'я населення означає збільшення трудового потенціалу, підвищення інтенсивності і якості праці, поліпшення виробничого клімату як непрямого фактора зростання продуктивності праці. Значною складовою у витратах на підтримку здоров'я є витрати на харчування. Хвороби і травми призводять не тільки до скорочення трудового потенціалу, але і впливають на його якість. В умовах депопуляції населення витрати на підтримку здоров'я набувають особливо важливого значення. Вибуття з виробничого процесу цілком або тимчасово досвідчених працівників зі всією очевидністю показує, який збиток суспільству наноситься хворобами і травмами. До того ж здоров'я – найважливіша споживча цінність у складі благ, заради яких відбувається трудова діяльність.

✓ **Головним чинником формування і розвитку трудового потенціалу, людського капіталу в усіх регіонах України є якісна освіта, що передбачає високий освітньо-професійний потенціал, високий рівень освіченості дорослого населення, розвинуту систему професійної підготовки, фундаментальний характер вищої освіти.**

Роль освіти, як інституту розвитку духовного потенціалу особистості, є визначальною. Освіта – це основа розвитку особистості, суспільства, нації та держави, запорука майбутнього України. Вона є визначальним чинником політичної соціально-економічної, культурної та наукової життєдіяльності суспільства. Освіта відтворює і нарощує інтелектуальний, духовний та економічний потенціал суспільства.

✓ **Духовність розглядають як всебічний розвиток особистості, формування високоморальної, естетично розвиненої особистості, що вміє творити за законами краси; як внутрішню якість особистості, один з чинників свідомості людини.**

Духовність розуміють як творчу здатність особистості до самопізнання, самовдосконалення і самореалізації. Під духовністю також розуміють такий рівень розвитку інтелектуальної, емоційної і вольової сфер, який надає людині можливості для формування і реалізації потреби у цілеспрямованому пошуку та пізнанні істини, усвідомлення єд-

ності зі Всесвітом, усвідомлення і ствердження загальнолюдських етичних та естетичних цінностей.

Духовність виступає як ідеал, до якого прагне людство, і виявляється у потребі творити добро, красу, відкривати істину і набувати мудрості.

4. Фактори соціально-психологічного впливу на кадровий потенціал

Кадровий потенціал являє собою людський ресурс організації у вигляді безперервного багатопланового процесу, який постійно розвивається і характеризує приховані можливості. У цьому розумінні кадровий потенціал є ключовим елементом стратегії організації і забезпечує досягнення її цілей. Тому досить важливим є встановлення зв'язку між цілями організації та системою управління формуванням та розвитком кадрового потенціалу.

Концепція людських ресурсів ґрунтується на розумінні працівника як головної рушійної сили виробництва. Відповідно до цієї концепції основою роботи з кадрами за сучасних умов має бути не просто мотивація до високопродуктивної праці, а розвиток трудового потенціалу організації, підвищення конкурентоспроможності персоналу, комплексна мотивація трудової діяльності.

Для визначення складу компонентів кадрового потенціалу та їх оцінювання доцільним є використання методу експертних оцінок, сутність його полягає у виявленні основних компонентів, що характеризують кадровий потенціал.

Виходячи з аналізу різних методів як основний метод дослідження структури кадрового потенціалу варто обрати метод експертного оцінювання, реалізований у формі анкетного опитування.

Для реалізації процедури експертного опитування необхідним є формування групи експертів. Об'єктом дослідження є трудовий колектив підприємства (організації, закладу).

Мета опитування – оцінювання кадрового потенціалу в організації, виявлення позитивних та негативних змін в його управлінні. Для покращення та удосконалення кадрового потенціалу, проводять аналіз соціально-психологічного клімату в колективі та розроблення шляхів покращення стосунків у колективі, що є умовою підвищення і самого кадрового потенціалу загалом.

Аналіз стосунків у колективі і вивчення процесів взаємодії керівника з підлеглими можуть здійснюватися на основі соціометричних вимірювань, які дозволяють дати кількісні і якісні оцінки людських стосунків, що мають місце у групі, на основі взаємних симпатій і антипатій. Отримані результати керівник може використовувати для аналізу соціально-психологічного клімату у групі.

Вихідними даними для проведення розрахунків є результати соціометричного опитування, за якого кожному опитуваному дається соціометрична анкета (в ній пояснюється мета опитування, його значення і формулюється прохання про участь в опитуванні, наводяться правила заповнення анкети).

Залежно від мети (наприклад, аналіз соціально-психологічного клімату) в соціометричній анкеті перед кожним працівником ставиться запитання: «З ким би Ви хотіли (не хотіли) працювати разом?». Відповідаючи на питання, кожний учасник визначає своє ставлення до інших членів групи.

Результати опитування заносяться до групової матриці (табл. 3). Структура аналізованих відносин може бути наочно представлена також й у графічній формі, у вигляді соціограми. Аналіз соціограми дозволяє судити про стосунки, що склалися в колективі, в аспекті того, як його члени вибирають і кого, хто більш активно вибирається, від кого частіше відмовляються.

Таблиця 3

Групова матриця

Хто вибирає	Кого вибирають															+	-	Всього
Всього																		

Отримані результати дозволять виявити найвищий позитивний статус («зірка»), менш впливовий позитивний статус («той, кому віддали перевагу»), найбільший негативний статус.

Інтегральну характеристику згуртованості в колективі можна отримати за допомогою індексу згуртованості групи (*I згурт*):

$$I_{згурт} = \sum R_{\text{вз}}^{+} / 0,5 N (N - 1), \quad (1)$$

де $\sum R_{\text{вз}}^{+}$ – кількість взаємопозитивних виборів у групі;

N – кількість членів групи, що брали участь в опитуванні.

Важливою характеристикою кадрів є також індекс інтеграції (I_k), тобто здатність кадрового потенціалу окремого колективу зберігати свою структуру як єдине ціле:

$$I_{kp} = I / N_i \quad (2)$$

де N_i – кількість членів групи, які не отримали жодного перспективного вибору.

Високий рівень показників згуртованості та інтеграції вказують на здоровий емоційний клімат у колективі.

Низькі рівні індексів згуртованості та інтеграції вказують на наявність емоційних міжособистісних конфліктів, схованих несприятливих факторів у колективі, тому завдання керівника полягає в тому, щоб підвищити значення цих індексів.

Найпоширенішими персональними соціометричними індексами є соціометричний статус члена колективу, індекс емоційної експансивності й індекс обсягу взаємодії.

У таблиці 4 наведено розрахункові значення вказаних вище персональних соціометричних індексів для нашого прикладу.

Таблиця 4

Схема розрахунку персональних соціометричних індексів

№ п/п члена групи	Соціометричний статус			Індекс емоційної експансивності			Індекс обсягу взаємодії
	позитивний	негативний	загальний	позитивний	негативний	загальний	
1							
2							
3							
4							
5							
n							

Згуртованість колективу, задоволеність людей своїм перебуванням у ньому багато в чому залежить від:

- психологічної сумісності працівників (її основу становить відповідність темпераментів членів колективу);
- соціально-психологічної сумісності працівників (у її основі – відповідність професійних і моральних якостей членів колективу).

З часів Гіппократа виділяють чотири темпераменти: холерик, флегматик, меланхолік, сангвінік. Для кожного типу існують визначені мотиватори.

Темперамент будь-якого підлеглого намагатись змінювати взагалі немає сенсу і це безрезультатно. Мистецтво управління полягає в тому,

аби знайти правильну нішу для співробітників і ефективно використувати їх сильні якості на користь компанії. Тому для підвищення кадрового потенціалу, розроблено систему мотиваторів для працівників з різними типами темпераменту (табл. 5).

Таблиця 5

Система мотиваторів

Види мотиваторів для працівників з різними типами темпераменту			
Підлеглий – холерик	Підлеглий – флегматик	Підлеглий – меланхолік	Підлеглий – сангвінік
самостійність у роботі; участь в інноваційних проєктах; робота на проривах; подобаються часті відрадженьня, встановлення нових контактів, інтенсивне спілкування з різними людьми; гарний продавець; директивний стиль управління з боку керівника – демотиватор для фахівця лінійного рівня, що має холеричний темперамент; прилюдна похвала за успіхи у присутності персоналу компанії; корпоративні відзнаки за успіхи; вертикальна кар'єра і можливість влади мотивують його більше, ніж заробітна плата; спрямованість на навчання	стабільність і стійкість компанії на ринку; високий зарібок для флегматика – не головне: йому важливіше заробляти середні гроші, але регулярно і без затримок; спокійна робота, «без шарпання», в межах його компетенції; хороша екологія приміщення, кондиціонер, зручне робоче місце і наявність фіксованої обідньої перерви; зручне розташування офісу і наявність корпоративного транспорту; пошана з боку керівника – мотиватори для такого підлеглого, особливо якщо він старший за свого начальника	підтримка з боку керівника; несправедлива критика – серйозний демотиватор для меланхоліка. Особливо цього не можна робити публічно, на нараді, у присутності інших співробітників; позитивна атмосфера в компанії і підрозділі, хороші, добрі стосунки з колегами – обов'язкова умова для його ефективної роботи; демотиватором є підвищений конфліктний фон у компанії; регулярний відпочинок; медичне страхування; стабільна робота	розмір заробітної плати; перспектива кар'єрного зростання; можливість підвищення професійної компетентності; престижний офіс і іміджеві атрибути в роботі; корпоративні свята й абонементи в престижні фітнес-центри; інтенсивна і цікава робота з можливістю інновацій

Отже, кожний керівник повинен сумлінно підходити до нематеріального стимулювання своїх підлеглих і чітко визначити мотиватори для кожного працівника, зважаючи на його тип темпераменту.

Згуртованість колективу, задоволеність працівників перебуванням у ньому багато в чому залежить від психологічної сумісності працівників; задоволення умовами праці; системою мотивації; стосунками в колективі в цілому.

Завдання для самоконтролю

1. Дайте визначення трудового потенціалу, його економічної та соціальної сутності.
2. Охарактеризуйте структурні, кваліфікаційні, організаційні, мотиваційні, креативні та адаптивні складові трудового потенціалу.
3. Назвіть основні складові характеристик трудового потенціалу підприємства
4. Надайте порівняльну характеристику чотирьом типам темпераменту людини
5. Назвіть основні фактори формування трудового потенціалу.
6. Запропонуйте складові розвитку трудового потенціалу в регіонах України ?

ТЕМА 6

РИНОК ПРАЦІ

1. Поняття праці як фактора виробництва
2. Структура, моделі та функції ринку праці
3. Методи регулювання ринку праці
4. Проблеми сучасного розвитку ринку праці в Україні

1. Поняття праці як фактора виробництва

Праця – це один з факторів виробництва, власниками якого є працівники, а саме – фізичні й розумові здібності людей, які можуть бути використані у виробництві благ.

Людина живе не ізольовано від навколишнього середовища, явищ, подій, які відбуваються у світі. Вона постійно перебуває у взаємодії з різними факторами як біологічного, так і спеціального характеру.

Предметом вивчення психології праці є людина як учасник процесу створення цінностей споживання. Психологія праці вивчає психологічні закономірності, психічні процеси й властивості особистості від взаємозв'язку з предметами, знаряддями праці та з фізичним і соціальним середовищами.

Ринок (як загальне поняття) – це обмін, який здійснюється за законами товарного виробництва та обміну грошей і товарів. Ринок – загальнолюдське загальноекономічне явище. Він існує в умовах різних способів виробництва, в тих, де має місце товарне виробництво.

Ринок не має ніякого керуючого центру, він регулює сам себе, порівнюючи попит та пропозиції його учасників.

Праця – цілеспрямована діяльність людей зі створення матеріальних і духовних благ, необхідних для задоволення потреб кожного індивіда і суспільства загалом.

Категорії «праця» і «робоча сила» не тотожні. Але на підставі того, що на ринку праці купується лише здатність людини до праці (робоча сила), робітник «авансує» її роботодавцеві за умови оплати її через певний період, а розрахунок відбувається за виконану конкретну роботу певної якості (працю).

Ринкова система виконує дуже важливу і необхідну суспільству функцію балансування попиту та пропозицій у будь якій країні.

Система ринкових відносин складається з декількох видів ринків, у тому числі фінансового, валютного споживчого, ринку праці.

Ринок праці – складова всього ринкового механізму. Суб'єктами його є роботодавці й наймані робітники. Роботодавці – це ті, хто володіє

засобами виробництва, у тому числі й таким, зокрема, головним засобом сільського господарства, як земля. Роботодавцями можуть бути: окрема особа, колектив різної чисельності, держава. Роботодавець наймає робітників на певних умовах (наприклад, у вигляді контракту – договору) з метою одержання додаткової вартості. Робітник в умовах ринкових вільно йде у найми і продає свою робочу силу з метою отримання доходу у грошовій або іншій формі з тим, щоб задовольнити свої власні потреби. Таким чином, ринок праці являє собою відносини між роботодавцями та найманими працівниками на підставі договору або контракту щодо купівлі-продажу специфічного товару – «трудового потенціалу».

Ринок праці формується як органічна ланка ринкової системи. Ринкова система – це система ринків, з-поміж яких виділяють ринок засобів виробництва, ринок предметів споживання, ринок фінансів, ринок послуг, ринок технологій, ринок інформації тощо. Вказані типи ринків не є однаковими за значущістю.

Існує думка, що на чолі ринкової системи стоїть ринок капіталів, оскільки останній є грошовим еквівалентом усіх ресурсів і визначає кон'юнктуру всіх товарних ринків.

Відповідно до іншої думки, різні типи ринків, що входять до ринкової системи, слід ранжувати в такому порядку:

1. Ринок праці.
2. Ринок засобів виробництва.
3. Ринок предметів споживання.
4. Фінансовий ринок.
5. Ринок послуг.
6. Ринок технологій та ін.

Такий порядок обумовлений тим, що ринок починається з придбання робочої сили і засобів виробництва. Без поєднання цих елементів за допомогою капіталу не може функціонувати виробництво.

Ринок праці є однією з найважливіших ланок ринкової системи. Він функціонує лише у взаємозв'язку з іншими типами ринків, забезпечує рух товарів і послуг, спрямовуючи та вилучаючи ресурси з галузей суспільного господарства відповідно до руху капіталів і товарів. На відміну від інших типів ринків, він має не тільки ресурсний, товарний характер, а й породжує велику кількість економічних і соціальних проблем.

Отже, ринок праці є самостійною, комплексною системою в ринковій економіці, яка, з одного боку, залежить, від інших ринків, а з іншого – сама впливає на них.

Ринок праці – основний регулятор зайнятості населення, ефективність якої забезпечується якраз через ринок праці. Необхідні передумови цієї ефективності в Україні закладені у трудовому законодавстві

держави. Зокрема, Закон України «Про зайнятість населення» гарантує усім громадянам рівні права на вільний вибір місця роботи, виду діяльності, забороняє будь-які примусові заходи залучення до праці. Тому реалізація громадянами свого права на вільну працю створює своєрідне змагання працівників на ринку праці на кращі умови зайнятості, а отже, і вкладати свою працю там, де більш вигідно для кожної окремої особи. Таким чином, сучасна концепція зайнятості громадян відповідає вимогам ринкової економіки в цілому і зокрема стимулює розвиток ринку праці.

Ринку праці властива конкуренція подвійного характеру: в одних випадках – на користь найманих працівників, а в інших – на користь роботодавців. Якщо, наприклад, зменшується кількість безробітних, то загострюється конкуренція між роботодавцями щодо купівлі робочої сили з метою використання її у виробництві матеріальних чи духовних благ і одержання додаткової вартості. Така конкуренція на користь найманих працівників. Адже вони мають нагоду підвищити свої вимоги щодо умов зайнятості (рівень оплати праці та життя).

Якщо ситуація змінюється і підвищується рівень безробіття, то розгортається конкуренція між безробітними за одержання робочого місця. Це вже на користь роботодавців. В таких умовах наймані працівники змушені постійно підвищувати свою професійну майстерність, набувати потрібних знань з тим, щоб не втратити роботу, а разом з нею і засоби до існування. Отже, безробіття – це водночас могутній фактор, який спонукає громадян до пошуків власних резервів підвищення продуктивності праці.

Кожен вид ринку має притаманну йому ринкову інфраструктуру. Наприклад, ринок праці неможливий без такої інфраструктури, як біржа праці. Функції біржі праці в Україні виконує Державна служба зайнятості або її осередки, які діють у кожному районі і місті (називають їх ще центрами зайнятості).

Біржа праці (Державна служба зайнятості) виконує посередницькі функції між безробітними і роботодавцями, забезпечує взаємозв'язок пропозиції і попиту на такий специфічний товар, як робоча сила. Специфіка цього товару пояснюється загальновідомим економічним твердженням: у процесі виробництва матеріальних благ тільки робоча сила спроможна створювати додаткову або нову вартість. Всі інші виробничі ресурси (основні й оборотні фонди) лише приєднують свою вартість до виготовленої продукції. Тому ринкові закони спрямовують на пошук найбільш кваліфікованої високопродуктивної робочої сили, найбільш дієздатної за віком і одночасно найдешевшої на зіставний обсяг виробництва продукції.

Зайнятість – це діяльність громадян, що пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і така, що, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі.

Зайнятість – це сукупність економічних, правових, соціальних, національних та інших відносин, пов'язаних із забезпеченням працездатного населення робочими місцями та його участю у суспільно корисній діяльності, а також тих, хто продає свою здатність до праці; вони зачіпають такі сторони соціально-економічної діяльності, як заробітна плата, дохід, прибуток і т. ін.

Економічна сутність зайнятості полягає в тому, що вона відображає досягнутий рівень розвитку економіки суспільства; внесок живої праці у досягнення виробництва, оскільки об'єднує і виробництво, і споживання.

Водночас трудова зайнятість населення України забезпечує виробництво валового внутрішнього продукту, який є основою економічного життя суспільства. З іншого боку, зайнятість має і соціальний характер, тому що відображає потреби людей не лише у заробітку, але й у самореалізації людини через суспільну корисну працю.

2. Структура, моделі та функції ринку праці

Ринкові відносини передбачають існування сукупності ринків, що охоплюють різні сфери людської діяльності: ринок капіталу, ринок товарів та послуг, ринок праці та ринок ресурсів. Визначальними серед факторів соціальної організації економіки є людина та її праця. Саме від включення людини у продуктивну діяльність залежить дія усіх інших факторів, бо саме праця як процес реалізації фізичних і творчих здібностей людини є фактором суспільного прогресу, соціально-економічного розвитку та умовою задоволення різноманітних зростаючих потреб людини.

У загальному розумінні ринок праці – це система обміну індивідуальних здібностей до праці на фонд життєвих цінностей, необхідних для відтворення робочої сили.

Виявлення сутнісних характеристик ринку праці забезпечується дослідженням відомих у сучасній світовій та вітчизняній літературі підходів до визначення ринку праці, структури та принципів його формування.

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що підхід до ринку праці як до економічної категорії є неоднозначним, і на основі цього виділено такі напрями його визначення:

- 1) через систему обміну;
- 2) як сукупність суспільних відносин;
- 3) як сукупність диференційованих підсистем;
- 4) через систему економічних механізмів, норм та інститутів.

Вітчизняними економістами ринок праці визначається як система обміну індивідуальних здібностей до праці на фонд життєвих ціннос-

тей, необхідних для відтворення робочої сили, що базується на економічних законах попиту і пропозиції, конкуренції, грошового обігу.

Ринок праці також характеризується як система економічних механізмів, норм та інститутів, які забезпечують відтворення робочої сили та її використання.

У дійсності існує значна кількість дуже диференційованих ринків праці. Окремі ринки праці диференційовані за фахом, за регіонами, рівнем кваліфікації, секторами та сферами економіки.

Визначено такі основні критерії сегментації ринку праці: форма власності, соціально-демографічні ознаки, мотиваційна основа трудової поведінки населення. При цьому підкреслюється важливість регіонального розрізу дослідження ринку праці.

Багато вчених вважають, що ринок праці – це механізм (інститут), що поєднує, зводить разом продавців товару робоча сила (працівників) і покупців цього товару (роботодавців), інші – що він являє собою механізм узгодження інтересів роботодавців і найманої робочої сили.

Протягом півтора століття ведуться дискусії про те, що є товаром на ринку – робоча сила чи праця.

В умовах посткапіталістичного суспільства праця стає вільною і творчою, а вдосконалення і всебічний розвиток здібностей людини стають її основними потребами. Основною метою постіндустріального суспільства, на думку неоінституалізму, стане всебічний розвиток особистості. Становлення та розвиток постіндустріального суспільства характеризується виникненням нового типу виробництва, в якому людина стає «носієм всезагальних продуктивних сил», постійному переході економіки товару через економіку грошей в економіку людських здібностей, «людський капітал», як сукупність професійно-кваліфікаційних навиків, знань, таланту індивідів; стає двигуном все більш різнобічного та все менш енергомісткого виробництва; перетворенням постіндустріальної господарчої діяльності в «економіку дорогої людини», бо успіх виробничої діяльності буде залежати від людей, яких прийдеться дорого та довго навчати.

Тобто об'єктом відносин праці є вже не робоча сила – сукупність фізичних та духовних якостей, якими володіє організм і які пускаються нею у хід кожного разу, коли вона виробляє будь-які споживчі вартості, а людський капітал, як сукупність сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій продуктивних сил, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають у їх власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів (прибутків) свого власника та національного доходу.

Знання та інформаційні продукти стають найбільш важливим ресурсом сучасного виробництва. Людський капітал включає ту частину

людського потенціалу, яка характеризує сукупність загальнолюдських навичок, знань, ділових спроможностей на ринку праці, які використовуються у процесі виробництва та приносять додану вартість.

До основних елементів ринку праці відносять попит та пропозицію робочої сили, ціну праці та конкуренцію.

Попит на ринку праці – платоспроможна потреба суспільства в робочій силі. За своїм економічним змістом попит характеризує обсяг і структуру загальної потреби на робочу силу. Попит на ринку праці визначається обсягом і структурою виробництва, рівнем продуктивності праці, ціною робочої сили, кон'юктурою ринків капіталів, товарів, послуг та правовими нормами, визначається кількістю та якістю робочих місць.

Пропозиція на ринку праці – це контингент працездатного населення, яке пропонує свою робочу силу в обмін на життєві цінності. На пропозицію на ринку праці впливає демографічна ситуація, характер і зміст праці, інтенсивність вивільнення робоча сили, ефективність функціонування системи підготовки і перепідготовки працівників, система оплати праці.

Кон'юнктура ринку праці – це співвідношення попиту та пропозиції всіх складових структури ринку праці, що залежить від: стану економіки (піднесення чи спад); галузевої структури господарства; рівня розвитку технічної бази, добробуту (рівень доходів населення). Залежно від співвідношення між попитом та пропозицією розрізняють три типи кон'юнктури ринку праці: працедефіцитна, праценадлишкова, рівноважна.

За структурою ринку праці розрізняють його зовнішній та внутрішній види. Зовнішній ринок охоплює відносини з приводу наймання працівників відповідної професії та спеціальності між продавцями і покупцями робочої сили в масштабах країни, регіону, галузі.

Внутрішній ринок передбачає рух кадрів усередині підприємства, переміщення з однієї посади на іншу по горизонталі чи по вертикалі.

По горизонталі – з переведенням на інше робоче місце без змін у кваліфікації, без підвищення в посаді. По вертикалі – переведенням на інше робоче місце з підвищенням у посаді або на роботу, що потребує вищої кваліфікації. Зовнішній і внутрішній ринки тісно пов'язані.

У країнах з розвинутою економікою може переважати як один, так і інший ринок праці. Так, у США переважає зовнішній ринок праці, в Японії – добре організований внутрішній ринок праці.

Сегментація ринку праці – це поділ робочих місць і працівників за об'єднуючими ознаками на відносно стійкі і замкнуті сектори, які обмежують мобільність робочої сили своїми кордонами. Дослідження сегментованості ринку праці привело до виникнення теорії двоїстості ринку праці, згідно з якою він поділяється на дві частини: первинний і вторинний.

Первинний ринок праці – це ринок якісних робочих місць, що характеризується такими ознаками: стабільна зайнятість і надійність стану працівника; високий рівень заробітної плати; наявність службової кар'єри з чітко вираженими можливостями професійного росту; використання у виробництві прогресивних технологій, які вимагають високої кваліфікації працівників; наявність сильних профспілок.

Вторинний ринок праці характеризується такими ознаками: висока плінність кадрів; низький рівень заробітної плати; практично відсутня система просування по службових сходах; використання примітивних технологій; відсутність профспілок.

Представники первинного і вторинного ринків праці відрізняються формою організації праці. До первинного ринку відносяться підприємці, особи, зайняті висококваліфікованою і високооплачуваною працею, що мають високим рівень загальної і спеціальної підготовки, стабільні гарантії зайнятості, перспективи кар'єрного росту. У змісті праці переважають творчі та управлінські функції. До вторинного ринку праці відносяться малокваліфіковані, сезонні робітники, соціально вразливі групи населення, працюючі неповний робочий день, які мають низькі доходи. Поряд із сегментацією ринку праці на первинний і вторинний, в період його формування розвивалась така форма зайнятості, як самозайнятість. Фактором розвитку ринку праці у сфері самозайнятості можна визначити як необхідність отримання засобів існування безземельних та малоземельних селян, так і можливість додаткового заробітку та отримання задоволення від використання професійних знань.

Функціонування ринку праці підпорядковуються законам товарного виробництва: закону попиту і пропозиції, закону вартості, закону конкуренції, що виражається у виконанні ним певних функцій, а саме:

- суспільного поділу праці – він розмежовує роботодавців і найманих працівників за професіями, спеціальностями та між галузями й регіонами;
- інформаційної функції – ринок дає учасникам процесу купівлі-продажу товару «робоча сила» інформацію щодо умов найму, рівня заробітної плати, якості робочої сили;
- посередницької – встановлює зв'язок між роботодавцями та найманими працівниками для задоволення взаємних інтересів та потреб щодо вигідних умов купівлі-продажу товару «робоча сила»;
- ціноутворюючої – встановлює рівновагу між попитом і пропозицією робочої сили, на ринку діє закон вартості і відбувається загальне визнання витрат праці на відтворення товару «робоча сила» та його суспільної корисності;
- стимулюючої – ринок вимагає якісної робочої сили, стимулюючи найманих працівників поліпшувати свій рівень професійних знань та вмінь, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці;

- регулюючої – впливає на формування пропорцій суспільного виробництва, розвиток регіонів, сприяючи переміщенню робочої сили з одних регіонів та господарств в інші;

- оздоровчої – в умовах дії закону конкуренції одержують перевагу працівники з більш високими характеристиками якості робочої сили, ринок створює таку мотивацію праці, яка, з одного боку, примушує працівників утримувати свої робочі місця, а отже, і дохід в умовах гострої конкуренції, а з іншого – матеріально зацікавлює, стимулює їхню ініціативність, компетентність, кваліфікованість;

- соціальної – сприяє підбору складнішої, вищеоплачуваної, престижної роботи залежно від розвитку особистих здібностей і ділових якостей, професійної майстерності кадрів.

Фактори, що впливають на формування національного ринку праці: демографічна ситуація, масштаби людського потенціалу та передумови до його капіталізації через створення нових, перспективних робочих місць.

Отже, ринок праці є складною структурою. Особливості його функціонування безпосередньо впливають на попит та пропозицію праці, а отже, на характер відносин між працівником та роботодавцем.

Ринок праці є невід'ємною частиною економічної системи, оскільки саме на ньому відбувається формування, розподіл та відтворення робочої сили. Нині, коли одним з вирішальних факторів розвитку будь-якої економіки стає людський капітал, питання ефективного функціонування ринку праці набувають дедалі більшої актуальності. Протягом останніх десятиліть підходи до природи праці, зайнятості, мотивації та інших аспектів його функціонування неодноразово кардинально змінювались.

Будь-яка країна формує свій ринок праці з урахуванням національної специфіки, стану і напрямів розвитку власної економіки. Кожній державі притаманні свої особливості формування ринку праці, зумовлені ресурсними, географічними, економічними, політичними та іншими причинами.

Модель національного ринку формують системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації робітників; заповнення вакантних робочих місць; засобів регулювання трудових відносин тощо. У зв'язку з цим розрізняють три найбільш відомі моделі ринку праці.

Головною ознакою **патерналістської моделі** є опікування працездатності працедавцем. Найбільш цілісно така модель реалізована в Японії. Система трудових відносин у цій країні ґрунтується на так званому принципі «довічного найму», «довічної зайнятості», який передбачає гарантії зайнятості працівників на весь період трудової діяльності. Підприємець надає працівнику можливість довічної роботи за умов дотримання норм поведінки до настання граничного віку, зазвичай до 55–60 років. Робітник є вільним і

може покинути господаря, але він цього не робить унаслідок психологічного тиску та власних економічних інтересів.

Системі «довічного найму» відповідає особлива система заробітної плати, коли розмір грошової винагороди залежить від стажу роботи на цьому підприємстві та заслуг перед ним, тобто у підсумку заробітна плата залежить від віку працівника.

Таким чином, щорічно відбувається автоматичне підвищення заробітку працівника протягом усієї його трудової діяльності. Так забезпечується найбільш висока стабільність кадрів в Японії порівняно з іншими країнами.

Для Японії характерний низький рівень безробіття (2–3 %) та плинності персоналу (2 %).

Така система передбачає підготовку і перепідготовку кадрів у самій організації. Організація, розраховуючи на тривале використання найманих працівників (за 10 років 3–4 планові переміщення в межах фірми), прагне вирішувати проблеми надлишкової робочої сили не за рахунок звільнень, а скорочення робочого часу, перевodu за взаємною згодою на дочірні фірми тощо. Тривалість робочого часу в Японії найбільша серед розвинутих країн. Це – своєрідна «платня» працівників роботодавцями за переваги «довічного» найму.

Така модель трудових відносин обумовлена національними культурно-психологічними особливостями японців: сумлінність, працьовитість, вірність духу фірми, прагнення бути як всі, готовність жертвувати власними інтересами. У результаті формується творче ставлення до праці, забезпечується висока якість роботи.

У цьому разі держава займається регулюванням зайнятості й соціального захисту населення переважно на макрорівні, забезпечуючи фірми і підприємства законами та державними нормативами, які відповідають патерналістській концепції.

Ліберальна модель притаманна США, Канаді, Австралії. Для неї характерна яскраво виражена децентралізація, пов'язана з федеральним устроєм країни і відповідним існуванням у кожному штаті власного законодавства щодо зайнятості і безробіття. Робоча сила в цих країнах відрізняється високим рівнем мобільності.

Ліберальна модель є найбільш динамічною, тому що її основу становить субсидіарний тип соціально-трудових відносин, у якому все спрямовано на збереження у людини намагання до самовідповідальності й самореалізації. Професійна кар'єра пов'язана зі зміною місця роботи, а при скороченні потреб у робочій силі роботодавці вдаються до звільнень, а не до перевodu на режим неповної зайнятості.

За оцінками фахівців, близько 10 % працюючих у США, у тому числі 20–40 % молоді, щорічно змінюють професію.

Соціал-демократична модель спирається на проведення активної політики на ринку праці. Її еталоном є ринок праці Швеції. До цієї моделі можна також віднести ринки праці Німеччини, Франції, Австрії, Фінляндії.

У сучасній Швеції держава проводить активну політику у сфері зайнятості, спрямовану на зниження безробіття. Характерною рисою цієї політики є запобігання безробіттю, а не боротьба з його наслідками.

Уряд Швеції у соціальній політиці особливу увагу приділяє розробленню заходів, спрямованих на забезпечення професійної підготовки і перенавчання осіб, що стали безробітними, і створення нових робочих місць, в основному в державному секторі економіки; координує міграцію населення і робочої сили через надання субсидій і кредитів на переїзд сімей із районів з надлишком робочої сили до районів, де є вакантні місця; забезпечує доступ населення до інформації про наявні вакантні місця тощо.

Повна зайнятість також досягається за рахунок таких заходів: проведення відповідної фінансової політики, спрямованої на підтримання менш прибуткових підприємств і обмеження прибутку високодохідних; проведення «політики солідарності» в зарплатній платі для досягнення однакової плати за однакову працю; підтримування зайнятості у тих сферах економіки, які мали низькі показники діяльності, проте забезпечували вирішення соціальних завдань.

Швеція витрачає на профпідготовку та на створення робочих місць більше, ніж будь-яка інша країна. Якщо інші країни витрачають кошти на підтримку безробітних, Швеція вкладає їх у підвищення конкурентоспроможності робочої сили на ринку праці. Така політика має превентивний характер, запобігає виникненню безробіття, тому у Швеції низький рівень безробіття – 3–4 %.

Вирішенням різних завдань в галузі зайнятості займається Шведська державна служба зайнятості, уповноважена урядом і парламентом. Головна її мета – поліпшити функціонування ринку праці. Служба зайнятості робить це через: співвідношення шукачів роботи з роботодавцями, охочими найняти персонал; докладаючи всіх зусиль для обслуговування пошукачів на ринку праці; сприяючи досягненню в довгостроковому періоді стабільного і високого рівня зайнятості.

Варто зазначити, що шведське державне відомство зі сприяння у працевлаштуванні вважається одним з найефективніших у Європі. Тут навчилися грамотно поєднувати інтереси бізнесу, освіти та соціалістики населення.

Узагальнюючи світовий досвід, західні дослідники дійшли висновку, що оптимальна модель ринку праці – це гармонійна комбінація зі стимулюванням індивідуальних досягнень у праці та соціальних гаран-

тій з боку держави. Така модель забезпечує рівною мірою економічний добробут та соціальний консенсус.

Модель вітчизняного ринку праці може і повинна будуватись з урахуванням закордонного досвіду. Однак його застосування потребує коректності та здорового глузду. Крім того, досвід зарубіжних країн показує, що ще жодній країні не вдалося цілком вирішити всі наявні проблеми сфери ринку праці лише одним методом.

Тому під час формування вітчизняної моделі ринку праці необхідно враховувати особливості моделей ринку праці, що існують у світовій практиці, соціально-трудова традиції та психологічні національні особливості вітчизняних працівників, початкові соціально-економічні умови формування ринку праці.

3. Методи регулювання ринку праці

У багатьох країнах із розвинутою економікою головні функції регулювання ринку праці здійснюють профспілки. У країнах, які перебувають на стадії формування ринкових відносин, коли елементи інфраструктури ринку праці ще не діють достатньо ефективно, не відпрацьований механізм громадського та інституціонального регулювання, застосовують державне регулювання ринку праці, зайнятості та умов праці. У такому випадку держава відіграє роль регулювальника відповідно до попиту і пропозиції робочої сили.

Регулювання ринку праці передбачає:

- створення державної системи дослідження і прогнозування стану загальнонаціональних і регіональних ринків праці;
- створення мережі центрів служби зайнятості для реєстрації безробітних, надання їм фінансової допомоги і працевлаштування;
- розроблення програм державної допомоги в підготовці кадрів та створенні нових робочих місць;
- законодавче запровадження умов праці залежно від її видів, місця виконання, особи працівника, що охоплює час праці і відпочинку, техніку безпеки, вимоги щодо кваліфікації, взаємовідносини між власниками засобів виробництва і найманою силою, профспілками і підприємствами.

Головними нормативними актами, за якими регулюють ринок праці в Україні, є Конституція України, Закон України «Про зайнятість населення» та Державні програми зайнятості та Укази Президента України «Про основні напрями соціальної політики» на коротко-, середньо- та довгострокові періоди.

Закон України «Про зайнятість населення» визначає категорії зайнятості, права громадян у виборі діяльності, статусу безробітних, права на

допомогу у зв'язку з безробіттям, механізм формування та використання фонду сприяння зайнятості населення тощо.

Державна програма зайнятості передбачає заходи держави з надання допомоги громадянам у їх працевлаштуванні, організації роботи з професійної перепідготовки кадрів, участі у профорієнтаційній роботі, сприяння створенню робочих місць, організації громадських оплачуваних робіт.

Головні функції з регулювання ринку праці в Україні виконує Міністерство соціальної політики України. Для реалізації програми зайнятості та забезпечення громадянам відповідних гарантій на всій території України створено державну службу зайнятості.

Деякі функції з регулювання ринку праці виконує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, департаменти економіки місцевих державних адміністрацій. Ці державні інститути аналізують і прогнозують кількість населення, складають баланс трудових ресурсів, з метою виконання програм економічного і соціального розвитку вживають заходи щодо забезпечення зайнятості та соціального захисту населення.

Більш повно ринок праці характеризує зведений баланс ринку праці. Інформацією для його складання є розрахункові баланси ринку праці, які розробляють обласні служби зайнятості на підставі даних підприємств й організацій та виконкомів міських рад і районних держадміністрацій. Розподіл трудових ресурсів за видами зайнятості відображає тенденції, що складаються у процесі їх відтворення. У балансі ринку праці визначають очікувану кількість незайнятого населення: особи, що вперше шукають роботу, жінки, які мали тривалу перерву у роботі, пов'язану з доглядом за малолітніми дітьми, працівники, звільнені з підприємств і організацій унаслідок зміни профілю, обсягів виробництва й організації праці, інваліди III групи, військовослужбовці, звільнені з армії, тощо.

У балансі також розраховують наявні вакансії, новостворювані робочі місця, визначають кількість осіб, яких спрямовують на навчання, перенавчання і підвищення рівня кваліфікації.

Отже, державне регулювання ринку праці – система правових та організаційно-економічних заходів держави, спрямованих на створення відповідних умов для забезпечення максимально можливої рівноваги між попитом і пропозицією робочої сили; оптимальної величини заробітної плати при цьому рівні розвитку економіки; забезпечення соціального захисту працівників і прав людини; сприятливих умов для відтворення конкурентоспроможного людського капіталу – тобто на забезпечення ефективного використання наявної робочої сили для отримання максимального економічного і соціального ефектів.

Основними напрямками державної політики зайнятості на сучасному етапі розвитку повинні стати розширення сфери прикладання праці, включаючи нетрадиційні, формування сприятливого підприємницького середовища, підвищення соціальної захищеності громадян – усе це належить до стратегічних цілей державної політики сталого розвитку.

4. Проблеми сучасного розвитку ринку праці в Україні

Світова економічна криза призвела до спаду виробництва, негативно вплинула на зайнятість населення, стрімко зросла кількість безробітних, посилюються диспропорції на ринку праці багатьох країн. Не дивлячись на позитивні результати економічних перетворень у більшості східноєвропейських країн спостерігається високий рівень безробіття, низька продуктивність праці. Структурні перетворення в економіці України, розвиток інтеграційних процесів змінили відносини зайнятості населення, інтенсифікували процес руху робочої сили, висвітлили нові актуальні проблеми на ринку праці. Дослідження проблем розвитку ринку праці протягом останніх років свідчить, що в різних країнах світу і в Україні також гостро постала потреба побудови нової стратегії розвитку ринку праці.

Однією з найважливіших проблем на ринку праці України є безробіття. Ситуація на ринку праці України виглядає загрозливою.

Сфера зайнятості сьогодні перебуває під впливом економічної рецесії в країні, глобальних і геополітичних викликів. Сучасні виклики ринку праці посилюються зростанням інфляції, руйнацією виробничої кооперації, обмеженням ринків збуту, зупинкою підприємств та очікуванням масового вивільнення працівників. Критичною є ситуація на Сході, де відбувається збройний конфлікт.

Зменшується чисельність зайнятих та середньооблікова кількість штатних працівників, збільшуються обсяги вимушеної неповної зайнятості. Разом з тим скорочується попит на робочу силу та зростає навантаження на одне робоче місце, яке на сьогодні в середньому по Україні становить 12 осіб.

Якщо ми звернемося до мови цифр, то, за останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України, чисельність зайнятого населення віком 15–70 років, порівняно з аналогічним періодом 2013 року, зменшилася на 1,1 млн осіб.

Середньооблікова кількість штатних працівників у січні 2015 року становила 8 млн 128 тис. осіб і порівняно з відповідним періодом 2014 року скоротилася на 1,4 млн осіб.

Чисельність безробітних у середньому за 2014 рік збільшилася на 291 тис. осіб і становила 1,8 млн осіб. Рівень безробіття населення ві-

ком 15–70 років, визначений за методологією Міжнародної організації праці (МОП), зріс з 7,1 до 8,9 % економічно активного населення.

Кількість вакансій, про які роботодавці поінформували центри зайнятості, у 2015 році скоротилась порівняно з даними 2014 року на 21 %. Зокрема, у Сумській, Закарпатській, Запорізькій, Миколаївській та Херсонській областях – на 21–27 %, у Дніпропетровській – на третину, а у Чернівецькій області відбулося скорочення кількості вакансій на 41 %. У структурі вакансій найбільшу частку складають робочі місця для кваліфікованих робітників, професіоналів та фахівців, кожна десята вакансія пропонувалася для низькокваліфікованих працівників, мінімальним є попит на технічних службовців та працівників сільського господарства.

Вітчизняному ринку праці також притаманні проблеми недостатнього обсягу створення нових робочих місць; низької професійної мобільності трудових ресурсів. Однією з головних рис сучасного ринку праці є зростання внутрішньої міграції та вихід на ринок праці громадян з числа внутрішньо переміщених осіб, а також учасників антитерористичної операції, які потребують соціального захисту від безробіття. Актуальними залишаються ризики зростання безробіття серед молоді, проблеми працевлаштування випускників вищих та професійно-технічних навчальних закладів.

На ринку праці України також можна виділити такі актуальні проблеми, як: проблема конкурентоспроможності національного ринку праці; відтворення людського потенціалу; проблема мобільності робочої сили, гендерної диференціації доходів населення та інші.

Розглянемо проблему конкурентоспроможності національного ринку праці. Сучасний стан розвитку економіки України характеризується трансформаційними процесами, позитивний результат таких перетворень не може бути досягнутий без виходу на якісно новий рівень кваліфікації робочої сили та її конкурентоспроможності. Система забезпеченості кадрами має гнучко реагувати на зміни потреб виробництва, що виявляються на ринку праці. Але відсутність комплексного системного підходу до потреб кадрового забезпечення виробничої сфери як на загальнодержавному, так і регіональному рівні призвели до зростання невідповідності між потребою у кваліфікованих кадрах і фактичною професійно-кваліфікаційною структурою пропозиції робочої сили. На сьогодні в Україні прослідковується тенденція невідповідності кількості безробітних, зареєстрованих у державній службі зайнятості, кількості найнятих робітників, які скористалися послугами служби зайнятості, та потреби у робочій силі.

Слід зазначити, що ефективність праці залежить, у першу чергу, від рівня оплати праці, який повинен відповідати кваліфікації і творчому

внеску працівника в роботу підприємства. Адекватність оплати праці є одним із найважливіших соціально-економічних показників культури виробництва та вирішальним фактором зростання продуктивності праці.

Як показує світовий досвід, проблеми у сфері застосування найманої праці вирішуються оптимально, якщо зорієнтовані не на конфронтацію, а на досягнення соціальної злагоди, узгодження інтересів різних суспільних груп. Стрижнем соціального партнерства є принцип співробітництва між роботодавцями й найманими працівниками, який реалізується у формах проведення переговорів, укладення колективних договорів та колективних угод, узгодження проектів нормативно-правових актів, консультацій під час прийняття рішень соціальними партнерами на всіх рівнях.

Для підвищення конкурентоспроможності національного ринку праці необхідно змінювати ставлення до людини, систему підготовки професіоналів. Покращення якості освіти – це комплекс заходів, що розвивається разом з динамічними змінами у світі.

Варто пам'ятати, що лідерами стають ті країни, які вкладають найважливіші інвестиції – інвестиції у людський капітал. Забезпечення конкурентоспроможності освіти сьогодні потребує: перегляду кількості і структури закладів вищої освіти, а також навчальних напрямів і спеціальностей, приведення їх у відповідність до потреб економічного розвитку; створення умов для реалізації принципу автономності вищих навчальних закладів; введення моніторингу якості освіти; забезпечення прямого зв'язку між сферою освіти та ринком праці. Крім удосконалення системи освіти, важливе значення має професійне навчання кадрів на виробництві.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності національного ринку праці – це комплексна проблема, вирішення якої залежить від державного регулювання цих складних процесів.

Покращення державної політики щодо людського розвитку неможливе без розгляду проблеми відтворення людського потенціалу. Саме тому стратегія людського розвитку повинна ґрунтуватись на визначенні пріоритетів соціально-економічної політики, які забезпечать найбільш сприятливі умови для відтворення людського потенціалу.

Процес відтворення людського потенціалу передбачає: генетичне відтворення людського потенціалу (яке відбувається природно та визначає індивідуальні фізичні, психофізіологічні та інші характеристики людини) та онтогенезне відтворення (набуття у ході життєдіяльності індивіда здібностей, які є наслідком власних свідомих зусиль). Виходячи з розуміння складових процесу відтворення людського потенціалу, необхідно звернути увагу на об'єктивні та суб'єктивні чинники, які впливають на його відтворення.

До об'єктивних чинників належить демографічна ситуація, яка визначає кількісні і якісні характеристики людського потенціалу, та природні умови, що визначають систему розселення і значною мірою впливають на відтворення населення. До суб'єктивних чинників належать чинники, успадковані від адміністративно-командної системи, і ті, які з'явилися вже після проголошення незалежності України. До чинників, які стримували формування умов і розвиток відтворення людського потенціалу України, належить непродумана соціально-економічна політика 90-х рр. XX ст., яка породила непрофесійне управління людським потенціалом і підірвала матеріальну та духовно-моральну складові його відтворення.

Серед гострих проблем, які сьогодні перешкоджають природному формуванню та відтворенню людського потенціалу України, слід виділити такі:

- демографічна криза. Україна, яка в минулому традиційно відзначалась високим рівнем природного відтворення населення, перетворилась у країну з найнижчим природним приростом і в 1993 р. ввійшла у стадію депопуляції населення;

- гальмування відтворювального процесу людського потенціалу та скорочення частки працездатного населення пов'язане також зі значними обсягами еміграції;

- складність ситуації посилюється ще й станом здоров'я нації, яке є важливим індикатором якості людського потенціалу та основною умовою його формування та відтворення;

- доволі хитке фінансове підґрунтя відтворення людського потенціалу. Вітчизняна економіка характеризується низьким рівнем оплати праці й інших грошових виплат. Більшість населення країни живе за межею бідності, а заробітна плата не забезпечує навіть простого відтворення робочої сили.

Виходячи з вищезазначеного, треба підкреслити, що відтворення людського потенціалу залежить не тільки від індивідуальних властивостей кожної людини, її потреб та інтересів, мотивації, особистих зусиль, праці, професійного потенціалу, а і від регулюючого впливу держави на розвиток ринку праці, від фінансування відтворювального процесу людського потенціалу. Враховуючи історичні, демографічні, соціальні, економічні та релігійні особливості України, сучасний стан відтворення людського потенціалу потребує: створення сприятливого клімату для забезпечення докризового рівня відтворення населення і виходу зі стану депопуляції; подолання негативних явищ у сфері працевлаштування з метою зупинення відпливу висококваліфікованих людських ресурсів, які є основою людського потенціалу України; пок-

ращення систем охорони здоров'я та освіти; підняття мінімальної заробітної платні на рівень, вищий за прожитковий мінімум.

Актуальною проблемою на ринку праці України є проблема мобільності робочої сили. Трансформаційні економічні перетворення в Україні створили можливості для появи нових умов та видів мобільності робочої сили. Безпосередньою причиною трудових переміщень у кожному окремому випадку є невідповідність інтересів і вимог працівника конкретному робочому місцю, а на макроекономічному рівні – невідповідність між наявним розподілом робочих місць і потребами моделі соціально-економічного розвитку.

На сьогодні залишається актуальною проблема гендерної диференціації доходів населення України, що розглядається здебільшого через призму економічного спаду. Заробітна плата чоловіків залишається значно вищою, ніж у жінок. Ще одним важливим чинником гендерної диференціації є умови праці.

На ринку праці України в сучасних умовах залишаються проблеми, які потребують вирішення та регулювання з боку держави. Вирішення актуальних проблем ринку праці України потребує прийняття рішень комплексного характеру, спрямованих на:

- дотримання норм трудового законодавства, яке захищає інтереси громадян щодо гарантій зайнятості, умов праці, її оплати;
- підвищення рівня конкурентоспроможності національних кадрів через покращення якості освіти, підготовки та перепідготовки фахівців;
- посилення уваги до безпечності та оплати праці жінок;
- зменшення гендерної диференціації доходів населення України, можливість зменшення розриву в заробітній платі жінок та чоловіків;
- удосконалення спектра послуг служби зайнятості особливо в частині задіяння нетрадиційних форм зайнятості.

Сучасний механізм функціонування ринку праці повинен забезпечувати реалізацію можливостей вільного вбору професії, сфери та місця діяльності; вільного руху трудового потенціалу між регіонами, галузями, що зазвичай заохочується поліпшенням умов життя і трудової діяльності; збереження пріоритету кваліфікації та освіти за дотримання гарантованого рівня оплати праці, що забезпечує повноцінне відтворення трудового потенціалу країни.

Перехід до глобальної економіки з низьким рівнем забруднення атмосфери і, навпаки, швидкий розвиток сектору відновлювальної енергетики, впровадження енергоефективних технологій потребуватиме створення «зелених» робочих місць, а отже, працівників, здатних забезпечити ефективне енергоспоживання в будівництві, промисловості, на транспорті, у сфері послуг тощо. Відповідно, інноваційні процеси в галузях національної економіки зумовлюють необхідність функціону-

вання спеціалізованих ринків, зокрема ринку інноваційної праці, ринку інновацій та ринку нових товарів і послуг, вироблених на основі інноваційних технологій. Нині існують продуктові, технологічні, екологічні, соціальні, організаційні тощо інновації.

Виняткове значення надається екологічним інноваціям, пов'язаним з більш раціональним використанням матеріалів, модифікацією виробничих процесів. У цьому контексті інноваційний потенціал підприємств передбачає наявність різного роду ресурсів, необхідних їм для виконання інноваційних завдань та підвищення трудового потенціалу робітників.

У забезпеченні адекватності цілям інноваційного розвитку національної економіки важливе значення надається реформуванню ринку праці, який розглядається як система правових, соціально-трудових, економічних та організаційних відносин, що виникають між особами, які шукають роботу, працівниками, професійними спілками, роботодавцями та їх організаціями, органами державної влади у сфері задоволення потреби працівників у зайнятості, а роботодавців – в їх найму.

В Україні продовжує зберігатися індустріальна структура зайнятості, що ускладнює перехід до інноваційної моделі економіки, а отже, призводить до зниження рівня мотивації роботодавців до створення нових робочих місць і працевлаштування безробітних, збільшення випадків приховування вакансій, аби не звітувати про них у місцевих центрах зайнятості, поширення неформальної зайнятості, зокрема тимчасової й прихованих трудових відносин, «тінізації» доходів значної частини громадян країни, послаблення соціального захисту працівників, зростання освітньо-кваліфікаційних диспропорцій між попитом і пропозицією робочої сили, скорочення частки працівників, які підвищили кваліфікацію, оволоділи додатковими трудовими навичками.

Крім того, уповільнення темпів розвитку окремих галузей економіки призводить до зменшення кількості вільних робочих місць, передбачених для працевлаштування осіб з професійною освітою, а отже, й на політиці зайнятості громадян країни в цілому.

У вирішенні цих проблем важливе значення мають положення Закону України «Про зайнятість населення», зокрема щодо запровадження додаткових стимулів для роботодавців у створенні нових робочих місць, розширення доступу до професійного навчання та підвищення кваліфікації для працівників, сприяння підвищенню конкурентоспроможності громадян віком понад 45 років у спосіб надання ваучера для перепідготовки за професіями і спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності, працевлаштування молоді й інших уразливих категорій населення, а також самозайнятості населення, що, зрештою, сприятиме поліпшенню загальної соціально-економічної ситуації у

країні. У цьому Законі термін «зайнятість» представлено як незаборонену законодавством діяльність осіб, пов'язану із задоволенням їхніх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у промисловій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які ведуть господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованого на їхній власності, у тому числі безоплатно.

На сучасному етапі людський капітал є головним чинником інноваційного розвитку. Тому інтенсивне нагромадження людського капіталу можливе при активізації інноваційного розвитку, який на сучасному етапі знаходиться на дуже низькому рівні. Активна державна політика у сфері наукового та інноваційного розвитку забезпечує формування потреби економіки у людському капіталі інноваційного типу.

Забезпечення високого освітньо-професійного рівня населення потребує суттєвого поліпшення фінансування системи освіти і на цій основі здійснення корінної модернізації матеріально-технічної бази, змісту та методів навчання, мотивації учнів і викладачів у навчальному процесі. Необхідно також забезпечити більшу відповідність професійно-кваліфікаційної структури підготовки кадрів потребам ринку праці з метою досягнення його більшої збалансованості. Надзвичайно важливим є забезпечення безперервного оновлення професійних знань і умінь упродовж усього трудового періоду працівника. Має бути суттєво підвищена роль і відповідальність роботодавців за формування та підтримку на належному рівні продуктивних здібностей працівників.

Формування у працівників інноваційно значущих рис вимагає комплексу заходів як в освітній сфері, так і у сфері соціально-трудових відносин. Це стосується: посилення наукового компоненту у системі професійного навчання; формування високої сучасної професійної компетентності у випускників ПТНЗ, ВНЗ; стимулювання творчості, активності, ініціативності. На виробництві необхідно: запровадження ефективної системи мотивації інноваційної діяльності; удосконалення системи захисту прав інтелектуальної власності. Розвиток конкурентних відносин у трудовій сфері також може сприяти інноваційній активності.

В Україні стоїть нагальна потреба забезпечення хоча б простого відтворення населення, зупинення депопуляції. Необхідні активні заходи, які б стимулювали народжуваність, зменшення смертності, особливо дітей до 5 років та чоловіків працездатного віку, зниження обсягів еміграції українців.

Збереження та зміцнення здоров'я населення і працівників можливі завдяки реалізації комплексу заходів, які стосуються удосконалення: системи охорони здоров'я; стану навколишнього середовища; рівня, якості та способу життя населення; системи соціальних взаємовідносин

між лікарняними закладами, лікарями та пацієнтами. Діюча система охорони здоров'я перебуває у глибокому кризовому стані. Нагальним завданням є її реформування, яке має поєднати в собі: соціальні гарантії держави щодо забезпечення певного рівня безоплатного медичного обслуговування; запровадження та розвиток страхової медицини; підвищення відповідальності населення за стан власного здоров'я. Однак лише поліпшення медичного обслуговування не вирішить проблеми зміцнення здоров'я населення України. Необхідно розробити та реалізувати систему заходів щодо поліпшення екології, підвищення матеріального добробуту населення та формування здорового способу життя.

Ефективне використання нагромадженого людського капіталу на ринку праці можливе лише за умови, що діючі підприємства будуть мати потребу у висококваліфікованих кадрах і будуть зацікавлені в їх найбільш продуктивному використанні.

Державна політика має стимулювати: модернізацію та технічне переозброєння виробництва і перехід усіх сфер економічної діяльності на інноваційний шлях розвитку; більш активне впровадження в реальне виробництво новітніх технологій та засобів виробництва; розвиток конкурентного середовища; запровадження на підприємствах інноваційного та сучасного кадрового менеджменту.

Ефективне використання людського капіталу неможливе без суттєвого удосконалення системи оплати праці з метою підвищення віддачі від людських активів їх власникам. Важливим завданням є не лише підвищення рівня оплати праці, але і забезпечення її тісного взаємозв'язку з рівнем кваліфікації, компетенції, відповідальності працівника, тобто з рівнем сформованих продуктивних здібностей, повнотою та ефективністю їх використання у трудовому процесі.

Завдання для самоконтролю

1. Яка сучасна динаміка реальної заробітної плати?
2. Чому попит на працю є похідним попитом?
3. Як визнається ринковий попит на працю?
4. Які наслідки має дискримінація на ринках робочої сили?
5. Які економічні функції ринку праці?
6. У чому полягає державне регулювання ринку праці?
7. Дайте характеристику моделей ринку праці.

ПСИХОЛОГІЯ ВИБОРУ ПРОФЕСІЇ

1. Основні підходи до професійного самовизначення особистості
2. Адаптація до праці та фактори її мотивації
3. Планування кар'єри
4. Професіограма менеджера

1. Основні підходи до професійного самовизначення особистості

Глобальність змін, які відбуваються в сучасному світі, і проблеми, що виникають у процесі модернізації освіти, не можуть бути вирішені тільки завдяки впровадженню більш досконалих методів і технологій, а вимагають переоцінки методологічних підстав діяльності майбутнього професіонала.

Розвиток і формування професійної самосвідомості є одним з центральних моментів становлення професіонала. Професійне самовизначення і професійна самосвідомість розвиваються, проходячи різні етапи свого розвитку, і більш зрілі рівні розвитку можна спостерігати лише в дорослому житті особистості.

Традиційна модель вибору професії містить у собі: аналіз умінь або інших здатностей, необхідних для роботи; пошук тестів або інших способів виміру таких здібностей; пошук міри успішності в цій роботі.

Процес пошуку своєї майбутньої діяльності дослідники зв'язують також з поняттям «зрілість професійного вибору». Ця категорія свідчить про ступінь підготовленості індивіда до сприйняття реальних умов праці.

Професійна діяльність – основа індивідуальної самореалізації особистості. Реалізаційна спрямованість відображається в ієрархічній структурі мотиваційної сфери особистості, виявляється у цілеспрямованих вчинках і поведінці, сприймається на емоційному рівні як інтерес, захоплення, відчуття перспективи. У психологічному плані проблема професійного самовизначення в основному пов'язана з вивченням закономірностей формування операціональної структури діяльності у процесі професіоналізації, а також розвитку особистості (мотивів, інтересів, здібностей, емоційно-вольової сфери, професійно важливих якостей та ін.).

Професійне самовизначення розглядається як процес, що охоплює увесь період професійної діяльності особистості, від виникнення професійних намірів до виходу з трудової діяльності. Він пронизує увесь життєвий шлях людини. Піком цього процесу, переломним моментом у

житті людини є акт вибору професії. За часом він зазвичай збігається із закінченням школи і тісно пов'язаний з попередніми етапами професійного самовизначення.

Професійне самовизначення у теоретичних дослідженнях психологів розглядається як процес розвитку суб'єкта праці. У контексті розуміння професії як вибору діяльності основною детермінантою правильного вибору є професійний інтерес або професійна спрямованість особистості. З цього випливає, що вибір професії – соціально задане явище, визначене передусім соціальними характеристиками професії. У галузі теорії професійного самовизначення є великий досвід наукових праць, в яких досліджено професійне самовизначення у підлітковому та юнацькому віці; роботи з проблем формування професійної придатності, профвідбору і профконсультування, з дослідження професійного розвитку та професійної особистості. Найбільш продуктивним є підхід до вибору професії як однієї з найважливіших подій в цілісному житті людини.

Вибір професії пов'язаний з минулим досвідом особистості, а процес професійного самовизначення бере участь у формуванні загального образу «Я» людини, визначаючи хід її подальшого життя.

Під час вибору професії варто враховувати закономірності розвитку ринку праці. Дослідники виділяють загальні закономірності з ринку праці в ХХІ столітті:

1. Більшість людей змушена буде змінювати вид діяльності.
2. У всіх галузях професійної діяльності буде потрібним високий рівень кваліфікації працівників.
3. Перевага буде за універсальними знаннями.
4. Буде потрібно вміння пристосовувати свої навички до виробництва.
5. Зросте залучення працівників у підвищенні якості й продуктивності праці.
6. Нові сфери діяльності зажадають високого ступеня освіти.
7. Від працівників будуть вимагати здатності приймати самостійні рішення.
8. Пріоритетну увагу одержать потреби людини.
9. Стрімкий розвиток одержить сфера послуг.
10. Структура ринку праці зазнає істотних змін.
11. Від працівника буде вимагатись все більша професійна гнучкість.

Професійне самовизначення – це самостійне й усвідомлене знаходження сенсів виконуваної роботи та усієї життєдіяльності в конкретній культурно-історичній (соціально-економічній) ситуації. Воно припускає формування суб'єкта, який має високу мобільність, широку орієнтацію у світі професійної праці, не обмежуючи можливості особи-

стісного розвитку, тобто відбиває єдність життєвого (професійного) та особистісного самовизначення. Професійне самовизначення не лише акт вибору професії, але й динамічна процедура формування професіонала на усьому життєвому шляху. Таким чином, можна зробити висновок, що процес професійного самовизначення полягає не тільки у виборі майбутньої професії в юнацькому віці, але й у постійному пошуку сенсів конкретної професійної діяльності, в усвідомленні особистості себе як суб'єкта цієї діяльності.

Виділяють чотири стадії процесу професійного самовизначення: 1) виникнення та формування професійних намірів і первинне орієнтування в різних сферах праці (старший шкільний вік). На цій стадії відбувається переоцінка навчальної діяльності: залежно від професійних намірів, змінюється мотивація; 2) професійне навчання як освоєння вибраної професії; 3) професійна адаптація, яка характеризується самостійною трудовою діяльністю, формуванням індивідуального стилю діяльності (ІСД) та включенням у систему виробничих та соціальних стосунків; 4) самореалізація у праці (часткова або повна) – виправдання або невинувачення тих очікувань, які пов'язані з професійною діяльністю.

Ситуація вибору професії характеризується двобічністю: з одного боку, світ професій, який має щонайширший спектр різних характеристик, з іншого – суб'єкт вибору професії, особистість з усіма її особливостями.

У сучасних умовах професія стає не тільки засобом досягнення матеріального благополуччя, але й провідною сферою соціальної реалізації особистості.

Професійна самосвідомість включає уявлення особистості про себе як про члена професійного співтовариства, носія професійної культури, у тому числі певних професійних норм, правил, традицій, властивих цьому професійному співтовариству.

Професійне самовизначення можна визначити як пошук і знаходження особистісного сенсу у вибраній, а потім в освоюваній трудовій діяльності.

Таким чином, особистість проходить певні етапи професійного становлення, а саме: професійне самовизначення, вибір професії, розвиток професійно важливих якостей, необхідних для досягнення успіху в обраній професійній діяльності, проходження стадій професіоналізації, становлення професіоналізму та подальше самовдосконалення особистості в цій професійній сфері.

Професійне самовизначення особистості – це усвідомлення свого місця у певній професійній сфері, наповнення особистісним сенсом змісту професійної діяльності, формування позитивного ставлення до власної професії, здатність розвивати свої здібності та можливості у цій професії, для більш ефективної професійної діяльності.

Таким чином, професійне самовизначення особистості стає важливим кроком на шляху до професійного успіху особистості у майбутньому.

2. Адаптація до праці та фактори її мотивації

У самому загальному вигляді адаптація (лат. *adapto* – пристосовую) – процес пристосування працівника до умов зовнішнього і внутрішнього середовища [8]. Поняття «адаптація» широко застосовується в біології, медицині, психології, соціології, менеджменті персоналу та інших сферах науки.

Нині виділяють такі форми адаптації: соціальну і виробничу адаптацію.

Адаптація соціальна – активне пристосування індивіда до умов середовища і результату цього процесу.

Адаптація соціальна має дві форми: активну (індивід прагне вплинути на середовище, змінити його, тобто активно входить у процес соціалізації); пасивну (не взаємодіє із середовищем, не прагне змінити його, пристосовується до особистих норм, оцінок, засобів діяльності).

Показники пасивної соціальної адаптації – перехід в інше соціальне середовище, аномія та різні види порушень у ціннісно-нормативній системі суспільства, відхилення поведінки.

Серед видів виробничої адаптації провідна роль належить професійній адаптації. Професійна адаптація – це комплексна система заходів, яка покликана перевірити правильність вибору конкретної професії, сприяти процесу пристосування особи до психологічних, фізіологічних та організаційно-технічних особливостей професійної діяльності на виробництві, успішному професійно-трудовому самовизначенню особистості.

Соціалізацією називається процес, у ході якого нові члени якої-небудь групи сприймають установки, цінності й норми, необхідні для того, щоб бути прийнятим у групу.

Відповідно до моделі Фельдмана соціалізація в організації проходить в три етапи:

Попередній етап. Потенційно новий співробітник одержує інформацію про організацію, роботу й про те, наскільки його власні вміння, здатності, потреби й цінності відповідають вимогам і можливостям цієї організації.

Етап безпосереднього знайомства. Новий співробітник знайомиться зі своїми новими виробничими завданнями, його включають у нову групу.

Етап пристосування й прийняття. Новий співробітник освоює свої виробничі завдання, пристосовується до робочої групи та культури організації.

Виділяють 7 базових параметрів соціалізації в організації.

1. Місія і цілі організації. Рівень менеджменту та його націленості на інновації та консюмеризм.

2. Базові параметри соціалізації в організації. Уміння виконувати роботу. Навчання виконанню завдань, що входять до посадових обов'язків.

3. Люди. Оцінка відносин власності, характеру ефективності мотивацій та стимулів.

4. Інституційне середовище. Одержання інформації про взаємини співробітників і структуру влади усередині організації.

5. Мова. Освоєння технічної лексики, сленгу й жаргону, специфічних для цієї організації.

6. Мета й цінності. Розуміння специфіки конкретних цілей і цінностей організації.

7. Історія. Навчання традиціям, звичаям, ритуалам, які накоплені в організації.

З погляду управління розвитком персоналу важливим є визначення тривалості виробничої адаптації. Єдиний термін виробничої адаптації для всіх професій установити неможливо, оскільки його тривалість залежить від складності професії, рівня підготовки та здібностей працівника. Однак на практиці встановлюють часові параметри адаптації. Наприклад, для молодих фахівців цей термін визначений у межах 3 років. Про реальність цього періоду свідчить те, що за підсумками 3 років роботи під час атестації фахівець може бути визнаний відповідним чи невідповідним займаній посаді.

Виробнича адаптація особистості розділяється на такі етапи: адаптація, пов'язана з процесом професійної підготовки; опанування працівником професійною майстерністю на робочому місці та входження його у трудовий колектив; прийнятна стадія адаптації; високий рівень адаптації працівника.

Мотивація праці як механізм являє собою систему, яка узгоджує багатомасштабні потреби, інтереси, ціннісні орієнтаційні настанови, мотиви і мотиваційну структуру поведінки.

Спрощена модель мотивації поведінки через споживання складається в такий ланцюжок: спонукання (мотиви) → поведінка (дія) → результат задоволення потреб (повне задоволення, часткове задоволення чи відсутність задоволення).

Ставлення людини до трудової діяльності визначають різні внутрішні і зовнішні спонукальні сили. До внутрішніх сил відносять потреби, інтереси, бажання, прагнення, цінності, ціннісні орієнтації, ідеали, мотиви.

До зовнішніх сил відносять різноманітні методи економічного та морального впливу (стимули), які використовуються підприємством для підвищення трудової активності працівників.

Мотивація являє собою комплекс причин, які спонукають працівників до цілеспрямованих дій і є рушійною силою людської діяльності й поведінки на основі глибокої особистої зацікавленості та залучення до її здійснення.

Уперше структуру потреб розробив у 1930-і роки європейський, а потім американський психолог Курт Левін. На його думку, потреби є рушійною силою людської діяльності, це «мотор поведінки людини». Він поділив потреби на два типи:

1. Щирі потреби (наприклад, потреба у праці, потреба в самоствердженні).

2. Квазіпотреби, або актуальні потреби, що виникають у цей момент.

За структурою й змістом квазіпотреби не відрізняються від щирих потреб. Розходження полягає в динаміці ступеня напруженості потреби. Напруга потреби є вирішальним, детермінантним фактором психічної діяльності людини. Ступінь активності діяльності залежить від ступеня напруженості потреби в цій діяльності. Після завершення діяльності відбувається розрядження напруженості, потреба задовольняється. Причому, як відзначав К. Левін, людина здатна гнучко регулювати задоволення своїх потреб. Вона здатна вільно вибирати спосіб і засіб задоволення потреби, а також заміщати, замінити одну потребу іншою. Ідеї К. Левина про актуалізації потреб і можливості їхнього заміщення дуже важливі під час аналізу потреб трудової діяльності.

Розвиваючи ідеї К. Левина, американський психолог А. Маслоу розробив теорію ієрархії потреб. Запропонована ним модель являє собою піраміду, що включає в себе п'ять рівнів потреб. Потреби ієрархізовані за ступенем їх значущості для людини.

Перший рівень – фізіологічні потреби. Це нижчий, але самий важливий для людини рівень потреб (у їжі, повітрі, відпочинку тощо). Якщо ці потреби актуалізовані, але не задовольняються, то й всі інші потреби не мають значення, оскільки порушується регуляція роботи організму людини.

Другий рівень – потреби в безпеці. Сюди входять потреби в захисті від позбавлень, фізичних погроз і небезпек з боку навколишнього середовища. Якщо ці потреби актуалізовані, але не задовольняються, то порушується регуляція психіки людини.

Третій рівень – соціальні потреби. До них відносяться потреби в належності до групи, у добрих взаєминах з людьми, у взаємній допомозі й підтримці, у любові й дружбі. Якщо ці потреби актуалізовані, але не задовольняються, то порушується регуляція соціальної діяльності людини.

Четвертий рівень – потреби особистості. Вони носять двоїстий характер і надзвичайно складні. По-перше, людина має потребу в самопо-

вазі, що часто є наслідком здійсненого оволодіння якою-небудь діяльністю. Так формується потреба у впевненості у своїх силах, можливостях, здібностях, знаннях, у незалежності від інших людей, в успіхах і досягненнях у роботі. По-друге, людина має потребу в повазі з боку інших людей, у високій оцінці ними його діяльності, у визнанні іншими його репутації, авторитету, статусу, заслуг. Якщо ці потреби актуалізовані, але не задовольняються, то порушується регуляція поведінки особистості: людина не в змозі діяти як особистість, важлива для інших людей.

П'ятий рівень – потреба в самоактуалізації. За висловом Маслоу, «потреба стати тим, ким ця людина здатна стати». Практично вона виражається в потребі реалізувати свої власні потенціали, продовжувати саморозвиток, займатися творчістю. На відміну від інших чотирьох рівнів потреб, які можуть бути задоволені, потреба в самоактуалізації ніколи не буває задоволена повністю. Ця незадоволеність є наслідком нереалізованих можливостей людського духу. Будучи один раз приведений у рух, одержавши первісний імпульс, дух здатний нескінченно й безмежно розвиватися й творити. Якщо ця потреба актуалізована, але не задовольняється, то порушується регуляція творчої діяльності, й людина не в змозі працювати як творець.

Між ієрархією потреб і віком людини існує взаємозв'язок. Кожен рівень потреб співвідноситься з певним періодом життя. Фізіологічні потреби й потреби в безпеці мають першорядне значення в дитячому віці. У міру зростання й розвитку дитини усе більше важливими стають для нього соціальні потреби. Коли людина досягає зрілості, його діяльністю, як правило, керують особистісні потреби. Якщо він домагається успіху й задовольняє ці потреби, то в наступних періодах життя найбільш значущою стає потреба в самоактуалізації. Однак успіху в житті (мається на увазі його суб'єктивне розуміння) домагається далеко не кожен, відповідно п'ятий рівень потреб виражений не в усіх.

Інший американський психолог – Г. Мюррей – розробив детальну класифікацію соціальних потреб. На його думку, вони мають суперечливий характер і містять у собі два полюси. Залежно від специфіки сформованих відносин у конкретної людини актуалізується то один, то інший полюс потреби, і тоді у своїй поведінці він буде керуватися більш напруженою потребою. Ставлення людини до людей виражають такі соціальні потреби:

Варто мати на увазі, що задоволені потреби перестають бути актуальними й не є більше мотиваторами поведінки. Людину спонукають, мотивують до діяльності незадоволені потреби. Її поведінка носить цілеспрямований характер, оскільки кожна дія спрямована на зменшення напруги, що виникає внаслідок незадоволених потреб. Людина їсть то-

му, що голод створює потребу в їжі. Вона прагне до просування по службі внаслідок сильної потреби домогтися успіху. Людина пише вірші тому, що у процесі цієї творчої діяльності вона бачить джерело самовираження й самоактуалізації. Причини цих видів діяльності глибоко приховані в кожній людині. Разом з багатьма іншими мотивами вони утворюють структуру мотивації людини.

Таблиця 6

Класифікація соціальних потреб

Потреба в дружніх зв'язках. Потреба в автономії, у відмові від зближення з людиною	Потреба виявити повагу до інших людей. Потреба звільнитися від регламентованих відносин, від необхідності проявляти до інших людей повагу й інтерес
Потреба в домінуванні, контролі над поведінкою інших, прагнення відігравати головну роль у контактах. Потреба в підпорядкуванні, прийнятті нав'язливої лінії поведінки	
Потреба в досягненні успіху, прагнення зробити щось краще за інших, наполегливість в усуненні перешкод на шляху до мети. Потреба в униканні невдач, відхилення від труднощів, відсутність ініціативи	Потреба надавати допомогу, проявляти турботу, альтруїзм – забуття власних інтересів заради інтересів іншої людини.
Потреба захищати й відстоювати свої інтереси, егоїзм – понад усе власні інтереси	Потреба в порядку – прагнення до впорядкованості, зрозумілості, чіткості взаємин з людьми, уникнення складних, конфліктних відносин. Потреба в грі – перевага ігрових форм відносин, легкість, загадковість, фантазія у відносинах
Потреба в захисті, очікування поради, допомоги, співчуття, духовної близькості.	Потреба в позитивному баченні світу – «приписування» людям «доброї природи», «добра»
Потреба в негативному баченні суспільства – «приписування» людям «ворожої природи», «зла»	
Потреба в дружніх зв'язках. Потреба в автономії, у відмові від зближення з людиною	Потреба виявити повагу до інших людей. Потреба звільнитися від регламентованих відносин, від необхідності проявляти до інших людей повагу й інтерес
Потреба в домінуванні, контролі над поведінкою інших, прагнення відігравати головну роль у контактах. Потреба в підпорядкуванні	

Мотивація праці (франц. – спонукальна причина) – це спонукання до активної трудової діяльності, засноване на задоволенні важливих для людини потреб. Потреба, перш ніж стати спонукальною силою до дії, тобто перш ніж почати регулювати поведінку, повинна бути усвідомлена людиною. Мотив – це суб'єктивна сторона потреби, внутрішнє спонукання до діяльності. Мотив можна визначити як прагнення діяти з метою задовольнити актуальні потреби. Американський психолог Дж. Аткинсон стверджував, що сила мотиву залежить від імовірності того, що дія, необхідна для задоволення цієї потреби, виявиться успішною і що результатом цього задоволення є винагорода. Чим вище ступінь імовірності успіху й чим більше винагорода, тим сильніше мотив й, отже, вище ступінь імовірності того, що ця людина стане діяти з метою задоволення цієї потреби.

Трудова мотивація – це процес вибору й обґрунтування способу участі людини у трудовій діяльності. Існує багато критеріїв, за якими можна класифікувати мотиви: за змістом, видом діяльності, ступенем стійкості й ін. У змістовному плані мотивом може бути:

- а) свідомий вибір мети й засобів її досягнення;
- б) раціональне обґрунтування власних дій;
- в) визначення програми поведінки, її етапів;
- г) оцінка можливих наслідків поведінки й діяльності;
- д) самооцінка функціональних здатностей і можливостей.

Класифікація мотивів за видом діяльності включає чотири взаємозалежні групи.

Першу групу мотивів трудової поведінки становлять ті мотиви, які пов'язані із професійною орієнтацією й обґрунтуванням вибору сфери діяльності. Сюди входять:

- а) мотиви щодо забезпечення життєво важливих благ, за допомогою яких задовольняються першочергові фізіологічні, соціальні та інші потреби;
- б) мотиви визнання, що виражають свідоме прагнення людини з'єднати свою функціональну активність із певним видом праці;
- в) мотиви престижу, що відбивають прагнення людини застосувати свої фізичні й інтелектуальні сили для того, щоб зайняти гідний соціальний статус.

Друга група мотивів визначається належністю людини до конкретної соціально-професійної групи й виражається у прагненні людини керуватися у своїй поведінці значущими для групи цілями, цінностями, традиціями, нормами тощо.

Третя група мотивів пов'язана з визнанням і реалізацією запропонованих соціальних норм: моральних, патріотичних, етнокультурних та ін.

Четверта група мотивів визначається вибором професійних й особистісних цілей людини. Ці мотиви пов'язані із соціальним і професійним

самовизначенням, подоланням статусно-рольового й соціально-психологічного дискомфорту.

Трудова мотивація може бути стійкою й нестійкою. Показники стійкої мотивації такі:

а) установка на оптимум енергетичних витрат у трудовому процесі відповідно до очікуваної й реальної компенсації цих витрат;

б) стійка орієнтація на виконання певного виду трудової діяльності;

в) аксіологічна орієнтація на конкретну (спеціалізовану) форму праці, зміст якої пов'язаний з інтересом до його результатів;

г) властиві професійні здатності, що є первісним мотивом до діяльності, потреба надалі розвивати ці здатності, що служить вторинним мотивом професіоналізації;

д) усвідомлення тимчасового масштабу (хронотопа), межами якого людина обмежена;

е) почуття професійного боргу.

Мотиви як внутрішні побудинки діяльності тісно пов'язані із цінностями й ціннісними орієнтаціями. Цінність – це позитивна значущість об'єктів навколишнього світу, обумовлена не реальними, а символічними властивостями об'єктів, котрі формуються самою людиною. Якщо мотив обумовлений важливою й актуальною потребою, що вимагає задоволення, то цінність припускає наявність життєво значущих об'єктів і вимагає не просто задоволення, а підпорядкування всієї поведінки людини. Це можуть бути цінності моральні (добра й зла), етичні (честь і достоїнство), професійні (майстерність, слава, пошана) і т. ін. Мотиви відносні, тому що засновані на суб'єктивній самооцінці поведінки. Цінності ж абсолютні, вони є моральними імперативами поведінки. В їх основі лежить об'єктивне визнання суспільством певного типу поведінки як незаперечна норма.

Структура мотивації трудової діяльності, на думку З. А. Ядова, трикомпонентна. Вона містить у собі:

1. Матеріальні мотиви.

2. Моральні мотиви:

а) моральні, що виникають на основі взаємин у групі й пов'язані з почуттям колективізму, товариства, взаємодопомоги;

б) ідейні, що опираються на певні принципи, погляди, ідеї. У цьому контексті маються на увазі не ідейно-політичні принципи, а професійні. Наприклад, у лікарів вони виражені й узагальнені в «Клятві Гіппократа».

3. Змістовні мотиви. Це спонукання, що виникають на основі змісту трудової діяльності, наприклад, почуття задоволеності від творчої напруги сил, естетичне задоволення від добре зробленої роботи й ін.

В. А. Отрут у книзі «Людина і її робота» узагальнив результати багаторічного соціологічного дослідження й виділив основні мотиви трудової діяльності.

1. Престиж професії.
2. Зміст праці.
3. Можливість просування по службі й підвищення кваліфікації.
4. Можливість заробітку.
5. Установлення сприятливих стосунків з керівниками й колегами по роботі.
6. Ступінь гарантованості роботи.

Задоволеність роботою – це установка, тобто гіпотетичний конструкт. Однак уважається, що наявність або відсутність цього психологічного явища пов'язане з певними психологічними патернами.

Аспекти, що впливають на задоволеність роботою: робоче навантаження; безпека роботи; оплата праці; статус і престиж роботи; близькість із колегами; використовувана політика оцінювання виконання роботи; загальні методи керівництва; стосунки між керівником і підлеглими; автономія й відповідальність; можливість для застосування знань й умінь; можливості для росту й розвитку.

3. Планування кар'єри

Слово «кар'єра» означає успішне просування у сфері суспільної, службової, наукової й іншої діяльності, рід занять, професію.

Об'єктивна, зовнішня сторона кар'єри – це послідовність займаних індивідом професійних позицій, а суб'єктивна, внутрішня сторона – це те, як людина сприймає свою кар'єру, який його образ професійного життя й власної ролі в ній.

Останнім часом став зникати негативний відтінок поняття «кар'єра». Нині людину, «яка робить кар'єру», розглядають скоріше як таку, що має орієнтацію на реалізацію особистісного й професійного потенціалу. Кар'єра – це один з показників індивідуального професійного життя людини, досягнення бажаного статусу й відповідного йому рівня та якості життя, а також досягнення популярності й слави. Успішно побудована кар'єра дозволяє людині домогтися визнання своєї неповторності, значущості для інших людей, для суспільства в цілому.

У кожної людини є особистісна концепція, таланти, спонукання, мотиви й цінності, якими вона не може поступитися, здійснюючи вибір кар'єри. Життєвий досвід формує в кожній людині певну систему ціннісних орієнтацій, соціальних установок стосовно кар'єри зокрема і до роботи взагалі. Тому в професійному плані суб'єкт розглядається й описується через систему його диспозицій (тут, на наш погляд, дуже продуктивна диспозиційна теорія В. А. Ядова), ціннісних орієнтацій, соціальних установок, інтересів і тому подібних соціально обумовлених спонукань до діяльності. Цим поняттям в американській психології від-

повідает поняття кар'єрних орієнтацій. Змістовно це є те, що людина хоче реалізувати при виборі й здійсненні своєї кар'єри, це індивідуальні сполучення й послідовність атитюдів, пов'язаних з досвідом й активністю у сфері роботи протягом всього життя. Поняття кар'єрних орієнтацій ми відносимо до диспозицій вищого рівня (за В. А. Ядовим), які є стійким утворенням і визначають професійний життєвий шлях людини.

На жаль, у нашій країні практично немає робіт безпосередньо з соціально-психологічних аспектів кар'єри. Тому звернемося до закордонних досліджень на цю тему.

Поняття успішної кар'єри пов'язується, насамперед, з успішним професійним самовизначенням. Однією з популярних у психології є теорія професійного самовизначення Д. Сьюпера. У ній дев'ять основних положень. Одне з них говорить: задоволеність роботою (а багато в чому й життям у цілому) залежить від того, якою мірою людина знаходить адекватні можливості для реалізації своїх здібностей, інтересів і властивостей особистості у професійній ситуації, що значною мірою визначається можливістю грати ту роль, що вважалася прийнятним на стадії професійного розвитку.

У теорії Сьюпера стверджується, що найважливішою детермінантою професійного шляху людини є його подання про свою особистість – так названа «професійна Я-концепція», що кожна людина в житті втілює в серію кар'єрних рішень. Професійні переваги й тип кар'єри – це спроба відповістити на запитання: «Хто я?». Обрана професія й кар'єрні досягнення впливають на нашу загальну «Я-концепцію» і самооцінку. При цьому дуже часто людина реалізує свої кар'єрні орієнтації не усвідомлено.

Д. Сьюпер виділив чотири типи кар'єри, які залежать від особливостей особистості, способу життя, відносин і цінностей людини. Підставою цієї класифікації є показник стабільності кар'єри.

1. Стабільна кар'єра – характеризується просуванням, навчанням, тренуванням у єдиної постійній професійній діяльності.

2. Звичайна кар'єра – найпоширеніша – збігається з нормативними стадіями життєвого шляху людини, включаючи кризи.

3. Нестабільна кар'єра – характеризується двома або декількома пробами, причому зміна професійної діяльності відбувається після певного періоду стабільної роботи в попередній професійній сфері.

4. Кар'єру із множинними пробами – зміна професійних орієнтацій відбувається протягом всього життя.

При характеристиці типу кар'єри береться до уваги як послідовність, частота й тривалість професійної діяльності, що обирає, так і досягнутий рівень професійної майстерності. Велика індивідуальна своє-

рідність усередині типів професійних кар'єр, що ми спостерігаємо в житті, багато в чому визначається особистісними особливостями.

Найчастіше під час вивчення успішної кар'єри об'єктом дослідження стають керівники. Американські дослідники виділяють три рівні кар'єри серед керівників.

I. Низова ланка керування (технічний рівень). Це рівень керівників, що перебувають безпосередньо над робітниками й виконавцями, наприклад, майстер, сержант, медична сестра, завідувач відділом і т. ін., тобто люди, відповідальні за ресурси, сировину, устаткування. Їхня робота напружена й різноманітна. Половина робочого часу керівників такого рангу проходить у спілкуванні, причому найбільше з робочими або безпосередніми виконавцями, небагато з майстрами й найменше зі своїм начальством.

II. Середня ланка керування (управлінський рівень). Останнім часом саме ця ланка керування істотно зросла за чисельністю і значущістю. Велика кількість керівників середньої ланки є однією з ознак сучасної організації. До них відносяться завідувачі відділеннями, начальники цехів, декани, офіцери від лейтенанта до полковника й т. ін. Представники цієї управлінської ланки здійснюють істотний внесок у вирішення проблем організації, але характер їхньої роботи більше визначається характером роботи керованого ними підрозділу, чим організації в цілому. Середня ланка керування є своєрідним буфером між низовою й вищою ланками керування. Представники середньої ланки керування майже 90 % часу проводять у взаємодії з людьми.

III. Вища ланка керування (інституціональний рівень). Це самий нечисленний шар керівників – президент і віце-президент корпорації, генерал, міністр, ректор. Саме представники вищої ланки керування відповідають за прийняття найважливіших рішень. Їхня робота надзвичайно напружена, існує величезний ризик невдачі, і як результат – особиста самотність. Робочий тиждень керівників такого рангу становить 60–80 годин, майже 70 % часу йде на засідання й зустрічі й близько 20 % – на роботу з паперами.

Які ж основні мотиви керівників у побудові своєї кар'єри? Д. Мак-Клеланд виділив три основні мотиви у виборі особистої кар'єри.

Перший основний мотив – це прагнення до влади. Ті, хто прагне до влади, енергійні, відверті у вираженні своїх думок і почуттів, не бояться конфронтації й відстоюють свої позиції. Вони вимагають до себе уваги, прагнуть до лідерства. Люди, що досягли вищого рівня керування, часто мають таку орієнтацію.

Другий основний мотив у побудові кар'єри – це прагнення до успіху. Найчастіше такий мотив задовольняється не проголошенням успіху, а процесом доведення роботи до успішного завершення. У побудові своєї кар'єри ці люди ризикують помірковано.

Третій основний мотив – це мотив причетності. Він формується під впливом бажання бути включеним у певне соціальне й професійне оточення, потреби у спілкуванні, допомозі іншим, суспільній роботі.

Американська дослідниця С. Доннел, опитавши дві з половиною тисячі керівників, виявила кілька основних причин невдач у кар'єрі керівників:

- бажання одержувати більш високу платню, мати особистий комфорт, а не піклуватися про результативність керованих підрозділів;
- надмірне хвилювання із приводу символів становища (будинки, квартира, кабінети, машини);
- хвилювання із приводу власної персони;
- схильність привласнювати собі всілякі лаври;
- схильність до самоізоляції й, як наслідок, поступова втрата зв'язку з навколишніми;
- бажання сховати свої думки й почуття, насамперед свій гнів і страх. Індивідуальними, особистісними факторами, що перешкоджають досягненню кар'єрного успіху, є недолік особистісного потенціалу (відсутність необхідних якостей, низька мотивація, екстернальний локус контролю, нерішучість, тривожність, емоційна нестабільність, неконструктивні установки щодо досягнень: острах успіху, острах невдачі, нереалістичність цілей, уникання ризику, перфекціонізм, перевага у структурі особистості спрямованості на себе, а не на справу).

Дослідники звертають увагу на дві групи факторів, що визначають формування кар'єри. По-перше, фактори, пов'язані безпосередньо з людиною. Це здатності й інтереси людини, мотивація, ухвалення рішення про зміну ролей і статусу, особливості спеціалізації тощо. По-друге, фактори, пов'язані із взаємодією особистості з оточуючим середовищем. Це вплив інших людей на професійну кар'єру людини (наприклад, матеріальні можливості батьківської родини при здобутті освіти, планування власної родини й сполучення інтересів родини й організації, досягнення організаційного «плато» кар'єри, потреба організації у фахівцях такого профілю тощо).

Узагальнюючи дані вітчизняних і закордонних досліджень, як інваріант професіоналізму, що визначає кар'єрний успіх, можна зробити наступні висновки:

- освіченість, системність й аналітичність мислення, уміння прогнозувати розвиток ситуації, передбачати результат рішень, уміння мислити масштабно й реалістично одночасно;
- комунікативні вміння, навички ефективної міжособистісної взаємодії, проникливість, уміння чинити психологічний вплив і вплив на інших людей;
- високий рівень саморегуляції: уміння управляти своїм станом, розвиненість самоконтролю, стресостійкість;

- ділова спрямованість: активність, наполегливість і цілеспрямованість, спрямованість на прийняття рішень, уміння вирішувати нестандартні проблеми й завдання, прагнення до постійного підвищення професіоналізму;

- чітка «Я-концепція», реалістичне сприйняття своїх здібностей і можливостей, висока (адекватна) самоповага.

Останнім часом у соціально-психологічних дослідженнях особлива увага приділяється гендерним аспектам побудови кар'єри. За американськими даними, у середньому менеджменті (у посадах із середнім доходом) жінки займають більше половини місць, одна третина нових мільйонерів – це жінки.

Темп залучення жінок до підприємництва в шість разів перевищує темп залучення в цю сферу чоловіків. За даними ООН до 2000 року передбачається збільшення частки жінок на посадах керівників до 45–50 %, що ставить важливе завдання підготовки жінок-керуючих.

У сучасному світі жінки просуваються швидше в тих галузях, де старі правила не працюють; у традиційних галузях жінок-керівників небагато. Таким чином, наявне явище розхитування стереотипу розгляду жінки як людини, не здатної робити кар'єру. Основні гендерні стереотипи, що стосуються побудови кар'єри, пов'язані зі статеворольовою соціалізацією, соціальними стереотипами, пристроєм соціуму, що відбивається у відомому виреченні: *«Для жінок шлях до управлінської кар'єри пов'язаний з подоланням численних перешкод, а для чоловіків – з реалізацією численних можливостей»*.

Соціально-психологічні дослідження показали, що жінки не менше чоловіків зацікавлені у просуванні по службі й підвищенні свого освітнього рівня, орієнтовані на престиж, заробітну плату; мають не менше почуття відповідальності. Здійсненню жіночої кар'єри об'єктивно заважає природна біологічна роль жінки, пов'язана з необхідністю сполучення службових, подружніх і батьківських функцій. Тому не викликає подиву той факт, що жінки, яким вдається зробити кар'єру й домогтися керівної посади, як правило, залишаються самотніми або випробовують сильну фізичну й емоційну напругу й почуття провини.

У робочій же ситуації відзначаються такі «сильні» якості жінок-керівників, як прагнення до нового, радикалізм, висока чутливість, турбота про людей, «олюднення» організаційних інтересів, спрямованість на взаємодію з підлеглими, все те, що характерно для моделі сучасного ефективного менеджменту. Стиль жіночого керування часто називають «перетворювальним» або **«м'яким примусом»**. Його основними характеристиками є: 1) активна взаємодія з підлеглими; 2) підтримка в співробітника самоповаги; 3) підтримка співробітників у стресовій ситуації; 4) прагнення до створення оптимального психологічного клімату в ор-

ганізації, профілактика конфліктів; 5) підтримка здоров'я, організація спільного дозвілля; 6) «фінансова кмітливість», детальне планування; 7) «інстинкт виживання», розумний ризик, прагнення утримати придбане й завоювати нове; 8) інтуїція; 9) почуття гумору, оптимізм, віра в себе.

У дослідженнях жіночої кар'єри виділяються культурні, освітні, юридичні й психологічні бар'єри.

Відзначаються такі соціально-психологічні фактори, що стримують жіночу кар'єру:

1) уже згадане вище – гендерний поділ у професійній орієнтації та сферах кар'єри;

2) надзвичайно висока вмотивованість;

3) підвищена емоційність, вразливість, загострене переживання промахів і невдач;

4) страх успіху й непевність у собі, що заважає ризикувати й творчо вирішувати ділові й управлінські завдання.

Більшість факторів, що визначають кар'єрний ріст жінок, стосується організаційної професійної поведінки: жінки більше пасивні в плануванні кар'єри, менш орієнтовані на змагання й конкуренцію, що обумовлено характером соціалізації. Показано, що кар'єрно успішні соціалізуються шляхами, які зробили їх більшою мірою подібними із «середнім» чоловіком, ніж із «середньою» жінкою.

Специфіка жіночої кар'єри полягає в тому, що жінка сполучає кар'єру з активним виконанням ролей матері, дружини, домогосподарки, що служить джерелом «рольової напруги», стресу, тому що професійна й сімейна ролі є однаково важливими, що особливо виражено в молодих жінок. Побудова кар'єри часто супроводжується негативними емоційними переживаннями, пов'язаними з недостатньою увагою близьким й особливо дітям.

Дослідження М. В. Сафонові показало, що важливим фактором успішної кар'єри жінок є практика сімейного виховання батьківської родини. У переважній більшості успішні в кар'єрі жінки є старшими дітьми в повних одно- чи дводітних родин, де батьки мають високий освітній і соціально-професійний статус. Сформовані в батьківській родині високі життєві стандарти, прагнення до досягнення й незалежності пов'язані з успішною побудовою кар'єри. При цьому особливо важливі «нетрадиційні» установки матері щодо ролі жінки в суспільстві, а також підтримуюча поведінка батька.

Цікаво, що існують розходження в особистісних особливостях і характері поведінки жінок, зайнятих у традиційно «жіночих» і традиційно «чоловічих» сферах, тобто сфера професійної зайнятості й характер організаційної культури актуалізує певні особистісні риси й особливості поведінки жінок, успішних у кар'єрі.

Згідно із сучасною статистикою популярності професій в Україні, **юриспруденція** вважається найпрестижнішим напрямом працевлаштування. Такий висновок можна зробити з аналізу численності охочих отримати юридичну освіту, незважаючи на високий рівень цін цього напрямку навчання. Різноманітні експертні оцінки також вказують на високий соціальний статус юриста в українському суспільстві.

Все більш популярним напрямом навчання в українських ВНЗ стає **медицина**, хоча медичні навчальні заклади приймають велику кількість іноземців. Не менш привабливими професіями вважаються професії **менеджерів та банкірів**, незважаючи на перенасичений ринок праці спеціалістами цих професій. За даними аналізу ринку праці, експерти зробили висновок, що чисельність спеціалістів з юридичною та економічною освітою досягне норми за умови, якщо випуск цих спеціалістів у ВНЗ України припинити **на 5 років**. Проте всім нам відомо, що **досвідчені спеціалісти з високим рівнем професіоналізму завжди потрібні**. Залишається тільки здобути цей досвід.

Вищенаведена статистика була зроблена на основі даних вступу до вищих навчальних закладів України. Якщо ж поглянути на ринок праці України, який є частиною глобального світового ринку праці, то на ньому все більшу роль відіграють **інформаційні технології**.

Світові експерти кажуть, що з розвитком Інтернету все більше втрачає актуальність проблеми пошуку роботи. Адже нині вже нікого не здивуєш своїм працевлаштуванням «в Інтернеті». Все більшої популярності набуває професія **фрілансера**, яка частіше за все не вимагає від професіонала ні освіти, ні досвіду роботи. Все, що потрібно – наявність комп'ютера та високошвидкісного Інтернету. Але не треба забувати про всі ризики неофіційного працевлаштування.

Нині відомо, що за професіями у сфері інформаційних технологій знаходиться майбутнє постіндустріального суспільства. Адже на ринку праці спостерігається досить високий рівень попиту на таких спеціалістів як системний адміністратор комп'ютерних систем та мереж, програміст, дизайнер.

Проте не лише для спеціалістів у сфері інформаційно-комп'ютерних технологій, а і для всякого фахівця є поняття стадії кар'єри. Вони визначаються як **періоди, відзначені різними завданнями розвитку та кар'єрних інтересів**. Виникнення й зміна цих періодів пов'язані з поняттям «плато» кар'єри, що може бути двох видів:

- **організаційне** – особистість має потенціал, але досягнення більше високих позицій в організації неможливо в силу об'єктивних причин;
- **особистісне** – відбиває недостачу потенціалу або бажання працювати на більш високому рівні.

Цікавий підхід до проблеми стадій кар'єри зустрічається в роботах С. Н. Паркінсона. Запропонована ним шкала починається із числового

позначення віку (Γ), у якому конкретна особа вступає на свій професійний шлях після навчання. Кожна наступна «пора» визначається значенням попередньої з додаванням відповідного числового виміру:

- 1) пора готовності (Γ);
- 2) пора розсудливості (P) = $\Gamma + 3$;
- 3) пора просування (Π) = $P + 7$;
- 4) пора відповідальності (B) = $\Pi + 5$;
- 5) пора формування авторитету (A) = $B + 3$;
- 6) пора досягнень (D) = $A + 7$;
- 7) пора винагород (H) = $D + 9$;
- 8) пора самосформованості (C) = $H + 6$;
- 9) пора мудрості (M) = $C + 3$;
- 10) пора тупика (T) = $M + 7$.

Так, приблизно з 21 року (пора готовності) до 24 років людина перебуває в етапі роздумів, з 24 років до 31 року вступає в пору розсудливості і просування, далі до 36 років – етап відповідальності, потім приходить авторитет, до 39 років настає пора досягнень і т. ін. Послідовність стадій кар'єри визначається наявністю або відсутністю в ній невдач та падінь. Дослідник вважає, що працівник, який рухається не по службі, замість зазначених фаз 6–10 проходить інші фази, а саме:

- 6) пору краху (K) = $A + 7$;
- 7) пору заздрості (3) = $K + 9$;
- 8) пору безпорадності (B) = $3 + 4$.

Але існують способи, за допомогою яких можна дати поштовх розвитку працівника, що перебуває на плато. Це можуть бути, по-перше, спонсорство, рекомендації; по-друге, психологічне консультування.

Як правило, виділяють два критерії успішної кар'єри: **об'єктивний і суб'єктивний**. Об'єктивно процес кар'єрного росту можна оцінити за двома базовими параметрами: рух усередині організацій і рух усередині професії. Найчастіше як основний параметр об'єктивного успіху розглядають просування службовими сходами.

Критерієм особистісної, суб'єктивної успішності може бути власна думка людини про те, чи досягла вона того успіху, до якого прагнула. Важливим суб'єктивним моментом є залежність успіху від референтної групи, до якої людина себе відносить (вона як би служить критерієм успіху). Водночас суб'єктивна оцінка успіху пов'язана із зовнішніми параметрами – тим, що для навколишніх є символами успіху (заробітна плата, престиж, визнання). У процесі професійної діяльності людина проходить певні етапи розвитку кар'єри. Ці етапи розрізняються за своїм внутрішнім змістом.

Виділяються дев'ять етапів в еволюції індивідуальної кар'єри.

1. Обмірковування майбутнього роду занять. На цьому етапі подання про кар'єр обмежено професійними стереотипами, а критерії успіху

ще розмиті, особистість поки тільки готується почати відповідний цій професії процес навчання.

2. Утворення й тренування. Цей етап багато в чому залежить від вимог конкретної професії.

3. Вхід професії у світ професії. Для більшості людей, незалежно від підготовки, виникає момент «шоку від реальності». Головна психологічна проблема на цьому етапі – проблема адаптації. У міру того як людина довідається про реалії своєї роботи і про свої можливості в ній, відбувається виникнення професійного «Я-концепту».

4. Професійне навчання й подальша спеціалізація індивіда в умовах конкретної організації. Тривалість цього етапу залежить від професії, організації, складності роботи й т. ін.

5. Досягнення членства в організації. Людина усвідомлює значущий образ себе як члена організації, як професіонала. З'ясовано особисті мотиви й особисті цінності, виникає відчуття свого таланту, відбувається усвідомлення своїх сил і слабостей.

6. Ухвалення рішення про своє членство в організації у випадку незадоволеності нею або більших можливостей професійного росту в іншій організації. Звичайно це відбувається в перші 5–10 років кар'єри.

7. Криза. Більшість людей до середини кар'єри проходять через період переоцінки себе, незважаючи на те, що кар'єра складається добре. Виникають питання про правильність первісного вибору професії, про рівень досягнень, про майбутній шлях розвитку, оцінюються масштаб досягнутого, ступінь витрачених зусиль, перспективи продовження або зміни роду діяльності й стратегій дій на період, що залишився, професійного життя. Така переоцінка створює базу для ухвалення рішення про подальший шлях особистості в сфері кар'єри.

8. Зниження залученості у професію й підготовка до відходу на пенсію. Для деяких людей ця підготовка набуває форми заперечення: напруження, що виникає у зв'язку з перспективою можливого припинення професійних занять, виражається в агресивному продовженні діяльності.

9. Відхід на пенсію. Найбільший інтерес представляє трансформація професійного образу «Я», коли людина розстається із професійною роллю.

Тривалість кожного етапу різна й не завжди пов'язана з віком і професією. Ступінь зв'язку з віком залежить від конкретної кар'єри. Якщо людина змінює професію, етапи можуть повторюватися. Отримана замолоду професія, як правило, визначає майбутню кар'єру людині, але багатьом людям за своє життя не один раз доводиться переучуватися, здобувати нову спеціальність і починати все спочатку в зовсім новій для себе діяльності. Люди міняють роботу в тридцяти-, сорока- і п'ятдесятилітньому віці, а деякі навіть вийшовши на пенсію починають опановувати нову справу.

Американський дослідник Д. Осгуд виділяє сім етапів трансформації індивідуальних кар'єрних орієнтацій й установок.

1. Ідеалізація дійсності. Для цього початкового етапу кар'єри характерні великі надії, очікування й ентузіазм.

2. Катастрофа надій. У людини виникає усвідомлення розриву між перебільшеними очікуваннями й бажаннями, з одного боку, і реальними обставинами – з іншої. З'являється почуття тривоги й занепокоєння.

3. Виклик усьому й непокора (сховані та явні). Переживши етап катастрофи надій, людина доходить висновку, що справи, мабуть, не підуть так, як хотілося б, якщо він не почне яких-небудь певних дій.

4. Відхід від справ. Цей етап настає тоді, коли людина починає почувати, що більше не має змісту навіть намагатися якимось змінити хід подій.

5. Усвідомлення. Цей етап характеризується почуттям відповідальності й бажанням змінити щось у собі.

6. Рішучість. Вольове зусилля дозволяє на цьому етапі перейти до реальних дій.

7. Переконаність. Основна характеристика цього етапу – активне, постійне бажання поліпшити стан справ.

Послідовність, у якій ці етапи об'єктивуються в різних людей, не є постійною. Деякі з них можуть випадати, деякі – повторюватися.

4. Професіограма менеджера

Менеджер – людина, яка професійно здійснює функцію управління у ринковій системі відносин.

Менеджер відповідає за отримання результатів від роботи інших людей, які працюють індивідуально або об'єднані у групи.

Організація не може існувати без менеджерів, адже саме вони забезпечують виконання її місії, основного призначення, визначають необхідність і встановлюють взаємодію між окремими організаціями і діями всередині організації.

Менеджери розробляють стратегії поведінки організації в середовищі, що змінюється, та забезпечують урахування інтересів тих осіб і організацій, які контактують і контролюють діяльність організації.

Менеджер є основною інформаційною ланкою зв'язку організації з оточенням, формально та неформально відповідає за результати її діяльності. Він офіційно представляє організацію у зовнішньому оточенні під час проведення офіційних заходів.

Менеджери в організації, які є суб'єктами здійснення управлінської діяльності, відіграють багато різноманітних ролей.

1. Ролі, пов'язані з прийняттям рішень.

Вони полягають у тому, що менеджер визначає напрям руху організації, вирішує питання розподілу ресурсів, коригує, координує діяльність. Право прийняття управлінських рішень має тільки менеджер; він же несе відповідальність за наслідки прийнятого рішення. Менеджер повинен не лише визначити оптимальне вирішення певної проблеми, а взяти на себе ризик, наважитись прийняти рішення.

2. Інформаційні ролі.

Вони полягають у тому, що менеджер отримує, збирає інформацію про зовнішнє і внутрішнє середовище, розповсюджує інформацію у вигляді фактів та нормативних настанов, а також роз'яснює політику, основні цілі організації, тобто виступає її представником. Результати роботи залежать від того, наскільки менеджер володіє інформацією, наскільки ясно і чітко доводить інформацію до членів організації.

3. Міжособові ролі.

Менеджер виступає у ролі керівника, що формує стосунки у середині організації та поза її межами, мотивує членів організації на досягнення цілей, координує їх зусилля, виступає з'єднуючою ланкою між вищим керівництвом та споживачами і постачальниками і, водночас, представляє всіх управлінців перед членами колективу, яким керує. Менеджер повинен йти попереду та вести за собою своїх підлеглих, користуватись їх довірою і повагою, тобто бути лідером.

Залежно від позиції менеджера в організації, завдань, які він вирішує, та функцій, які реалізує, наведені ролі можуть бути притаманні їм більшою або меншою мірою, хоча кожен менеджер обов'язково приймає рішення, працює з інформацією і виступає керівником відносно певної організації.

Менеджер повинен розуміти природу управлінських процесів, вміти розподіляти відповідальність за рівнями управління, знати економіку і маркетинг, інформаційні технології, вміти планувати, прогнозувати розвиток діяльності своєї фірми. Не менш важливо бути спеціалістом у роботі з людьми:

- уміти будувати відносини з підлеглими, між підприємством та клієнтами, з іншими підприємствами;
- приймати рішення у складних ситуаціях, що швидко змінюються, чітко, дохідливо формулювати свої думки.

Менеджер обирає лише правильний варіант рішення. Його діяльність – це найвищий творчий акт.

Менеджер повинен володіти високою психологічною культурою, яка є невід'ємною частиною загальної культури людини.

Психологічна культура включає три необхідні елементи:

1. Пізнання себе й іншої людини.
2. Уміння спілкуватися з людьми.

3. Регулювати свою поведінку.

Досліджуючи політичні, соціальні, економічні та психологічні сили, які діють у розвинутих країнах, вивчаючи вплив цих сил на тих, хто посідає управлінські посади, можна зробити корисні узагальнення про міцність змісту роботи керівника. Ці узагальнення дають змогу передбачити ті здібності та вміння, які вимагаються від умілого менеджера у теперішній час і в майбутньому.

Успішність менеджера залежить від рівня управлінської майстерності, досвіду.

Управлінську майстерність визначають:

- 1) здатність менеджера розуміти загальну перспективу організації;
- 2) уміння обирати найкращий варіант управлінського рішення;
- 3) уміння правильно розподіляти роботу та завдання, вибирати оптимальну техніку та засоби, передбачувати розвиток ситуації;
- 4) спроможність виконувати організаційні обов'язки, ефективно діяти в межах виділеного бюджету, компетентно виконувати завдання;
- 5) здатність безконфліктно взаємодіяти з людьми;
- 6) логічно і доступно давати розпорядження, координувати інформаційні потоки.

З узагальнень практики можна виокремити **одинадцять найважливіших якостей менеджера**, які впливають на управлінську діяльність:

1. Здатність ефективно управляти собою та своїм часом.
2. Здатність усвідомлювати свої особисті цінності.
3. Визначення цілей роботи, що виконується, і своїх власних цілей.
4. Постійне особисте зростання і розвиток.
5. Здатність швидко та ефективно вирішувати проблеми.
6. Винахідливість та здатність гнучко реагувати на зміни ситуації.
7. Впливовість на оточення, без застосування прямих наказів.
8. Використання нових сучасних управлінських методів.
9. Уміле використання людських ресурсів.
10. Уміння допомогти іншим у швидкому вивченні нових методів та оволодінні практичними навичками роботи.
11. Уміння створювати та удосконалювати групи, які здатні ставати винахідливими і результативними у роботі.

Це узагальнені здібності та якості, якими повинен володіти менеджер. Але якщо детально розглядати це питання, то якості та риси керівника, який досягає успіху, можна поділити на психологічні, інтелектуальні, професійні, соціальні.

Психологічні риси керівника:

1. Прагнення до лідерства, здатність до керівництва.
2. Сильні волеволі якості.
3. Готовність до розумного ризику.

4. Прагнення успіху, честолюбство.
5. Здатність брати на себе відповідальність в екстремальних ситуаціях.
6. Самодостатність особистості.
7. Комбінаторно-прогностичний тип мислення (варіативність, темп, гнучкість, інтуїтивність, логічність, прогнозування).
8. Уміння протистояти стресу.
9. Адаптивність, тобто швидка пристосовуваність до нових умов.

Інтелектуальні риси керівника:

1. Прагнення до постійного самовдосконалення.
2. Схильність до сприйняття нових ідей та досягнень, здатність від-різнити їх від ілюзорних.
3. Панорамність мислення (системність, широта, комплексність), а також професійна предметність (знання деталей та тонкощів управління).
4. Мистецтво швидко опрацьовувати, ранжувати інформацію і на цій основі приймати рішення.
5. Здатність до самоаналізу.
6. Уміння розуміти, приймати та використовувати з користю для справи думки, протилежні власним.
7. Психологічна освіта.

Професійні риси керівника:

1. Уміння ефективно використовувати кращі досягнення науково-технічного прогресу, інформаційних технологій.
2. Глибокі знання особливостей функціонування ринкової економіки.
3. Схильність та здатність віднаходити резерви людського чинника в підприємстві.
4. Уміння заохочувати персонал за добру роботу і справедливо критикувати (але не публічно!).
5. Мистецтво приймати нестандартні управлінські рішення за тих умов, коли альтернативні варіанти дій, інформація та цілі не чіткі або сумнівні.
6. Уміння ефективно та раціонально розподіляти завдання і відводити на них оптимальний час.
7. Діловитість, постійний вияв ініціативи, підприємливість.

Соціальні риси керівника:

1. Уміння враховувати політичні наслідки рішень.
2. Схильність керуватися принципами соціальної справедливості.
3. Уміння встановлювати та підтримувати систему стосунків із рівними собі людьми.
4. Тактовність та ввічливість, переважання демократичності в стосунках із людьми.
5. Уміння залишатися цілим між «молотом» і «ковадлом» (тиском згори та опором знизу).

6. Уміння брати на себе відповідальність.
7. Беззастережне виконання правил, які схвалені організацією.
8. Уміння заохочувати персонал до відвертості і групових дискусій.

Щоб неуспішно чи неефективно керувати, інколи достатньо однієї або декількох рис чи вад керівника. І тому цей період керівництва стане значно коротшим, через такі вади:

1. Манія величч, ілюзорна віра у свою непогрішність, у те, що ти маєш виключне право розпоряджатися долями інших людей.

2. Надмірна підозрілість, хибна переконаність у тому, що коли ти шахрай, то всі навкруги схожі на тебе.

3. Амбітність і, виходячи з цього, зверхність, непривабливість у стосунках з оточенням.

4. Незнання потреб та інтересів своїх підлеглих.

5. Невміння стимулювати за добру працю і карати за недобросовісну.

6. Невміння або небажання бути відвертим та привітним із своїми підлеглими.

7. Невіра в здібності своїх підлеглих.

8. Безпосереднє керування роботою, замість того, щоб правильно розподілити її між підлеглими.

9. Тримання всіх гілок управління в одних руках, прийняття рішень за підлеглих і тим самим відсутність стимулювання їхньої ініціативи.

10. Невіра у професійні якості своїх підлеглих, виконання за них відповідальної роботи.

11. Виконання передусім знайомої і приємної роботи.

12. Невміння розподіляти стратегію та тактику діяльності, планувати роботу і передбачати наслідки.

Дуже важливим для керівника в управлінській діяльності є те, щоб він у своїй фірмі був лідером.

Лідери – це люди, які роблять правильні речі. Керівники ж роблять речі правильно.

Різниця між цими поняттями суттєва. Коли ви думаєте про правильні речі, ви думаєте про майбутнє, про стратегічність мети, можете навіть помріяти. Але коли ви обмірковуєте, як зробити те чи інше правильно, ви думаєте про контроль. Ви думаєте, як це зробити. Лідери не обтяжуються такими питаннями, як: що? і навіщо?

Характер лідера складається з:

Лідер = компетентність + амбіційність + цілісність

Лідера визначають п'ять характеристик:

1. Бізнес-освіченість.
2. Концептуальні здібності (творчий, винахідливий інтелект).

3. Попередній досвід.
 4. Якість судження (прийняття швидких та правильних рішень за недостатньої інформації).
 5. Уміння працювати з людьми (зацікавити їх, повести за собою і дати нагоду їм розкритися; мужність підібрати людей, які не «піддакують», а висловлюють за потреби власну, нехай навіть протилежну думку).
- Портрет лідера зображено на рисунку 2.

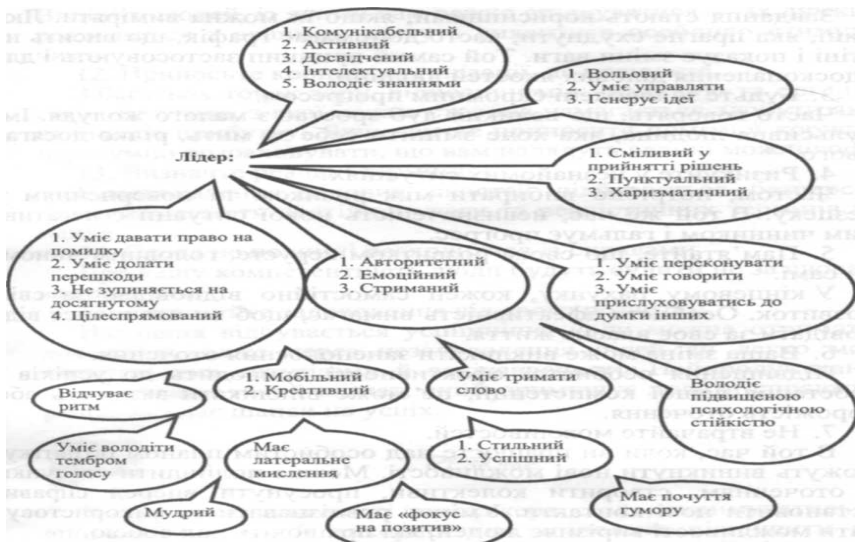


Рис. 2. Портрет лідера

Головним покликанням лідерів у третьому тисячолітті буде вивільнення інтелектуальної енергії своїх співробітників. Лідери повинні створити у своїх організаціях таку атмосферу, щоб люди фонтанували в ній ідеями, інноваціями, цікавими теоріями. Якщо раніше чітко налагоджену організаційну структуру часто порівнювали із симфонічним оркестром, який скоряється кожному помаху руки талановитого диригента, то сьогодні доцільніше співставлення з джаз-бендом. Чим більше імпровізацій, тим краще.

Професор Беніс дає короткий курс порад, як стати справжнім лідером:

- будьте самим собою;
- визначте, що вам краще за все вдається;

- оточіть себе професіоналами і поведіться з ними так, як би воліли, щоб поводитись з вами;
- будьте не диктатором, а диригентом;
- визначтесь з однією–двома головними цілями;
- порадьтеся із співробітниками, як краще досягти наміченого;
- похваліть їх за це.

Щоб виховати у собі риси та якості, які впливають на ефективність управлінської роботи, менеджеру постійно і систематично потрібно працювати над собою. Цьому сприятиме розробка **особистого плану розвитку**.

Він має мобілізувати всі ваші здібності і вимагати від вас повної віддачі.

Деякі основних правил, перевірених на практиці, допоможуть вам у розробленні такого плану:

1. Поставте перед собою чітке завдання. Люди іноді зазнають невдачі, тому що слабо уявляють собі свою мету.

2. Завдання стають кориснішими, якщо їх можна виміряти. Людині, яка прагне схуднути, часто допомагає графік, що висить на стіні і показує зміни ваги. Той самий принцип застосовують і для удосконалення ділових якостей людини.

3. Будьте задоволені скромним прогресом.

Часто говорять, що великий дуб зростає з малого жолудя. Імпульсивна людина, яка хоче змінити себе за мить, рідко досягає цього.

4. Ризикуйте у незнайомих ситуаціях.

Часом потрібно вибирати між ризиком та поверненням у безпеку. Водночас, невизначеність нової ситуації є негативним чинником і гальмує прогрес.

5. Пам'ятайте, що своїм розвитком керуєте, головним чином, ви самі.

У кінцевому рахунку, кожен самостійно відповідає за свій розвиток. Особиста ефективність вимагає, щоб ви навчилися відповідати за своє власне життя.

6. Ваша зміна може викликати занепокоєння оточення. Підвищення особистої ефективності приводить до успіхів і зростання вашої компетенції, це може викликати заздрість або ворожість оточення.

7. Не втрачайте можливостей.

У той час, коли ви працюєте над особистим планом розвитку, можуть виникнути нові можливості. Можна поліпшити стосунки з оточенням, створити колективи, просунути вперед справи, встановити нові контакти. Уміння розпізнавати та використовувати можливості вирізняє людей, які працюють над собою.

8. Будьте готові вчитися в інших.

В оточення можна багато чому навчитися. Їхній підхід, ставлення до роботи, навички заслуговують уваги, щоб довідатися про причини їхніх успіхів або невдач.

9. Вчіться на своїх невдачах та помилках.

Якщо ви помиляєтесь в чомусь, будьте готові визнати це. Розглядайте свої невдачі та помилки як зворотній зв'язок із практикою, вчіться на них.

10. Розберіться у політиці вашого підприємства.

У діяльності кожної організації є політичні аспекти, тому потрібно вміти передбачити наслідки цього.

11. Беріть участь у відвертих дискусіях про свої погляди та принципи.

Сталі погляди, переконання та забобони можна змінити, якщо винести їх на відкрите обговорення та відверто проаналізувати.

Виділіть людей, із якими вам важко спілкуватися — їх думки, що розходяться з вашими, можуть виявитися особливо стимулюючими.

12. Приносьте користь організації, де працюєте.

З багатьох точок зору, відносини між людиною та організацією – це угода, з якої кожна сторона намагається здобути якомога більше прибутку. Якщо ви не приносите помітної користі, то нерозумно розраховувати, що вам нададуть великі можливості.

13. Визначте реальні терміни.

Удосконалення ділових якостей відбувається безперервно. Зміни вимагають постійної уваги та реалістичних термінів виконання.

14. Слова не повинні розходитися із справами.

Про вашу компетентність люди будуть судити не за словами, а за справами.

15. Отримуйте задоволення від свого розвитку.

Навчання відбувається успішніше, коли можна отримати задоволення, адже через незадоволення цілей ви легко можете втратити дух ентузіазму й зацікавленості. Найпродуктивніший для навчання такий клімат, який примушує долати справжні перешкоди і дає шанси на успіх.

РЕЗЮМЕ

У структурі діяльності менеджера слід дотримуватись його «професіограми». Її використання дозволить підвищити якість реалізації функцій управління та, відповідно, професіоналізм менеджера.

При цьому слід зважати на найважливіші якості та риси, якими повинен володіти менеджер, щоб досягти успіху, а саме: психологічні, інтелектуальні, професійні, соціальні.

В управлінській діяльності бажано, щоб менеджер був лідером. Адже лідерство – природна, вроджена риса, менеджерство – набута, вихована. Можна бути гарним менеджером, але не вміти вести за собою людей, «запалювати» їх. А лідер може виховати у себе якості та здібності, що мають бути притаманні менеджеру. Ідеальним варіантом для цілей управлінської діяльності є поєднання менеджерських рис та лідерських здібностей.

Завдання для самоконтролю

1. З чого складається традиційна модель вибору професії?
2. Перерахуйте сучасні закономірності ринку праці.
3. Які вікові особливості ієрархії потреб?
4. Назвіть соціальні потреби за Г. Мюрреєм.
5. Яким чином можливо класифікувати потреби за видом діяльності?
6. Перерахуйте показники стійкої трудової мотивації.
7. Яка структура мотивації трудової діяльності?
8. Які основні мотиви трудової діяльності Ви знаєте?
9. Які типи кар'єр Ви знаєте?
10. Від чого залежить кар'єрний ріст спеціаліста?
11. Перерахуйте основні етапи розвитку індивідуальної кар'єри.

ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАЧА

1. Фактори споживацького вибору
2. Типові ефекти споживацької поведінки
3. Моделі вибіркової поведінки споживача
4. Маркетингові дослідження поведінки споживачів

1. Фактори споживацького вибору

Поведінка споживача – це дії, що здійснює окрема особа, купуючи та використовуючи товар чи послугу; це розумові та соціальні процеси, які передують цим діям або є їхнім наслідком.

Основним елементом споживчої поведінки в контексті маркетингу є процес прийняття споживачем рішення щодо купівлі.

У будь-який момент життя людина відчуває безліч потреб. Деякі з них мають біогенну природу, виникають під час певного фізіологічного стану організму – голоду, спраги, дискомфорту. Інші мають психогенну природу і є результатом таких станів психологічного напруження, як потреба людини у визнанні, пошані або духовній близькості. Багато потреб не вимагають негайного задоволення. Потреба стає мотивом тоді, коли вона примушує людину діяти, а її задоволення знижує психологічну напругу.

Поведінка споживача не підлягає простим закономірностям максимізації вигоди, раціональних оцінок, розрахунків і вибору. Крім функціонального попиту, за якого головними стають якості, що властиві самому товару, існує нефункційний попит. Він обумовлений різними психологічними причинами. Престиж і мода, бажання наслідувати або виділитися, надія поліпшити свій образ «Я» за допомогою товару, компенсувати їм недоліки й зм'якшити комплекси неповноцінності – все це перетворює корисність товару, пропускаючи її через призму психологічних факторів.

Поведінка споживача – центральна проблема сучасної західноєвропейської й особливо американської економічної психології, що втілила в собі прогрес маркетингової галузі науки, що йде від Г. Тарда.

У науковій і прикладній літературі представлені різні класифікації факторів, що впливають на ухвалення рішення про покупку, які мають бути враховані в рекламі й продажах. Одна з найбільш поширених класифікацій належить Ж. Ф. Кролару. Автор пропонує опиратися на сукупність потреб, скорочено позначену як SABONE (Securite – безпека, Affection – прихильність, Bien-etre – комфорт, Orgueil – гордість, Economic – економія).

Безпека – це насамперед спокій, що приносить послуга або товар, на які можна покластися. Міцність, надійність, гарантії із приводу часу експлуатації продукту обслуговують цю потребу.

Прихильність – це той зв'язок, що з'єднує нас із певним об'єктом або людьми і який важко пояснити, але найчастіше він є результатом звички. Іноді прихильність проходить, але залишається залежність. Прикладом прихильності може бути вірність торговельній марці.

Комфорт – це та зручність, що здобувається з покупкою товару. Маються на увазі переваги (найчастіше технічні), очікувані від товару: зручний в обігу, легко тримати в порядку й т. ін.

Гордість пов'язана із прагненням споживача якимось виділитися на загальному тлі й чимось відрізнитися від інших. Пропонуючи високоякісні товари, продавці «грають» на тому, що споживач унікальний, єдиний і, купуючи такі товари, він наближається до певного рівня життя, одержує можливість продемонструвати іншим придбані речі й викликати зворушення. Це політика високої ціни.

Новизна завжди залучає людей, вона пов'язана з потребою у змінах, відновленні вже наявних речей і відносин. Прагнення до новизни – це пошук нових відчуттів.

Потреба, пов'язана з економією, повсюдний, однак вона не має тієї рішучої переваги, якого можна було б очікувати. Ціна – часто пусте у порівнянні з послугами, які може робити товар, але вона може бути й рушійною силою продажу, як додаткова гарантія якості.

2. Типові ефекти споживацької поведінки

Звернемося до ефектів, що відображають найбільш типові моделі поведінки, які створюють нефункціональний попит. Вони показують, що реальна поведінка споживача відрізняється від поведінки «економічної людини». У теорії попиту (однієї з фундаментальних концепцій неокласичної політичної економії) зворотна залежність кількості товару, що купується, від його ціни виражається безперервною кривою попиту. На практиці співвідношення ціни й кількості товару, що здобувається, не має безперервного характеру.

Ефект «бендвгон» (bandwagon effect або **ефект загального вагона**, приєднання) полягає в тому, що товар купується не в силу необхідності, а в силу бажання не відстати від інших, бути як усе. Такий ефект свідчить про орієнтацію споживача на певну соціальну норму.

Ефект «сноба» виражає, навпаки, прагнення відрізнятись від інших, вирізнитись з «юрби», тому необхідний товар не здобувається, коли він доступний іншим.

Ефект Веблена властивий показовому демонстративному споживанню (з опорою на думку інших людей). Він пов'язаний із впливом ціни, парадоксально, коли з підвищенням ціни збільшується попит на товар й, навпаки, зниження ціни зменшує кількість покупок. Ефект Веблена реалізує потребу в повазі.

Близький до нього **ефект «ціна-якість»**, що опирається на висновок про те, що більше висока ціна завжди відповідає більше високій якості.

Спрацьовує також **ефект «вірність якості»**, викликаний стійкою схильністю до певної фірми або торговельної марки, що може виступати авторитетом, гарантом під час покупки незнайомих, нових або не властивих цій фірмі товарів.

Своєрідно спрацьовує **механізм тимчасових переваг під час покупки**. Наприклад, було встановлено, що під час покупки електроприладів віддається перевага більш дешевим, але менш економічним товарам. Відповідно до проспекту – теорії ми часто недооцінюємо майбутні витрати.

3. Моделі вибіркової поведінки споживача

Серед спроб описати споживчий вибір найбільш відома і часто змінювана на практиці модель Ф. Котлера. Розгорнута модель купівельної поведінки була запропонована відомим фахівцем у сфері маркетингу Ф. Котлером. Модель побудована в межах класичної концепції біхевіоризму й представлена у вигляді трьох послідовних пов'язаних блоків:

- спонукальні фактори маркетингу та інші подразники;
- «чорний ящик» свідомості покупця;
- відповідна реакція покупця.

Пройшовши через «чорний ящик» свідомості покупця, різноманітні подразники (перший блок) викликають багато доступних спостереженню купівельних реакцій (третій блок). Найбільший інтерес для психологів представляє «чорний ящик» свідомості покупця. Він складається із двох частин, одна з яких містить характеристики покупця, що роблять вплив на сприйняття подразників і реакції на них, друга частина включає ухвалення купівельного рішення.

До характеристик покупця входять фактори різних рівнів, які впливають на зроблені ними покупки. До них відносяться:

1. Фактори культурного порядку: культура (базовий набір цінностей, сприйняття, переваг, манер і вчинків, характерний для його родини й основаних інститутів суспільства); субкультура (культура більш дрібних груп); соціальний статус.

2. Фактори соціального порядку: референтні групи; родина; ролі й статуси.

3. Фактори особистого порядку: вік і етап життєвого циклу родини; рід занять, економічне становище; спосіб життя; тип особистості або уявлення про самого себе.

4. Фактори психологічного порядку: мотивація; сприйняття; засвоєння; переконання.

Ф. Котлер пропонує також схему процесу ухвалення рішення про покупку, яка складається з **п'яти етапів**: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінювання варіантів, рішення про покупку, реакція на покупку.

Процес покупки починається з того, що покупець усвідомлює проблему або нестаток. Він почуває різницю між своїм реальним і бажаним станом. За минулим досвідом людина знає, як упоратися із цим спонуканням, і її мотивація орієнтується у бік класу об'єктів, які здатні задовольнити виникле спонукання.

Мотивований споживач може зайнятися, а може й не зайнятися пошуками додаткової інформації. Якщо спонукання виявляється сильним, а товар здатний його задовольнити, легкодоступний, споживач швидше за все здійснить покупку. Якщо ні, то потреба може відкластися в його пам'яті. При цьому споживач або припиняє пошуки інформації, або намагається пошукати ще трохи, або займається активними пошуками. У пошуках інформації споживач звертається до :

- особисті джерела (родина, друзі, знайомі);
- комерційні джерела (реклама, продавці, дилери, упакування, виставки);
- загальнодоступні джерела (засоби масової інформації) – джерела емпіричного досвіду.

На етапі оцінювання варіантів важливо виділити такі моменти.

По-перше, кожен споживач розглядає товар як певний набір властивостей, але звертає найбільше уваги на ті властивості, які мають відношення до його потреби.

По-друге, споживач схильний надавати різні вагові показники значущості властивостям, які він вважає актуальними для себе.

По-третє, споживач формує в себе набір переконань про марки товарів, який можна назвати образом марки. Далі, кожній властивості споживач приписує функцію корисності. Нарешті, ставлення до марочних альтернатив складається у споживача в результаті виконаного їм оцінювання. Оцінювання варіантів веде до ранжирування об'єктів із безлічі альтернатив вибору. У споживача формується намір зробити покупку найбільш кращого об'єкта. Однак на шляху від наміру до ухвалення рішення у справу можуть постати ще два фактори: 1) ставлення інших людей; 2) непередбачені обставини.

Купивши товар, споживач буде або вдоволений, або невдоволений, що відіб'ється на його наступному поведінці й ставленні до цього товару, марки, фірми.

Більш психологізована поведінкова модель споживчого вибору представлена в огляді М. Фрідмана. Автор розглядає п'ять концептуальних моделей. Всі вони намагаються вичерпно пояснити процес вибору, використовуючи для цього графічні схеми, відбити різні взаємозв'язки ендогенних й екзогенних змінних, що впливають на споживчу поведінку, простежити основні етапи поведінки покупця.

Модель Андресона. Першу поведінкову модель споживчого вибору, розроблену Андресоном, можна назвати моделлю формування віднесення. Ядром моделі є комплекс установок і здатності переробки інформації в окремого споживача. Андресон стверджує, що саме установки споживача на товар найбільшою мірою впливають на його реакції у сфері споживчого вибору. У свою чергу, на ці установки можуть впливати п'ять факторів:

- 1) особистість окремого споживача;
- 2) минулі переживання, пов'язані із задоволенням потреб;
- 3) минулий досвід, що не включає задоволення;
- 4) соціальне сприйняття, тобто сприйняття людиною надій, норм і цінностей значущих для нього інших людей;
- 5) особистісні установки на об'єкти, пов'язані з товаром, що цікавить.

Зміна ставлення до продукту може бути результатом зміни одного або декількох із цих утворюючих факторів. Інформація, одержувана індивідом з різних джерел, піддається «процесу фільтрації», після якого вона взаємодіє з безліччю явищ (наприклад, переконаннями, емоціями). У результаті формується установка, що впливає на подальшу поведінку.

Можливі три варіанти дій споживача. Споживач може вибрати продукт (купити), продовжити пошук або втриматися від дій. Рішення вибрати товар, як і два інших варіанти, приймається з деяким елементом примусу (дохід, бюджетні пріоритети, технічні можливості, господарська корисність). Обрані альтернативи стримують механізм зворотного зв'язку, що впливає на фільтраційні процеси в майбутньому.

Модель Ф. Нікосія. Однією з відносно компактних моделей споживчої поведінки є модель Ф. Нікосія. З опорою на комп'ютерний каркас у ній зроблено акцент на природі взаємодії купівлі-продажу. Інша перевага моделі полягає у провідній ролі, що відводить фірмі, яка продає. Модель містить чотири основні блоки:

- 1) ланцюг подій, що починається з активації за допомогою маркетингового повідомлення – до формування споживчої установки;
- 2) процеси пошуку й оцінювання;
- 3) акт придбання або покупка;
- 4) процес зворотного зв'язку.

Перший блок поділяється на дві частини: елементи маркетингу фірми, що впливають на установки споживача, і психологічні атрибути

(особливо переконання), що впливають на сприйняття споживачем маркетингових повідомлень фірми. Установка споживача відносно продукції фірми є результатом дії цього блоку.

Другий блок містить процеси пошуку відповідної інформації для оцінювання продукції фірми в порівнянні з іншими альтернативами й покупки. Результат цих процесів – наявність або відсутність мотивації до придбання товару цієї фірми.

У випадку виникнення мотивації до покупки здійснюється акт придбання (третій блок).

Четвертий блок забезпечує після придбання зворотний зв'язок двох типів: зворотний зв'язок з фірмою, що несе інформацію про продаж, і зворотний зв'язок зі споживачем, що породжує переживання, пов'язані з покупкою. Другий тип зв'язку впливає на споживчі упередження в майбутньому.

Модель Дж. Ховарда-Шеса відбиває п'ять стадій у процесі прийняття рішення споживачем: залучення уваги, сприйняття товару, формування настановлення, виникнення наміру, акт придбання. Як вхідні стимули модель розглядає три групи факторів: якісні фізичні характеристики (розмір, форма, якість та інше), символічні стимули (наприклад, назва) і соціальні стимули (соціальний клас тощо).

Далі підключаються перцептивні конструкти, такі як увага й відкритий пошук; вони фільтрують інформацію. Придбані конструкти (мотиви, критерій вибору, установка, сприйняття марки і т. ін.) є ядром цієї моделі й взаємодіють між собою складним чином.

Якщо перцептивні й придбані конструкти розглядаються як внутрішні неспостережувані механізми купівельної поведінки, то фактори виходу, що включають знов-таки увагу, сприйняття, установку, намір і новий конструкт – придбання, засновані вже на безпосередньо спостережних даних. Крім іншого, модель ураховує екзогенні змінні, а саме: стать, особистісні риси, релігійні настанови, фінансове становище і т. ін.

Моделі споживчої виборчої поведінки розрізняються повнотою охоплення компонентів процесу й факторів, що впливають на неї. Незважаючи на спроби авторів моделей вичерпно розглянути все різноманіття явищ, пов'язаних зі споживчим вибором, кожна з них має достатньо зауважень з боку фахівців у галузі психології й економіки.

Проте теоретичне значення розробки моделей споживчого вибору, на наш погляд, полягає в усвідомленні авторами складності й багаторівневості споживчої поведінки, неможливості її однозначного прогнозування. Хоча кожна з моделей спрямована на пошук компонентів і механізмів купівельного вибору з метою оптимального керування їм, завдання залишається поки невирішеним. Моделі, як правило, є громіздкими й малоприматними для прикладних цілей, оскільки споживчий вибір обумовлений багатьма факторами

Що стосується впливу на вибір особистісних особливостей, то до них відносяться, насамперед, мотиваційно-вольові, комунікативні співвідношення раціонального й емоційного у профілі особистості.

У наших дослідженнях було показано, що більше цілеспрямовані виявилися більше обережними в економічній поведінці, менше уваги ними приділяється другорядним ознакам товару, наприклад, упакуванню, і більше змістовним (якість, функціональність).

У більш наполегливих виражена пошукова активність у поведінці споживача, послідовність й уникнення впливу ситуативних авторитетів. Самостійність також пов'язана з активністю в пошуку інформації про товар й оцінку його властивостей.

Що стосується таких якостей, як рішучість і самовладання, то вони виявилися пов'язаними з ризиком, прагненням до новизни, з відсутністю страху купувати нові неапробовані товари.

Вплив соціальних (комунікативних) мотивів також позначається на споживачській поведінці. Так, люди з більш високим рівнем емпатії (співпереживання, співучасті, мотиву й уміння поставити себе на місце іншого) більше тривожаться із приводу правильності вибору товару. Це пов'язано з тим, що в ситуації покупки емпатійні люди більшою мірою піддані впливу емоційного контексту спілкування. Раціональне ж оцінювання товару часто відбувається вже після здійснення ними покупки.

Люди з яскраво вираженою афіліативною потребою (прагненням до встановлення емоційних контактів), тобто ті, хто постійно мають потребу в приєднанні, схваленні, підтримці, більшою мірою під час вибору товару опираються на інформацію, отриману з реклами. Чим більше виражена потреба у приєднанні, тим частіше під час покупки людина прислухається до думок інших людей, менше приділяє увагу об'єктивним якостям товару, оскільки в ситуації покупки для нього важливі добрі відносини з партнером по спілкуванню – продавцем.

Чутливість до відкидання іншими так само, як й емпатія, негативно пов'язана зі старанністю вивчення характеристик товару. Людина, яка більшою мірою переживає осуд іншими, буде скоріше відчувати провину, проявляючи скрупульозність, старанність завзятість і недовіру. Чим довше й уважніше така людина в магазині вивчає характеристики товару, тим сильніше в неї негативні емоції, пов'язані з страхом, що про неї погано подумают. Факт перебільшення соціального контексту покупки, її чутливості до заперечення людьми проявляється й у властивому їм занепокоєнні про правильність вибору товару. Таким чином, залучені у спілкування із приводу покупки частіше роблять нераціональний вибір.

4. Маркетингові дослідження поведінки споживачів

Крім досліджень загального стану ринку, його тенденцій, формування на цій основі сценарію майбутнього, важливе значення має дослідження таких ключових суб'єктів ринку, як споживачі. При цьому увага акцентується на кінцевих споживачах – домашніх господарствах. Промисловий маркетинг у цьому плані дещо простіший – склад споживачів досить чітко окреслений, споживацькі переваги більш стійкі, нюансів поведінки у різних представників цієї групи споживачів менше.

До основних методів маркетингових досліджень індивідуальних споживачів відносять такі:

1. Спостереження за поведінкою споживачів. Цей метод отримання інформації щодо споживачів передбачає знаходження дослідника в їх середовищі, спостереження за тим, як приймаються споживачами рішення, які оцінки при цьому висловлюються. Так, відкриття нового магазину – це завжди певний ризик, це, як правило, певна напруга для власників та менеджерів – як сприйматимуть споживачі новий магазин, наскільки він задовольнить їх, наскільки він виявиться зручним для споживачів, чи будуть вони задоволені асортиментом, обслуговуванням, цінами тощо. Уважний спостерігач може виявити чимало цікавого та корисного щодо особливостей споживацького сприйняття цього магазину. Таким спостерігачем може бути й кваліфікований продавець.

2. Проведення фокус-групи. Фокус-група – це група споживачів певного товару. З нею працює спеціаліст-маркетолог, який за допомогою проведення бесіди з членами групи намагається з'ясувати їх думку про товари – функціональні якості, їх пріоритетність, дизайн, способи та умови реалізації, про те, як проводяться порівняння споживачами конкуруючих товарів. Наприклад, фірма, яка продає риболовецьке знаряддя, може організувати фокус-групу за допомогою якоїсь організації, що об'єднує шанувальників рибної ловлі. Маркетинговий успіх використання методу фокус-групи залежить від того, як підібрано склад групи, наскільки вмілим є її керівник.

3. Збирання даних про споживачів. Найбільш корисними результатами в цьому плані можуть бути такі. По-перше, отримання фактичних цифрових даних про покупки, здійснені споживачами. По-друге, важливе значення має формування узагальненого портрета споживача – вік, стать, рід діяльності, регулярність покупок, звички, освіта та ін. Ця інформація допомагає у правильній побудові комунікацій (зміст та форма звернення, вибір каналу комунікації), у проведенні моніторингу товарної політики компанії (оцінка споживачами пріоритетності властивостей товару, дизайну та інших компонентів). По-третє, збирання даних про споживачів може бути важливим для активізації просування товарів через звернення безпосередньо до споживача.

Якісні маркетингові дослідження – збирання та інтерпретація розгорнутої інформації про поведінку споживачів щодо купівлі товарів.

Такі дослідження передбачають збір, аналіз і тлумачення даних про споживчу поведінку. Якісні дослідження мають нестандартизований пошуковий характер, ґрунтуються на розумінні, поясненні та інтерпретації емпіричного матеріалу.

За допомогою якісних маркетингових досліджень можна детально вивчити мотиви, думки, погляди споживачів щодо придбання тих чи тих товарів, зрозуміти їхню поведінку, установки під час купівлі, дізнатися про цінності та уявлення, очікування від куплених товарів та ін. Результати якісних досліджень містять думки, міркування, описи, асоціації, обґрунтування, аргументи, а також припущення, ідеї, пропозиції тощо. У деяких випадках якісні дані можуть бути перетворені в кількісні, але це передбачає застосування спеціальних процедур.

Якісні маркетингові дослідження зазвичай мають суб'єктивний характер, оскільки ґрунтуються на інтерпретації зібраної інформації інтерв'юером-аналітиком, а отримані в результаті їх проведення дані здебільшого не можна переносити на широкий загал, оскільки вибірка є малою. З огляду на це дані досліджень не можна вважати остаточними і на їх основі робити висновки. Слід чітко розуміти різницю між тим, що сказав респондент, і тим, що він мав на увазі. Основною перевагою якісних маркетингових досліджень є вільне висловлювання респондентів, що дає змогу розкрити їхні внутрішні уявлення, переживання, думки, погляди, визначити цінності, мотиви, потреби.

Основними напрямками якісних маркетингових досліджень поведінки споживачів є дослідження мотивації, уявлень та сприйняття, продукту, реклами і сегментація цільової аудиторії.

Якісні маркетингові дослідження покликані розв'язати такі завдання:

- виявлення особливостей і моделей поведінки споживачів;
- вивчення мотивації споживчої поведінки;
- визначення ставлення споживачів до товару чи торгової марки;
- виявлення неусвідомлених потреб і бажань споживачів;
- визначення суб'єктивних уявлень споживачів;
- вивчення поглядів, думок, цінностей споживачів;
- отримання ідей щодо просування товару на ринку;
- тестування нових товарів, рекламних матеріалів та ін.

Процес здійснення якісних досліджень має два основні етапи.

Перший етап передбачає індивідуальні розмови та групові обговорення. Під час розмови дослідник повинен займати нейтральну позицію, йому не слід вступати в дискусію, тиснути своїм авторитетом, пропонувати будь-які рішення.

Групові обговорення не дають можливостей для максимальної повноти висловів кожного респондента, проте можна отримати цікаву інформацію щодо поглядів на товари, послуги, ідеї, які вивчаються. Група також допомагає висловити деякі думки, які респонденти не можуть викласти в індивідуальній розмові. Колективне обговорення, що дає змогу виявити стереотипи, слугує природним доповненням до індивідуальної розмови.

Другий етап якісних досліджень включає екстенсивні розмови або тести. У процесі індивідуальних і групових розмов на першому етапі дослідження виявляють основні напрями поведінки опитуваних споживачів і визначають показники, які мають сприяти точнішій орієнтації у процесі вивчення споживчої поведінки. У подальших дослідженнях контролюють придатність отриманих раніше результатів на основі опитування більшої кількості людей відповідно до основних ідей, виявлених на першому етапі.

Завдання для самоконтролю

1. Яким психологічним закономірностям підкорюється поведінка споживача?
2. Які потреби впливають на рішення про покупку?
3. Перерахуйте типові ефекти споживацької поведінки.
4. Поясніть модель споживацької поведінки Ф. Котлера.
5. Перерахуйте етапи ухвалення рішення за Ф. Котлером.
6. Які чинники визначають характеристики покупця?
7. Прокоментуйте модель формування віднесення Андресона.
8. У чому полягає сутність моделі споживацької поведінки Нікосія?
9. Перерахуйте п'ять стадій процесу прийняття рішення споживачем за моделлю Ховарда-Шеса.
10. Яким чином впливає тип особистості на споживчий вибір?

ФАКТОРИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА СУБ'ЄКТІВ ФОНДОВОГО ТА ФІНАНСОВОГО РИНКІВ

1. Психологічні дослідження цікавості до фінансових ринків
2. Психологія поведінки платників податків
3. Загальні психологічні закономірності поведінки на біржі
4. Психологічний портрет брокера валютної біржі

1. Психологічні дослідження цікавості до фінансових ринків

Фінанси як сукупність всіх коштів, що перебувають у розпорядженні держави, банків, підприємств, а також система їхнього формування, розподілу й використання являють собою концентроване вираження сучасної економіки.

Функціонування ринкової економіки ґрунтується на функціонуванні різноманітних ринків, які можна згрупувати в два основні класи: ринки виробленої продукції (товарів та послуг) та ринки трудових і фінансових ресурсів. На ринку фінансових ресурсів зустрічаються такі, в яких у процесі господарювання виникає потреба в коштах для розширення їх діяльності, а також такі, у яких накопичуються заощадження, що можуть бути використані для інвестицій. Саме на ринку фінансових ресурсів, або фінансовому ринку, відбувається перелив коштів, при якому вони переміщуються від тих, хто має їх надлишок, до тих, хто потребує інвестицій. При цьому, як правило, кошти спрямовуються від тих, хто не може їх ефективно використати, до тих, хто використовує їх продуктивно. Це сприяє не тільки підвищенню продуктивності та ефективності економіки в цілому, а й поліпшенню економічного добробуту кожного члена суспільства.

На фінансовому ринку ті, що мають вільні фінансові ресурси, передають їх на різних умовах іншим учасникам ринку, які опосередковано через суб'єктів ринку або безпосередньо використовують залучені ресурси для фінансування різних галузей економіки, забезпечення потреб населення та потреб державного бюджету. Фінансові ресурси надаються на умовах позики або на умовах співвласності, коли інвестор набуває прав власності на придбані за інвестовані кошти матеріальні чи нематеріальні активи.

Позика оформляється різними видами боргових цінних паперів, банківського, комерційного чи державного кредиту. Платою за використання позикового капіталу є процент, який залежить від структури попиту та пропозиції на позиковий капітал і може коригуватись у той чи

інший бік, забезпечуючи інвестору вищий або нижчий рівень прибутку. З одного боку, рівень процентної ставки має бути нижчим від ставки прибутку від використання залучених ресурсів, щоб позичальник мав змогу погасити позику та забезпечити зростання власного капіталу. З другого боку, процентна ставка має забезпечити інвестору прибуток від падання коштів у позику, а також компенсувати втрати від знецінення ресурсів внаслідок інфляції та ризиків від здійснення конкретних інвестицій. Реальна ставка прибутку па позиковий капітал відповідає середнім темпам зростання економіки з поправкою на ризик здійснення конкретних інвестицій. Чим ефективніше функціонує ринок позикового капіталу, тим більшою мірою процентна ставка на позиковий капітал відповідає ризику інвестицій і ефективності конкретної галузі економіки та економіки в цілому.

Передача в користування фінансових ресурсів на фінансовому ринку оформляється тим чи іншим фінансовим інструментом. Якщо ресурси передаються на умовах позики, це оформляється відповідними інструментами позики – борговими цінними паперами (облігаціями, векселями, ощадними сертифікатами тощо) або різними видами кредитних інструментів. Якщо інвестор вкладає кошти в акціонерний капітал, така операція оформляється інструментами власності – акціями. Платою за надані в позику ресурси є процент, а при безстроковому інвестуванні коштів в акціонерний капітал – прибуток у вигляді дивідендів і капіталізований прибуток, що спрямовується на збільшення власного капіталу корпорації.

Оскільки передача в користування капіталу відбувається через продаж фінансових активів, які відображають права на отримання доходу на вкладений капітал, **фінансовий ринок можна визначити як ринок, на якому випускають, продають і купують фінансові активи.**

Фінансовий ринок являє собою систему економічних та правових відносин, пов'язаних із купівлею-продажем або випуском та обігом фінансових активів. Суб'єктами цих відносин є держава, а також ті, хто бажає передати в користування вільні фінансові ресурси, ті, які потребують інвестицій, та фінансові посередники, які на стабільній, впорядкованій основі забезпечують перерозподіл фінансових ресурсів серед учасників ринку.

Осіб, які інвестують кошти в діяльність інших суб'єктів ринку, купуючи певні фінансові активи, називають інвесторами та власниками фінансових активів – акцій, облігацій, депозитів тощо. Тих, хто залучає вільні фінансові ресурси через випуск та продаж інвесторам фінансових активів, називають емітентами таких активів. Кожен фінансовий актив є активом інвестора – власника активу та зобов'язанням того, хто емітував цей актив.

Фінансові ринки виконують певні важливі функції:

1. Забезпечують таку взаємодію покупців та продавців фінансових активів, у результаті якої встановлюються ціни на фінансові активи, що зрівноважують попит і пропозицію на них.

2. Фінансові ринки запроваджують механізм викупу в інвесторів належних їм фінансових активів і тим самим підвищують ліквідність цих активів.

3. Фінансові ринки сприяють знаходженню для кожного з кредиторів (позичальників) контрагента угоди, а також суттєво зменшують витрати на проведення операцій та інформаційні витрати.

Фінансові посередники, здійснюючи великі обсяги операцій з інвестування та залучення коштів, зменшують для учасників ринку витрати і відповідні ризики від проведення операцій із фінансовими активами. Як на ринку акцій та облігацій, так і на кредитному ринку саме посередники відіграють вирішальну роль у переміщенні капіталів. Особливо помітна ця роль при фінансуванні посередниками корпорацій, що мають не найвищий кредитний рейтинг і кількість яких є значною в усіх країнах світу. Фінансові посередники зменшують витрати через здійснення економії на масштабі операцій і вдосконалення процедур оцінювання цінних паперів, емітентів та позичальників на кредитному ринку.

У країнах з розвинутою ринковою економікою функціонують високоефективні фінансові ринки, які забезпечують механізм перерозподілу фінансових ресурсів серед учасників ринку і сприяють ефективному розміщенню заощаджень серед галузей економіки.

На фінансовому ринку постійно відбуваються процеси акумуляції, розподілу та перерозподілу вільних фінансових ресурсів серед галузей економіки. Передача фінансових ресурсів від одних суб'єктів ринку до інших відбувається через різні фінансові інструменти, які для інвесторів є фінансовими активами, а для тих, хто потребує інвестицій і виступає емітентом фінансових активів, є зобов'язаннями.

На фінансовому ринку здійснюється як пряме, так і непряме фінансування, яке передбачає участь фінансових посередників у процесах переміщення капіталів від одних учасників ринку до інших. При прямому фінансуванні інвестори беруть на себе істотну частину ризиків і зазнають значних витрат з оцінювання фінансових активів та їх емітентів. При непрямому фінансуванні визначальну роль в інвестиційному процесі відіграють фінансові посередники, які забезпечують переміщення коштів від кредиторів до позичальників та зменшують ризики і витрати, пов'язані з інвестуванням коштів. Саме непряме фінансування відіграє провідну роль на ринку запозичень, оскільки основним джерелом ресурсів для корпорацій та багатьох інших учасників ринку виступають кредитні ресурси, які надаються фінансовими посередниками – комерційними банками, а не інвесторами.

Структура фінансового ринку. Основними суб'єктами ринку є інститути позафінансової сфери, держава, населення, професійні учасники ринку – фінансові інститути та інститути інфраструктури, а також іноземні учасники ринку.

Інститути позафінансової сфери – це юридичні особи, резиденти певної держави, які здійснюють виробництво різноманітних товарів та надають послуги, виключаючи фінансові. До інститутів позафінансової сфери належать промислові та сільськогосподарські підприємства, корпорації, установи, організації тощо. Разом з іноземними учасниками ринку вони або виступають інвесторами, або емітують і розміщують на ринку власні фінансові активи.

Основним джерелом фінансування для нефінансових інститутів, зокрема корпорацій, є банківські кредити, інші види позичок, облігації та акції. Акції є важливим, але не основним джерелом фінансових ресурсів підприємницьких структур, якщо мати на увазі первинний ринок, на якому і відбувається залучення вільних фінансових ресурсів корпораціями.

Основою формування корпоративних ресурсів є фінансування за рахунок кредитів, яке належить до непрямого фінансування.

Корпорації з високим кредитним рейтингом залучають кошти як на внутрішньому, так і на зовнішньому фінансових ринках, надаючи перевагу ринку, де вартість капіталу менша. Вітчизняні підприємницькі структури мають обмежені можливості щодо залучення коштів на міжнародному ринку. На національному ринку вони виступають переважно як позичальники на кредитному ринку, а також емітенти акцій та векселів, не використовуючи з об'єктивних причин таке потужне джерело фінансування, як корпоративні облігації.

Населення виконує на ринку роль інвестора, придбаваючи ті чи інші цінні папери або запозичуючи кошти на кредитному ринку. У країнах з розвинутою ринковою економікою до 70 % населення вкладає кошти в різноманітні фінансові активи. Значна частина населення отримує довгострокові кредити на придбання житла та на інші цілі. В Україні тільки незначна частина населення провадить інвестуванням у цінні папери. Практично відсутнє також довгострокове кредитування населення банківськими установами, що є ознакою перехідного періоду з нестабільним та нерозвиненим фінансовим ринком.

Представниками фінансових інститутів, без яких неможливе функціонування фінансового ринку, є комерційні банки, кредитні спілки, інвестиційні банківські фірми, пенсійні фонди, страхові та інвестиційні компанії тощо. Основними видами діяльності фінансових інститутів на ринку є:

- придбання на ринку одних фінансових активів і перетворення їх на інші, які задовольняють певним вимогам (трансформація активів);
- торгівля фінансовими активами за свій рахунок;

- купівля-продаж фінансових активів від імені клієнтів;
- допомога у створенні й розміщенні на ринку нових фінансових активів;
- консультації учасникам ринку щодо інвестування;
- управління активами інших учасників ринку.

Фінансові інститути поділяють на дві основні категорії – депозитні та недепозитні. До депозитних інститутів належать комерційні банки, ощадні банки, ощадні та кредитні асоціації, кредитні спілки. (Джерела фінансових ресурсів та активи депозитних та недепозитних інститутів наведено в табл. 7).

Таблиця 7

Джерела фінансових ресурсів та активи фінансових інститутів

Фінансові інститути	Джерела фінансових ресурсів	Активи
Депозитні інститути		
Комерційні банки	Депозити	Кредити, цінні папери
Ощадні банки	Депозити	Заставні
Ощадні та кредитні асоціації	Депозити	Заставні
Кредитні спілки	Депозити	Споживчі кредити
Недепозитні інститути		
Страхові компанії	Страхові внески	Цінні папери
Інвестиційні компанії	Акції, інвестиційні сертифікати	Цінні папери
Пенсійні фонди	Внески учасників	Цінні папери

Основною функцією депозитних інститутів на ринку є залучення коштів у вигляді депозитів та надання позичок.

Комерційні банки здійснюють кредитування суб'єктів господарської діяльності та громадян за рахунок залучення коштів підприємств, установ, організацій, населення та інших кредитних ресурсів. Основними операціями комерційних банків, крім залучення і розміщення грошових вкладів та кредитів, є розрахункове й касове обслуговування клієнтів, операції з цінними паперами, довірчі операції, видача поручительств, гарантій та інших зобов'язань, надання консультаційних послуг тощо.

Комерційні банки є основними постачальниками кредитних ресурсів на ринку і відіграють вирішальну роль у фінансуванні корпорацій, залученні та розміщенні фінансових ресурсів серед галузей економіки. Залежно від специфіки державного регулювання конкретного національного ринку комерційні банки виконують для учасників ринку ширше чи вужче коло операцій з фінансовими активами.

Ощадні банки та ощадні і кредитні асоціації є фінансовими інститутами, які залучають кошти інвесторів у вигляді депозитів і надають позики під заставу нерухомості. Основним видом діяльності таких інсти-

тутів є фінансування купівлі нерухомості. Позики ощадних інститутів переважно мають довгостроковий характер.

Кредитні спілки є найменшими за обсягом активів та наймолодшими серед депозитних фінансових інститутів. Учасниками кредитних спілок є фізичні особи, об'єднані за якоюсь ознакою: спільним місцем роботи, участю в одній професійній спілці чи одній релігійній організації. Головна мета кредитних спілок – фінансовий та соціальний захист їх членів через залучення особистих заощаджень членів спілки для взаємного кредитування.

До недепозитних інститутів належать інвестиційні компанії, пенсійні фонди та страхові компанії.

Пенсійні фонди забезпечують працівників доходом після виходу на пенсію у формі періодичних виплат. Засновниками пенсійного фонду виступають корпорації, приватні фірми, установи, спілки, фізичні особи. Кошти залучаються до фонду через надходження періодичних внесків як роботодавців, так і працівників. До 90 % активів пенсійних фондів становлять акції та цінні папери з фіксованим доходом, що обумовлюється специфікою діяльності фондів, а саме необхідністю здійснювати періодичні виплати пенсіонерам протягом тривалого періоду. Найбільша частка в активах пенсійних фондів належить корпоративним цінним паперам – акціям та облігаціям. Частина пенсійних фондів, як й інвестиційні компанії, наймають фінансових посередників для забезпечення професійного управління активами.

Страхові компанії є фінансовими посередниками, що здійснюють виплати своїм клієнтам у разі настання певних подій, обумовлених у страховому полісі. Власники полісів сплачують страховій компанії премії в обмін на зобов'язання сплатити обумовлені суми в майбутньому у випадку настанні певних подій. Страхова премія є платою за страхування, яку власник поліса вносить страховій компанії згідно з договором страхування. Укладаючи договори страхування, страхові компанії беруть на себе ризики власників полісів, а отримуючи страхові внески, отримують плату за прийняті на себе ризики. Страхові внески використовують для придбання облігацій, акцій, заставних та інших цінних паперів.

Інвестиційні компанії є інститутами спільного інвестування, які залучають кошти інвесторів ікладають їх у диверсифікований портфель цінних паперів. Фінансові ресурси інвестиційні компанії формують за рахунок розміщення на ринку власних акцій та інвестиційних сертифікатів, активи – за рахунок придбання пайових та боргових цінних паперів інших емітентів. Інвестиційні компанії вкладають кошти в цінні папери великої кількості емітентів для того, щоб у межах обраної стратегії максимально диверсифікувати портфель і зменшити ризики інвестування.

Виконуючи на ринку різні функції та формуючи ресурси за рахунок різних джерел, недепозитні інститути мають спільну рису. Всі вони вкладають кошти інвесторів у портфель цінних паперів і виступають на ринку інституційними інвесторами.

Крім фінансових інститутів, які забезпечують ефективне розміщення капіталів серед галузей економіки, значну роль на фінансовому ринку відіграють інститути інфраструктури – біржі та позабіржові системи, клірингові центри, інформаційні, рейтингові агентства тощо. Саме вони забезпечують стабільне функціонування ринку, купівлю-продаж фінансових активів на постійній та впорядкованій основі, контроль за якістю фінансових активів, що перебувають у обігу на ринку.

Держава виступає на фінансовому ринку позичальником, регулярно розміщуючи на зовнішньому та внутрішньому ринках свої боргові зобов'язання, а також виконує специфічну і дуже важливу функцію – регулювання фінансового ринку. Іноді держава виступає як інвестор, здійснюючи фінансову підтримку тих чи інших суб'єктів господарювання.

Державне регулювання фінансового ринку полягає у здійсненні державою комплексних заходів щодо упорядкування, контролю, нагляду за ринком та запобіганні зловживанням і порушенням у цій сфері. Державне регулювання здійснюється з метою:

- створення умов для ефективної мобілізації та розміщення на ринку вільних фінансових ресурсів;
- захисту прав інвесторів та інших учасників фінансового ринку;
- контролю за прозорістю та відкритістю ринку;
- дотримання учасниками ринку вимог актів законодавства;
- запобігання монополізації та сприяння розвитку добросовісної конкуренції на фінансовому ринку.

За допомогою законів та нормативних актів держава впливає на поведінку учасників ринку і певною мірою спрямовує розвиток ринку в заданому напрямі. До основних напрямів державного регулювання фінансового ринку належить регулювання:

- 1) процедур випуску та обігу фінансових активів;
- 2) різних видів фінансової діяльності, таких як торгівля фінансовими активами, валютними цінностями, надання кредитних, страхових послуг, емісійна діяльність тощо;
- 3) діяльності конкретних фінансових інститутів (комерційних банків, страхових, інвестиційних компаній, пенсійних фондів та інших посередників);
- 4) діяльності іноземних учасників ринку.

Усі учасники ринку беруть участь у створенні інформаційного забезпечення ринку. Суттєва роль у цьому процесі належить державним органам влади, які формують відповідну законодавчу базу та створюють належні умови для її дійового використання.

З поняттям інформаційного забезпечення ринку тісно пов'язане поняття «прозорості» ринку – чим повнішою і достовірнішою інформацією володіють учасники ринку, тим «прозорішим» є цей ринок. Сьогодні одним із «найпрозоріших» ринків вважають фінансовий ринок США, на якому учасникам ринку доступна така інформація про фінансові активи та їх емітентів, яку в інших країнах не зобов'язують оприлюднювати.

Інтерес психологів до досліджень проблем фінансів підкріплюється практичними потребами, зокрема потребами ринків цінних паперів у прогнозуванні коливань курсів і котирувань. Неефективність економічних концепцій руху цінних паперів на фондових біржах пов'язана з тим, що фондовий ринок являє собою одну з найбільше психологізованих сфер сучасних економічних відносин. Курс цінного папера, крім суто економічних параметрів – величини капіталу фірми, величини номіналу цінного папера, – **містить вагому частку психологічних складових**: довіра до фірми, міру продавця або покупця, мотиви придбання фінансового інструмента, різне сприйняття майбутніх цінових пропорцій і тенденцій на ринку цінних паперів. Американськими вченими були формалізовані деякі психологічні моменти коливань курсів цінних паперів.

Відомі закономірності, пов'язані з впливом дня тижня на зміни курсів цінних паперів. Так, у понеділок у перші 45 хвилин роботи біржі ціни падають. Протягом тижня вони досягають свого максимуму до кінця робочого часу в п'ятницю. Таким чином, підвищення курсів спостерігається напередодні вихідних днів. Той же ефект підвищення можна простежити напередодні свят.

Перераховані календарні ефекти **викликані психологічними причинами**. **Тенденція уникання ризику** змушує біржовиків активізувати свою діяльність перед періодом невизначеності – наприкінці дня, тижня, напередодні свят.

У **грудні** курси нижче середньорічних, а в **січні** – вище. Це пов'язано з тим, що наприкінці року, коли підводять підсумки, менеджери прагнуть упорядкувати свої фінансові портфелі й позбутися від зайвих цінних паперів. Тому загальна тенденція динаміки курсів на біржі наприкінці року проявляється в їхньому зниженні.

Відомий психологічний ефект фондового ринку, названий ефектом **«реверса»**. Його прояв особливо помітно в січні, коли раптом різко починають рости курси малопомітних цінних паперів, випущених маловідомими емітентами. Це пов'язано з тим, що в період первісної емісії курс таких паперів, як правило, недооцінюється (його психологічна складова негативна). Якщо економічний потенціал фірм вище, і на початку року стає відомо про їхнє успішне ведення справ, то попит на цінні папери, що випускають ними, різко зростає, що веде до збільшен-

ня їхніх котирувань. У той же час зворотний рух можуть продемонструвати курси тих паперів, психологічна складова яких була стабільно завищена.

Виділяють два джерела впливу побічної інформації на поведінку біржовиків – засоби масової інформації й активна поведінка інших із продажу або покупки цінних паперів. Біржі миттєво реагують на повідомлення у пресі, що викликають навіть найменші сумніви у справах тієї або іншої фірми або компанії зниженням курсу цінних паперів цієї фірми. Природно, якщо хтось починає активно продавати ці папери, то ініціюється й загальне «скидання» цього папера, а це, у свою чергу, впливає на інші цінні папери, провокує і їхній продаж. Тому мають місце факти маніпулятивного характеру з використанням подібної стратегії з метою зміни ситуації на біржі.

Думка фінансових авторитетів серйозно впливає на рух цінних паперів.

На думку С. В. Малахового, пророкувати коливання курсів можливо з опорою на сегментування ринків за типовими моделями поведінки його учасників. Якщо визначити найбільш характерні поведінкові характеристики брокерів і дилерів, а потім розрахувати питому вагу таких моделей поведінки серед загальної поведінки учасників біржових операцій, то можна скласти імовірнісний прогноз.

Фінанси психологізовані насамперед тому, що діяльність із ними насичена ризиком, невизначеністю. Історія фінансових панік показує, що вони можуть бути причиною реальної фінансової кризи.

Ситуацію **реформування, або ж кризового прояву** можна розглядати як стан тотального (загального) ризику, пов'язаного з масштабними соціальними перетвореннями у процесі переходу суспільства в якісно новий стан. У цій ситуації зростає роль особистості, що може самостійно приймати ризикові рішення, несучи відповідальність і за їхнє здійснення. Ризикують у першу чергу конкретні люди, маси ж найчастіше піддаються епідемії страху або ейфорії надії.

На думку Дж. Катани, економічний спад буває спровокований його очікуванням з боку мас, припущенням, що він може початися, тому що люди починають різко скорочувати витрати й сприяють «відкладанням покупок на потім» різкому росту цін. Інший дисбаланс, пов'язаний з ажіотажним попитом через страх перед інфляцією й вилученням внесків з банків, також перешкоджає нормальному руху фінансових потоків і підсилює або провокує кризу.

Зазначені чинники доводять необхідність урахування фактора ризику та управління ним на макроекономічному рівні. За стабільної економіки можлива регуляція ризику, створення ефективних «портфелів ризику», тобто набору інструментів до набору перестраховувальних рішень

з боку господарюючих суб'єктів, які психологічно виступають гарантом безболісного виходу з конфліктних і кризових ситуацій.

За нестабільної економіки доцільно готувати населення до насичених ризиком ситуацій. Використовуючи механізм «раннього оповіщення» про можливий неблагополучний результат справи, можна сприяти морально-психологічній готовності йти на ризик. Це підвищує пошукову активність людей і довіру до ухвалених рішень.

На мезорівні (рівень фірми, підприємства, установи) існує свій механізм керування ризиками (менеджмент-менеджмент-ризик-менеджмент). Для зниження ризиків підприємцям доводиться використовувати різні способи поділу ризику, такі як страхування, хеджування, об'єднання.

Страхування припускає покупку страхового захисту, перекладання ризику на страхову компанію або розподіл ризиків через компанії взаємного страхування.

Об'єднання – поділ ризику з компаньйонами – за формою може бути партнерством або корпорацією. Це дозволяє об'єднати капітали при організації справи й розділити ризик. Такі підприємці, як венчурні капіталісти вкладають капітал з більшим ризиком. Вони спеціалізуються на пошуку підприємців з гарними ідеями, але з недостатніми засобами.

Хеджування – це соціально корисна спекулятивна операція, що використовує ринки термінових контрактів – на строк, за якого ризик, викликаний зміною цін на ресурси, товари, валюту перекладається підприємцем за плату на спекулянта, брокера.

Кожний зі способів об'єднання й розподілу ризиків привносить свій специфічний ризик, наприклад, обумовлений несумлінністю або неспроможністю компаньйона.

Нарешті, існують різні форми контролю ризику на **мікроекономічному рівні**, тобто фінансовий контроль на рівні домашнього господарства. Насамперед, це різноманітні варіанти зберігаючої поведінки. Найбільша частина заощаджень в Америці, за даними Дж. Катона, здійснюється людьми у віці від 40 до 60 років із середнім статком. Спонукальними причинами збільшення частки заощадження у співвідношенні споживання/заощадження є відхід у відставку, звільнення і «подушка» на випадок захворювань, безробіття, нещасних випадків. Заощадження не є слабкою тінню, що відкидається витратами. *Люди активно вирішують*, скільки грошей спрямувати на заощадження під впливом звичок, оцінок, емоцій. *Мотиви заощадження не менш потужні, ніж мотиви споживання.* До того ж в американців розвинена відраза до боргів; борг сприймається ними як вид ризику.

Найпоширеніша форма економічного захисту – **соціальне страхування**, у якому знаходить висвітлення сучасна цінність майбутніх ви-

гід. Для більшості американців – це головна форма заощадження, за рахунок її відбувається зниження особистих заощаджень.

Наведемо приклади досліджень, присвячених ступеню усвідомленості економічного ризику в майбутньому на рівні родини. Дж. Катона й Ф. Каган обстежили дві групи родин: в одну входили родини, охоплені пенсійними програмами, в іншу – ті, які обходяться без цього. Перші зберігали більше своїх доходів, ніж другі. Ф. Каган пояснює це ефектом усвідомлення (охоплення пенсійною програмою підсилює усвідомлення потреб, які виникнуть із відходом на пенсію). Дж. Катона звертається до теорії градієнта мети у психології (чим ближче ви перебуваєте до мети, тим сильніше активізуєте свої зусилля). Як показали експериментальні дослідження, *за кілька місяців до виходу на пенсію темпи заощаджень різко зростають*, що підтверджує зв'язок між пенсійним і самостійним нагромадженнями.

2. Психологія поведінки платників податків

Податки є об'єктивно необхідним елементом фінансового господарства будь-якої сучасної держави. За рахунок податків формується переважна більшість доходів бюджетів різних рівнів, що дозволяє акумулювати централізовані фінансові ресурси з метою фінансування створення суспільних благ належної якості та кількості.

Вони відображають складні економічні відносини, що виникають у процесі розподілу створеного продукту та супроводжуються невизначеністю і ризиком, суперечностями і конфліктами, множинністю цілей двох протилежних за спрямованістю дій суб'єктів – держави та суспільства (окремих осіб).

Податкова система країни повинна збалансувати їх інтереси для реалізації свого фіскального та регулюючого призначення, спрямованого на мобілізацію ресурсів, необхідних їй для стимулювання економічного розвитку та покращення добробуту суспільства.

Основою функціонування держави є забезпечення стабільного росту податкових надходжень і відповідно достатнього обсягу доходів бюджету для реалізації та функціонування соціальних і економічних програм та здійснення заходів з підвищення рівня податкової культури. Тому особливого значення набуває мінімізація можливих бюджетних втрат, породжених існуванням ризиків у податковому середовищі. Останнє можливе лише за умови розбудови дієвої системи ризик-менеджменту формування податкових доходів бюджету.

Становлення податкової системи України почалося з розбудови її як незалежної, самостійної держави. Прийняття курсу на формування ринкової економіки передбачало створення системи оподаткування, яка найбільшою мірою відповідає таким перетворенням.

Побудова податкової системи, адекватної ринковим умовам, виявлялася досить складним і довготривалим процесом. Просте копіювання систем оподаткування розвинутих країн без урахування специфіки розвитку України не дає позитивних результатів.

Постала необхідність вдосконалення діючої в Україні системи оподаткування, враховуючи економічні, соціальні, політичні та психологічні особливості розвитку нашої країни.

Податкова система України поділяється на загальну та спрощену системи оподаткування. Загальна система застосовується для переважної більшості платників податків. Оподаткування сільськогосподарських товаровиробників та суб'єктів малого бізнесу здійснюється з використанням спрощеної системи. Такий порядок було прийнято з метою створення більш сприятливих умов для розвитку малого бізнесу. **Зокрема**, використання спрощеної системи передбачає спрощення обліку і звітності, а також зменшення податкового навантаження на розвиток підприємницької діяльності.

Податкова система України охоплює загальнодержавні податки і збори (обов'язкові платежі) та місцеві податки і збори (обов'язкові платежі). Загальнодержавні податки і збори встановлюються Верховною Радою України, місцеві податки і збори – місцевими органами влади.

Парадигма (гр. *paradigma* – приклад, зразок) податкової та соціальної політики в Україні уособлює в собі концептуально-методологічний підхід до визначення та вирішення теоретико-практичних завдань держави в галузі податкових та соціальних відносин і їх регулювання в інтересах поступального економічного розвитку та соціального добробуту членів українського суспільства.

Згідно з офіційно задекларованими стратегічними цілями раціональна і цілеспрямована політика держави в економічній, податковій і соціальній сферах є головним чинником ефективного економічного зростання та соціально-політичної консолідації суспільства.

Основою економічної та соціальної стабільності суспільства і його злагоди є реальне забезпечення конституційних прав і свобод громадян, соціальна ринкова економіка, належний соціальний захист та соціальний контроль за дотриманням в суспільстві соціальної рівноваги та принципів справедливості. Враховуючи всі ці чинники впливу на соціальну політику держави, стає зрозуміло, що невід'ємною її складовою, яка безпосередньо впливає на розвиток соціально-економічних процесів та рівень соціального забезпечення громадян, є її податкова система, від результатів діяльності якої у свою чергу залежить проблема наповнення бюджету.

Тому, починаючи ще з часів формування класичної економічної школи, відомим представником якої був Адам Сміт, податки вже тоді

вважались основним джерелом доходу держави для здійснення нею функцій загальної та військової безпеки, захисту майна та інших управлінських функцій. При цьому А. Сміт обґрунтував чіткі правила оподаткування, які залишаються актуальними і сьогодні, так як спираються на достатньо зважені з усіх боків принципи визначеності, пропорційності, зручності та необтяжливості нарахувань і сплати податків. А запровадження й обов'язковість сплати податків ним розглядалось як об'єктивний процес, що зумовлений фінансовими проблемами поступального розвитку суспільства та надійним регулятором його економічних і соціальних відносин через створення спеціальних інституцій.

В Україні відповідно до чинного законодавства податкова політика держави спрямована на забезпечення та підтримку збалансованого економічного розвитку, ефективного використання наявних ресурсів, стимулювання інвестиційної і підприємницької діяльності, а також здійснення соціальних функцій. Вона ґрунтується на принципах:

- обов'язковості сплати податків і зборів об'єктами і суб'єктами оподаткування та пропорційності від отримання прибутку;
- забезпечення єдиного підходу до суб'єктів господарювання щодо сплати податків і зборів;
- економічної обґрунтованості та стабільності сплати податків і зборів протягом встановленого нормативами бюджетного періоду;
- стимулювання підприємницької діяльності та науково-технічного прогресу щодо технологічного оновлення виробництва та високотехнічної продукції тощо.

Виходячи з завдань податкової і соціальної політики, в Україні, як і в інших постіндустріальних країнах, проблеми фінансового забезпечення і наповнення бюджету та виконання завдань соціальних функцій держави покладено на Міністерство фінансів, зокрема Державну фіскальну службу, як один з найважливіших соціальних інститутів системи оподаткування, що координує свою діяльність з фінансовими органами, органами державного казначейства, правоохоронними органами, контрольно-ревізійною службою тощо. При цьому основними завданнями ДФС України є здійснення контролю за дотриманням платниками податків податкового законодавства, роз'яснення окремих його положень, внесення в установленому порядку пропозицій і змін, запобігання податкових злочинів, тощо.

Що ж стосується ідеології податкової політики, то вона повинна ґрунтуватися на пошуках оптимального податкового навантаження, вдосконалення механізмів обчислення і стягнення податків, стимулювати економічний потенціал та забезпечувати партнерські відносини з платниками податків. Проте, як показує досвід роботи, передбачені законом заходи, форми та методи роботи податкових органів і служб не

завжди відповідають існуючим реаліям, про що свідчать численні як індивідуальні, так і колективні звернення платників податків до органів влади, мітинги і протести громадян стосовно їх утисків з боку податкових інспекцій чи щодо недосконалості чинного законодавства.

Особливо багато нарікань на недосконалу дозвільну систему закриття бізнесу, порядок оподаткування і ведення малого і середнього бізнесу, сплату єдиного податку і соціального внеску, сплату і повернення коштів податку на додану вартість, оподаткування нерухомості, ухилення великого бізнесу від сплати податків через так звані офшорні зони, непрозору систему сплати митних і акцизних зборів, несправедливий податковий соціальний контроль, систему податкових пільг тощо.

Вищезазначені недоліки і прорахунки податкової політики в Україні значно загострилися після прийняття і введення в дію нового Податкового кодексу України та внесення до нього деяких змін і поправок в 2010–2011 рр., що виявилися неспроможними задовольнити інтереси, зокрема малого і середнього бізнесу внаслідок непосильних для нього податків і зборів та їх своєчасного погашення. Це у свою чергу змушує український уряд до пошуку компромісних рішень або ж приймати деякі непопулярні заходи, які ще більше загострюють проблему збалансування адекватної податкової та соціальної політики держави на цьому етапі транзитивного розвитку українського суспільства.

Платники податків, прагнучи максимізувати фінансову результативність своєї діяльності, цілком природно намагаються мінімізувати податкові зобов'язання (законними або незаконними методами). У таких умовах держава змушена вживати необхідних заходів (зокрема завдяки організації відповідного фінансування) для підтримки функціонування системи податкового адміністрування, основним завданням якої є забезпечення повноти та своєчасності податкових надходжень відповідно до вимог чинного податкового законодавства.

Суб'єктивне сприйняття соціальної справедливості регулює економічну поведінку людей. Впевненість у прогресивному характері і справедливості суспільного ладу є важливим джерелом творчої енергії, трудової активності й господарської ініціативи. І, навпаки, часті зіткнення з несправедливістю, розходження слова і діла, безкарність зла породжують розчарування в суспільних цінностях, що в результаті супроводжується суспільною пасивністю.

Податкова поведінка платника податків – це складна система пристосування особи до різноманітних умов реалізації в економічному та соціальному середовищі, активна форма перетворення соціальних відносин відповідно до об'єктивних можливостей, які надаються, а також можливостей, які вона самостійно відкриває для себе відповідно до рівня своєї податкової культури.

Податкова культура визначається через категорії, що охоплюють майже всі явища процесів оподаткування, специфіку фіскальних правовідносин, виступаючи засобом людської діяльності в податковій сфері, та складається з сукупності елементів.

Найкращим методом забезпечення повної та своєчасної сплати податків є підвищення рівня добровільної сплати всіх цих платежів. І тут великого значення набуває податкова система, довіра до неї населення, тому таке поняття, як «податкова культура» потребує вивчення, проте не кожен розуміє це поняття правильно.

Податкова культура. Вперше термін «податкова культура» використав у своїй статті «Економія і соціологія податку на прибуток» Й. Шумпетер, який зазначив, що податкова культура є вираженням людської духовності і творчості, спрямовані на збільшення рівня податкової свідомості суспільства.

Під податковою культурою слід розуміти своєчасну сплату податків і обов'язкових відрахувань до державних цільових фондів у терміни, що встановлюються законодавчими і нормативними документами.

Податкову культуру розглядають як рівень розвитку суспільства, виражений в діючих нормах системи оподаткування, глибині податкових знань населення, умовах розвитку підприємництва, а також в усвідомленні необхідності виконання податкових зобов'язань.

Податки – основа добробуту держави і суспільства, але далеко не всі сприймають як загальнолюдську цінність.

Антифіскальна поведінка стала широкорозповсюдженим і виправданим значною частиною населення явищем. За результатами міжнародних досліджень, рівень податкової сумлінності перебуває у зворотній залежності від розмірів тіньової економіки. Вже наприкінці 2011 року, за різними підрахунками тінізація економіки становила до 36 % ВВП. Так, рівень податкової сумлінності як індикатор податкової культури говорить про те, що бізнес не бажає взаємодіяти з Державною фіскальною службою і шукає способи і схеми ухилення від податків. Це обумовлено недостатньо обґрунтованими правовими, організаційними, методологічними і функціональними механізмами в податковій системі, а саме в системі справляння податків.

Податкова грамотність і формування податкової культури – це одні з найважливіших умов для того, щоб податкова система та власне податкове адміністрування ефективно запрацювали. Принцип неминучості та добровільності міцно закріпився у свідомості платників податків розвинених країн. Наприклад, у Голландії добровільність сплати податків сягає 97 %. В Україні, парадигму «податки – основа добробуту держави та суспільства» не сприймають як загальнолюдську цінність.

Платники не розуміють, для чого їх примушують сплачувати податки і позбавляють значної частини заробітку, тому що на сучасному етапі

пі відсутня довіра до влади, розуміння та схвалення політики розподілу податків.

Низький рівень податкової культури, податковий та правовим нігілізм, недосконалість правової бази, дефективність сформованих у суспільстві соціальних відносин та інші причини зумовлюють небажання повної або часткової сплати податку, що **призводить до правопорушень або податкових ухилень** – вчинення певних заходів, що суперечать загальноприйнятим, законодавчо встановленим нормам податкової поведінки.

Причинами й умовами конкретної податкової девіації є:

- *середовище, що формує дисгармонію чи деформацію потреб, ціннісних орієнтацій, що перетворюються у девіантні мотивації;*
- *власне девіантна мотивація;*
- *ситуація, в якій знаходиться особистість у процесі формування, життєдіяльності і безпосередньо у процесі здійснення мотивацій;*
- *психофізіологічні та психологічні особливості.*

За характером і змістом мотивації можна виділити такі групи податкових девіантів:

- з негативно-зневажливим ставленням до державних цінностей, встановлених у суспільстві морально-етичних норм;
- з корисливою спрямованістю;
- з легковажно-безвідповідальним і зневажливим ставленням до вимог і обов'язків;
- з орієнтацією на абсолютний пріоритет власних потреб;
- з орієнтацією на необхідність задоволення життєвих потреб.

За глибиною і стійкістю девіантної мотиваційної спрямованості особистості необхідно розрізняти:

- *девіантів, які вперше скоїли протидію в результаті випадкового збігу обставин і всупереч загальному характерові всієї попередньої поведінки;*
- *девіантів, які вперше скоїли правопорушення, але таких, що і раніше характеризувалися як неблагонадійні;*
- *девіантів, які неодноразово здійснювали податкові девіації;*
- *суб'єктів, здатних здійснювати податковий рецидив.*

Соціологічне пояснення природи девіацій вперше було запропоновано в теорії аномії («розрегульованості»), розробленій Е. Дюркгеймом (1897), згідно з якою явище занепаду виникає в часи криз і різких соціальних змін, коли загальноприйняті норми соціальної поведінки перестають відповідати очікуваним результатам, а втрата ідеалів, крах культурних цінностей і норм призводить до соціальної дезорганізації, що сприяє зростанню кількості девіацій.

В основі механізму індивідуальної девіантної поведінки лежить дефективність будь-яких соціальних відносин, деформовані відносини

між особистістю і суспільством, між бажаннями особи і вимогами суспільства, оцінкою нерівноцінності сплачених платником податків та отриманих суспільних благ, яка на рівні формування механізму девіантної поведінки особистості призводить до пріоритету примітивних потреб, гіперболізації окремих з них, появи і розвитку псевдопотреб, заснованих на них соціально-негативних інтересів і стереотипів поведінки.

Існування та зростаючі масштаби розвитку податкових девіацій мають серйозні наслідки з погляду справедливості, адже призводять до порушень у податковій системі, що дозволяє деяким платникам уникнути виконання податкових зобов'язань, тоді як інші виконують їх повністю, і є особливо негативними, оскільки зменшують податкові надходження, спотворюючи економічні процеси.

Девіантні аспекти поведінки платників податків знайшли належне відображення в наукових працях як реалізації концептуальних ідей проблем вибору, бо життя в усіх його проявах – це постійний вибір людиною визначених форм поведінки, де своєчасна та повна сплата податків забезпечує реалізацію корисних суспільних функцій, створюючи необхідні умови для прогресивного розвитку суспільства, тому одним з основних завдань є запобігання та протидія суспільно небезпечним, девіантним проявам поведінки платників податків.

Формою протидії конфліктам особи – платника податків з суспільною мораллю та законом є самостійний усвідомлений вибір тих або інших варіантів поведінки на основі цілісного осмислення нею соціального досвіду в поєднанні з індивідуальними рисами на основі різних форм соціально поведінкового вибору, що є результатом пошукової ситуації, проявом волі індивіда та усвідомлення відповідальності за власний вибір, які виступають формами соціальних та суспільних цінностей.

Основою поведінки вибору як однієї з форм самореалізації індивіда в умовах соціального простору та часу, який є процесом цілеспрямованим, вольовим, суб'єктивно прийнятим, є мотивація, за якої свобода вибору певного її варіанта здійснюється до моменту прийняття певного рішення внаслідок боротьби домінуючих мотивів, коли вибір на користь одної з них і є реалізацією свободи вибору.

Досліджуючи особистісний вибір та його детермінації, доцільно звертатися до аналізу в контексті соціальних, правових та інших відносин у суспільстві, оскільки першопричини девіантної поведінки криються не лише у проблемному сприйнятті суспільства одним індивідом, а є проблемами взаємозв'язку останнього зі спільнотою суспільства, що зумовлюється суперечністю між психіко-інтелектуальною і вольовою сутністю вибору, неузгодженістю індивідуального та суспільного, де у випадку надто великого рівня неузгодженості, результатом будуть не-

гативні наслідки як для суб'єкта вибору, так і для суспільства, що буде виступати результатом антигромадських норм поведінки.

Приховування доходу не завжди спричиняє автоматичне покарання як реалізацію влади, тому платник здійснює вибір між двома способами поведінки: відобразити в податковій звітності правду чи напівправду, де у випадку вибору останнього варіанта результат залежить від факту перевірки поданої інформації органами податкової служби. Сам податок як форма примусу впливає на вибір між сплатою та її уникненням, але для окремих платників податків це є азартною ризикованою грою, учасник якої порівнює шанси отримати більший дохід перед загрозою можливого викриття, діючи таким чином як раціонально мисляча «економічна людина», що в гонитві за особистою вигодою передбачає наслідки своєї поведінки, порівнюючи суму винагороди з розміром покарання у випадку невдачі.

Проблема ухилення від сплати податків здійснюється через перекладання оплати за державні послуги на інших громадян, що загострюється в умовах перехідної економіки, у разі зміни економічних формацій, коли закони сприймаються номінально, а податкові закони – тим більше, і дуже часто ігноруються, бо спрямовані на зменшення доходу, і отримала назву «проблема безбілетного пасажира» (free rider problem).

На суспільному рівні проблема антифіскальної девіантної поведінки платників коріниться в роздвоєнні усвідомлення статусу податкових платежів, де податок сприймається як обмін власної частини доходу на суспільні вигоди або як власність держави, право на яку надається фіс-ку беззаперечно.

Одним із факторів, що негативно впливає на сприйняття платником податків суті податку, є своєрідна «невідомість», відсутність інформації про безпосереднє використання утриманої суми доходу. Позитивною в цьому плані є практика оприлюднення даних про витрати бюджетів різних рівнів у розрахунку на одного платника податків за елементами використання.

Головним напрямом боротьби з податковими правопорушеннями з погляду забезпечення спокою, безпеки, стабільності суспільства, прав, свобод і законних інтересів громадян є їх профілактика, яка розглядається як багаторівнева система державних і суспільних заходів, спрямованих на виявлення, усунення, послаблення або нейтралізацію причин і умов правопорушень окремих видів і конкретних правопорушень, що має відповідати принципам законності, демократизму, гуманізму і справедливості.

Законність діяльності з попередження податкових девіацій передбачає наявність і розвиток правової бази, неуклінне виконання вимог ефективності і системності.

Ефективність – це націленість профілактики на досягнення конкретних результатів, важливим показником дієвості якої є зниження темпів зростання, стабілізація, зменшення рівня податкових девіацій і їх видів.

Системність включає в себе підхід до попередження правопорушень у сфері оподаткування як окремої сфери соціального управління та комплексність заходів, взаємодію суб'єктів профілактики, що досягається через програмування профілактичної діяльності, а також правових і організаційних заходів з її координації.

Податкові девіації для країн з ринковою економікою – явище типове і таке, яке має масовий характер, що стало характерним і для України, в якій відбувається процес становлення податкової системи, налагодження роботи органів, покликаних контролювати надходження податків, зборів і платежів до бюджету. Тому ситуація, що склалася, наочно підтверджує необхідність дотримання державою тонкої і виваженої політики у сфері оподаткування, і тут доцільним є застосування надбань світової фіскальної науки.

З початком економічних перетворень в Україні виникла гостра потреба у виявленні і розкритті злочинів, пов'язаних з ухиленням від сплати податків. Відповідно до ст. 67 Конституції України усі громадяни в державі зобов'язані сплачувати податки і збори в порядку і в розмірах, встановлених законодавством. Тому за ухилення від сплати податків юридичними та фізичними особами передбачена відповідальність, без якої неможливе становлення ефективного податкового менеджменту в Україні поряд з вирішенням питань справедливого розподілу податкового тягаря між платниками податків, спрощення механізму оподаткування, чіткого визначення прав та обов'язків платників податків, забезпечення стабільності податкового законодавства, поліпшення організації роботи органів державної податкової служби з платниками податків.

В Україні для боротьби з ухиленням від оподаткування використовують різноманітні заходи – організаційні, економічні, виховні, правові, значне місце серед яких посідають заходи кримінальної відповідальності осіб, що ухиляються від оподаткування.

Чинний Кримінальний кодекс України містить низку норм, за якими кваліфікуються окремі різновиди ухилення від оподаткування, проте наявність кількох норм, за якими може наставати відповідальність за ухилення від оподаткування, не засвідчує наявності системи, а навпаки характеризує фрагментарність податкового законодавства.

Вивчення законодавчої практики зарубіжних країн з розвиненою ринковою економікою дає змогу зазначити такі позитивні та негативні моменти. У державах з ринковою формою ведення господарства, в яких бюджет формується за рахунок податкових надходжень, норми відповідальності за ухилення від оподаткування регламентуються законодав-

чими актами не кримінально-правового характеру, а відповідними спеціалізованими нормативно-правовими актами, з віднесенням злочинів щодо ухилення від оподаткування до діянь, здійснених проти господарської системи, з такими умовами внаслідок існування яких настає відповідальність, а саме:

- наявність умислу;
- значний розмір суми, прихованої від оподаткування;
- злісність ухилення;
- попередня змова групи осіб;
- подання неправдивих відомостей з метою ухилення від механізмів оподаткування.

У податковому законодавстві розвинутих зарубіжних країн за ухилення від сплати податків передбачено різні види відповідальності як наслідок антифіскальної поведінки платника податків: цивільну, адміністративну та кримінальну. У Франції існує навіть особливий вид цивільно-кримінальної відповідальності, який ще має назву «фіскальний штраф». Розмір такого штрафу визначається судом і може в декілька разів перевищувати розмір несплаченого податку.

Особливістю зарубіжного механізму кримінально-правової охорони сфери оподаткування є те, що кримінально-правові норми умисного ухилення від сплати податків містяться не у Кримінальному кодексі (як це практикується в Україні), а, скажімо, у федеральному законодавстві США і передбачені вони Кодексом внутрішніх державних доходів (розділ 26 Зводу законів), у Швеції прийнято Закон про податкові злочини.

Залежно від характеру вирішуваних завдань і поставлених цілей методи виявлення й оцінювання антифіскальної поведінки платників податків розподіляють таким чином: обліково-статистичні методи; метод специфічних індикаторів; структурний метод; метод м'якого моделювання; експертний метод; прямі методи; непрямі методи; змішані методи.

Обліково-статистичні методи спрямовані на забезпечення якнайповнішої реєстрації антифіскальних явищ для узагальнювальної характеристики всієї їх сукупності й окремих груп, виявлення і вивчення масових статистичних закономірностей.

Активно використовуються при вимірюванні параметрів ухилення від оподаткування також експертні оцінки, які у деяких випадках можуть давати більш точні результати, ніж традиційні методи за низької якості первинної інформації.

Метод специфічних індикаторів пов'язаний з використанням певного показника, що відображає рівень економічної діяльності, його отримують прямим або непрямим способом. У межах цього загального методу виділяють категорії приватних, до яких можна віднести прямі й непрямі методи.

Прямі методи (мікрометоди) передбачають використання інформації про спеціальні обстеження, перевірки та їх аналіз для виявлення розбіжностей між доходами і витратами окремих груп платників податків, а також для характеристики окремих аспектів діяльності або для її оцінювання за певною групою економічних одиниць.

Непрямі методи ґрунтуються переважно на інформації систем зведених макроекономічних офіційної статистики, даних фінансових і податкових органів. Непрямі методи широко застосовуються за неможливості безпосередньої прямої фіксації досліджуваних параметрів. У цій групі методів виділяють:

- *метод розбіжностей;*
- *італійський метод;*
- *монетарний метод.*

Метод розбіжностей заснований на порівнянні двох або більше джерел даних статистичних документів, що містять інформацію про ті самі економічні показники, або використовуються різні методи для отримання даних з тих самих джерел. Прикладами використання цього методу є порівняння доходів, виміряних різними способами; порівняння доходів і витрат; метод товарних потоків; альтернативні оцінки макроекономічних показників.

Італійський метод. Італійська статистична служба ІСТАТ є сьогодні найавторитетнішою в питаннях визначення параметрів ухилення від оподаткування. Італійські статистики основний акцент зробили на обстеженні витрат робочої сили. Первинні дані отримують у результаті спеціально організованого обстеження домашніх господарств.

Монетарні методи ґрунтуються на використанні такої особливості девіантної поведінки платників податків, як перевага, що віддається готівці у процесі здійснення операцій. Існує безліч варіантів конкретного використання цієї ідеї. Можна назвати такі методи цього типу, як аналіз обсягу грошових операцій, аналіз попиту на готівку, економетричні методи, метод Гутманна, метод Фейга та ін.

Метод м'якого моделювання (оцінювання детермінант) пов'язаний з виділенням сукупності чинників, які визначають тіньову економіку, і спрямований на розрахунок її відносних обсягів.

Структурний метод ґрунтується на використанні інформації про обсяги тіньової економіки в різних галузях виробництва.

Суть **експертного методу** полягає в тому, що спочатку експерт визначає, наскільки можна довіряти даним за якою-небудь галуззю, видом ухилення, а після збору даних зі звичних джерел показники автоматично збільшують на певну величину. Методологія експертних оцінок визначається самим експертом, багато зв'язків і відносин, які є для експерта очевидними і які він використовує для оцінювання, важко

піддаються кількісному опису. Проблема використання цього методу полягає в наявності достатньо кваліфікованого експерта, здатного дати оцінку, правильність якої може підтвердитися лише через певний час, після отримання додаткової інформації або так і залишиться робочою гіпотезою, закладеною в основу розрахунку.

Змішані методи передбачають використання методу прихованих змінних і комплексу різних методів, основна ідея яких полягає в побудові моделі, що враховує велику кількість як детермінант, так і індикаторів антифіскальної діяльності. Сама антифіскальна діяльність розглядається як прихована змінна, яка безпосередньо не вимірюється (метод прихованих змінних). Основна ідея цього методу ілюструється попереднім прикладом визначення частки тіньової економіки на основі даних про грошовий обіг з використанням кореляційно-регресійної моделі.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що врахування природи, особливостей податкового сприйняття, мислення платників податків, врахування законів фіскальної соціології сприятиме не лише швидкому та ефективному запровадженню засад податкового менеджменту, але і розвитку української держави на засадах демократизації та партнерства.

Отже, діюча тепер в Україні фіскальна податкова політика, з одного боку, ніби спрямована на максимальне фінансове наповнення державного бюджету з метою здійснення задекларованих Конституцією України соціальних функцій, а з іншого – маємо дуже недостатнє фінансування для виконання цих функцій згідно з чинною законодавчою нормативною базою, незважаючи на те, що в основу соціальної політики держави покладено соціальну спрямованість розвитку суспільства, яка передбачає подолання бідності, майнового розшарування населення, створення ефективної системи соціального страхування, освіти, охорони здоров'я, соціальної злагоди і стабільності для оптимального функціонування соціальних відносин між членами українського суспільства та створення умов для всебічної реалізації соціального потенціалу людини. Звичайно, що така соціальна політика потребує об'єднання зусиль державних і громадських організацій, політичних партій і рухів, господарських органів і виробничих колективів та всіх інших її суб'єктів, сповідуючи принципи пріоритету соціальних інтересів людини і суспільства та єдності централізованих і децентралізованих засад у реалізації соціальної політики.

Таким чином, резюмуючи сучасний стан функціонування наявних в Україні моделей податкової та соціальної політики, можна констатувати, що вони, як і все українське суспільство, перебувають на етапі свого подальшого розвитку і вдосконалення стосовно ідеології і практичної діяльності. В той же час поряд з позитивними реформаторськими змінами і тенденціями через недосконалість чинного законодавства та ді-

йового соціального контролю спостерігається певна невідповідність між проголошеними цілями держави щодо її соціальних функцій та системи оподаткування і реальними умовами життя і діяльності суспільства в цілому та окремих платників податків. Безумовно, що критерієм ефективності реального стану справ відносно виконання державою її соціальних функцій та головним суддею може бути лише соціальний законодавець в особі соціуму.

3. Загальні психологічні закономірності поведінки на біржі

Перехід України до ринкової економіки потребує докорінної зміни нинішніх і формування нових ринкових інституцій, невластивих колишній адміністративно-командній системі управління економікою. Для ефективного функціонування народногосподарського комплексу треба створити практично нове ринкове середовище. Одним із головних його елементів є формування біржових інститутів.

Усвідомлення необхідності використання ринкових механізмів для створення в Україні ефективної економіки відкрило шлях поглибленому вивченню біржової справи. В умовах виходу вітчизняних товаровиробників на світовий ринок зростає інтерес до поняття біржі, її економічних функцій, ролі й місця у ринковій економіці, до техніки здійснення біржових операцій, тенденцій розвитку біржової торгівлі.

Біржі, будучи складовою сучасної системи ринку, покликані забезпечити безупинність процесу розширеного відтворення і прискорення обігу капіталів, товарів та інших видів суспільного продукту. Скорочення завдяки біржам часу обігу капіталів, товарів підвищує ефективність використання основних фондів, передових ресурсів, зменшує потребу в обігових коштах, банківському кредиті й тим самим дає змогу збільшити ресурси, які можна спрямувати в інші галузі народногосподарського комплексу країни. Тому прискорення обігу коштів через біржову систему – одне з головних економічних завдань.

Єдина ринкова основа формування бірж об'єктивно передбачає загальні закономірності біржової діяльності, пов'язані як із сутністю цієї діяльності, так і з формами її організації.

Біржова діяльність розглядається в її еволюційному розвитку: від угод на реальний товар (спот, форвард) до ф'ючерсних угод і опціонної торгівлі.

Біржова мова жестів та жаргон брокера. Протягом декількох століть розвитку біржових інститутів сформувалися певні правила ведення торгів та відповідні правила поведінки на них. У ході цього сформувалася також особлива мова, якою спілкуються учасники біржових торгів. Це мова, яка складається зі специфічних жестів і особливого, біржового лексикону, які абсолютно незрозумілі сторонньому спостерігачеві.

Зокрема, жести головним чином використовуються для позначення цифр і подачі різних команд під час торгів, коли виникає необхідність назвати ціну, кількість товару або показати, що товар продається, купується, а також визначити зниження або підвищення ціни і т. ін.



«Болтанка»:

1) безупинні однотипні угоди купівлі або продажу цінностей, що проводяться спекулянтами, які не чинять істотного впливу на кон'юнктуру ринку, що склалася;

2) незаконна спроба брокера зібрати для себе додаткову суму комісійних через прискореної купівлі-продажу цінних паперів за вказівками клієнтів.

Брокер «на узбіччі» – член старої Нью-Йоркської напівофіційної фондової біржі, яка тепер називається Американська фондова біржа.

«Бик» – біржовий спекулянт, який грає на підвищення.

«Ведмідь» – біржовий спекулянт, який грає на зниження.

«Виконано» – повідомлення брокера про те, що наказ купити або продати певну суму цінних паперів виконано.

«Відкупити маржу» – наказ клієнта брокеру купити найближчий за терміном ф'ючерсний контракт і продати контракт на окремий строк.

«Вуличний ринок» – мережа посередників покупців і продавців цінних паперів, які спілкуються між собою за допомогою телекомунікацій. Вираз «В. р.» виник відтоді (XVI–XVII ст.), коли лондонські брокери укладали угоди прямо на вулиці або в кафе. Надалі торгівля акціями стала здійснюватися переважно на біржі, а робота з облігаціями – поза біржею, на «В. р.». Нині всі облігації і акції, не включені до біржового списку, продаються на «В. р.».

«Дводоларовий» брокер – брокер, член фондової біржі, який виконує доручення інших брокерів, особливо в період високої ринкової активності. «Д.» б. працює на брокерів, які зайняті виконанням першочергових інструкцій, або на фірми, що не мають партнерів серед членів біржі, які знаходяться в операційному залі.

«Динамітик» – енергійний торговець, що продає ненадійні цінні папери.

«Д. К.» (don't know – не знаю) – непоінформованість про поточні умови проведення операцій з цінними паперами. Письмовий запит позначається «Д. К.» і повертається відправнику.

«**Довга позиція**» – цінні папери, які придбані дилерами для зберігання у процесі торгівлі або при випуску нових випусків.

«**До закриття**» – розпорядження укласти угоду перед самим закриттям ринку.

Жертва «подовжньої ціни» – подвійний збиток, який завдається: при купівлі цінностей на верхній межі підйому ціни або курсу; при реверсі позиції, тобто продажу на нижній межі падіння кон'юнктури.

Стан кон'юнктури визначається лише умовами укладення угод: біржова угода укладається на біржових зборах; біржова угода укладається членами біржі або особами, допущеними на неї як відвідувачі. На фондових біржах діє правило, згідно з яким угоди можуть укладати за власні кошти лише члени біржі, а за кошти інших учасників ринку – тільки фондові маклери.

Види біржових угод і операцій. Залежно від предмета біржові угоди поділяються на **валютні, дисконтні, ломбардні** (у тому числі й репортні операції з акціями через посередництво брокера), **фондові, товарні, страхові, фрахтові**.

З іншого погляду, існують три категорії біржових угод: *реальні, ф'ючерсні й арбітражні*.

При класифікації біржових операцій на види слід виходити з декількох критеріїв. Найбільш значущим критерієм є термін виконання операції. При цьому розрізняють два основних типи: **касові**, при яких сплата за біржову операцію відбувається відразу або в найближчі 2-3 дні, і **строкові**.

Касові угоди, або угоди з готівкою, – угоди, що мають на меті дійсне придбання або відчуження товарів чи цінних паперів, що передбачає негайне виконання. За своєю юридичною природою касова угода – типовий договір купівлі-продажу.

Поняття «негайне виконання» для біржової угоди у зв'язку з відсутністю на біржі предмета угоди носить умовний характер. Виконання відбувається поза біржею і вимагає відповідно певного часу. Правила біржової торгівлі, що діють на тій чи іншій біржі, завжди чітко визначають зміст поняття «негайне виконання», встановлюючи короткий строк, що необхідний для здійснення виконання: через день, на третій день, до сьомого біржового дня і т. ін.

Строкові угоди, на відміну від касових, передбачають досить великий проміжок часу між укладенням угоди та її виконанням. Юридична природа строкової біржової угоди – договір про поставку. У разі укладення строкової угоди постачальник, як правило, не має на руках товару або цінних паперів, які він продає на строк, він діє з розрахунку на певні умови, що склалися на момент виконання договору.

При строковій біржовій угоді предмет (товар або контракт) і права на нього повинні бути передані в момент її укладення, а гроші сплачуються через певний строк. Для строкових угод правилами біржової торгівлі встановлюється певний період виконання: традиційно – на кінець місяця (*per ultiom*) або на середину місяця (*per medio*), рідше – до двох місяців. У встановлені терміни проводиться загальна ліквідація всіх укладених до цього терміну угод через ліквідаційне бюро (розрахункову палату). Переважно предметом строкових угод є цінні папери, значно рідше – товари (сировина, зокрема, зерно тощо).

Угоди на різницю (або так звані умовні) – різновид строкових угод, що мають на меті не дійсне придбання або відчуження предмета угоди, а тільки отримання різниці в ціні: між ціною, встановленою під час укладення угоди, і ціною, яка склалася на біржовому ринку до моменту виконання угоди. Угода на різницю виконується простим розрахунком різниці.

Різновиди угод на різницю, що укладаються виключно з цінними паперами – **репорт** і **депорт** або так звані пролонгаційні угоди.

Репорт – це угода, що поєднує купівлю за готівку і продаж у кредит з обов'язком передати папери такого ж виду до певного терміну. При репорті одна особа купує за готівку цінні папери й одночасно продає їх тій же особі до певного терміну за підвищеною ціною. Різниця в ціні становить винагороду за користування кредитом. Мета угоди – продовжити можливість біржової гри на підвищення.

Депорт – це продаж паперів за готівку купівлею їх на термін. Депорт дуже близький до репорту. Різниця лише в тому, що кредитор і позичальник міняються місцями. Мета репорту – продовжити гру на зниження курсу. Головними учасниками пролонгаційних угод, як правило, є банки й інші кредитні установи.

Арбітражні угоди – це різновид строкових біржових угод з цінними паперами, сторони яких мають у своєму розпорядженні відомості про умови торгів на інших біржах і прагнуть використати різницю в ціні. Від звичайних строкових угод арбітражні відрізняються тим, що розрахунок базується на різниці курсу не в часі, а у просторі. Результат арбітражних угод – вирівнювання курсу цінних паперів на різних біржах і, зрештою, створення загальносвітового валютно-фондового ринку. Розрізняють:

1. Вексельні, або девізні арбітражні угоди. Їх суть полягає у скуповуванні певної валюти на одних біржах, де її курс нижчий, з метою реалізації на інших, де курс значно вищий. Цей процес призводить до вирівнювання валютних курсів, встановлення курсового паритету. При цьому можуть мати місце:

а) *прямі угоди*, якщо на куплену на одній біржі валюту на іншій безпосередньо купується інша;

б) *непрямі арбітражні операції* у тих випадках, коли вигідно перейти через валюту третьої і навіть четвертої країни).

2. Фондові арбітражні угоди.

Вони пов'язані з реалізацією брокерами за наказом арбітражерів акцій та інших цінних паперів в одному місці і купівлею їх в іншому. Як і при вексельному арбітражі, клієнтам доводиться враховувати суму витрат, пов'язану з обома угодами. Коли операція здійснюється між містами двох країн, фондовий арбітраж пов'язаний з вексельним.

3. Товарні арбітражні угоди, де предметом є виключно біржові товари. Крім того, велику роль у таких угодах відіграє облік вартості страхування, фрахту, митних зборів.

Угоди з премією – їх мета полягає в обмеженні ризику під час укладення строкових угод. При угоді з премією тій чи іншій стороні строкової біржової угоди надається право вибору однієї з декількох, визначених сторонами, дій. За це одна сторона повинна сплатити іншій стороні заздалегідь обумовлену винагороду – премію, що визначається, як правило, у процентах від ціни угоди.

Різновиди угод з премією: проста угода з премією, подвійна угода з премією, угода до запитання.

Одна з поширених угод з премією – *стелаж*. За цією угодою одна сторона за премію набуває права й одночасно зобов'язується у певний термін продати папери за обумовлено нижчою ціною, або ж купити їх за встановленою вищою ціною. Стелаж представляє поєднання двох простих угод з премією, причому сторона, що набуває права вибору, виступає одночасно покупцем і продавцем.

Біржові угоди в усіх їх різновидах, зокрема строкові, по-різному регулювалися законодавством – від заборони у XVII ст. до визнання у другій половині XIX ст. У цей час законодавство європейських країн по-різному ставилося до строкових біржових угод: як правило, їх укладення не заборонялося, але право на судовий захист у разі невиконання не гарантувалося. У США діяла пряма заборона укладення строкових біржових угод. Проте заборону можна було легко обійти за допомогою пристосування до умов строкової торгівлі касових угод: завдяки використанню застави цінних паперів і відстрочці їх виконання.

Правила торгівлі на створених нині в Україні біржах визнають і відповідним чином регулюють окремі види строкових угод. Наприклад, п. 17 Правил біржової торгівлі на Українській універсальній товарній біржі (УУТБ) передбачає, що ф'ючерсні угоди укладаються переважно з метою страхування (хеджування) угод з реальним товаром або отримання у процесі перепродажу або після ліквідації угоди різниці від можливої зміни цін.

На товарних біржах терміни ліквідації операцій триваліші, ніж на фондових. Найпоширеніший термін операцій на світовому ринку – до 6

міс., особливо це стосується продовольчих товарів з їх сезонним циклом виробництва. Наприклад, бавовну переважно купують у липні з терміном поставки у грудні.

На товарних біржах на кожний вид товару встановлюються терміни ліквідації та виконання строкових угод. Наприклад, на Чиказькій біржі стандартні терміни на пшеницю або кукурудзу – березень, травень, липень, вересень і грудень.

Угоди, що укладаються на вітчизняних біржах, також можна умовно поділити на угоди, що здійснюються з реальним товаром (реальні операції), і угоди на термін, де предметом купівлі-продажу є контракт на поставку, ф'ючерси, опціони тощо.

Угоди з реальним товаром

Вони є основним об'єктом уваги брокерів, оскільки в умовах нинішнього дефіциту й економічної кризи надійніше мати справу з реальним товаром. По суті, це угоди купівлі-продажу оптових партій, або бартерні операції.

Товар під час торгів може знаходитися у місці, що вказане продавцем, або на території біржі, або бути відвантаженим, або знаходитися в дорозі. При цьому брокерам і їхнім клієнтам необхідно знати, що витрати на зберігання товарів у приміщенні біржі до продажу відносяться на рахунок продавця, а після продажу – на рахунок покупця.

З розрахунку на подальше підвищення цін проводиться закупівля на біржі готівкового товару з негайною поставкою і на термін з тим, щоб до моменту виконання контракту продати його як реальний товар за більш високу ціну.

З розрахунку на подальше зниження цін проводиться продаж реального товару і контрактів на термін (з поставкою у майбутньому). До моменту виконання контрактів на термін продавець розраховує купити на ринку готівковий товар за нижчою ціною й отримати прибуток за рахунок різниці між ціною в день укладення контракту і ціною в момент його виконання.

Угоди з реальним товаром можуть бути з коротким терміном поставки. У світовій практиці їх називають операціями «**спот**». Вони можуть бути і з поставкою через більш тривалий час – операції «**форвард**», або ***форвардні операції***.

Одним з видів форвардних операцій є ***операція із заставою***. Це операція, згідно з якою один контрагент виплачує іншому в момент укладення угоди суму, яка обумовлена договором між ними, у вигляді гарантії виконання своїх зобов'язань. Ця сума може становити від 8 до 100 % вартості товару, що пропонується до операції. Заставою може виступати не тільки грошовий внесок, а й сам товар. Якщо платником застави є покупець, то операція буде із заставою на купівлю, а якщо

продавець – із заставою на продаж. Остання в наш час особливо актуальна. Нині серед угод з реальним товаром переважають *бартерні*. За оцінками експертів, частка бартерних угод становить більше 60 %. Роль еквівалента у процесі бартерних угод виконує, як правило, зерно, а також автомобілі, ліс, покрівля, цемент, м'ясопродукти, мед, картопля, цибуля, водо- і газопровідні труби, сталевий лист, садові будинки, складські приміщення, а також підйомники, крани навантажувачі. На думку біржовиків, бартерні угоди нині вигідніші для учасників втричі.

На деяких біржах бартерні операції не дозволені. Але тимчасово, в умовах переходу економіки країни до ринку, використовуються *угоди «з умовою»*.

Угода «з умовою» є різновидом угоди з реальним товаром, згідно з якою продаж одного товару здійснюється за умови одночасної купівлі іншого реального товару. Відмінності цих угод від бартерних полягають у такому.

Для виконання угоди, як гарантія, вноситься невелика сума. Розрахунки здійснюються через розрахункову або клірингову палату (на наших біржах тільки розробляється положення про клірингову палату), яка стає посередником між покупцем і продавцем та гарантує виконання зобов'язань. Предметом угоди є не реальний товар, а біржовий контракт – ф'ючерс. У разі настання терміну сплати реальних активів або зобов'язань, ф'ючерсні операції зараховуються зворотними операціями, що дозволяє компенсувати втрати на реальному ринку прибутком на біржі, і навпаки.

Широкого поширення набули спекулятивні угоди з ф'ючерсними контрактами. Розраховуючи на подальше підвищення цін, спекулянти купують через брокерів ф'ючерсні контракти на біржі, і навпаки, розраховуючи на подальше зниження цін, продають їх. Контракт, куплений з розрахунку на подальше підвищення цін, називається «лонг», «довгий», а покупець таких контрактів знаходиться в позиції «лонг».

Контракт, що проданий з розрахунку на зниження цін «шот», «короткий», а продавець контрактів, не покритих реальним товаром, знаходиться в позиції «шот».

Спекулянт, що скупив біржові контракти з розрахунку на підвищення цін, виявиться в позиції «лонг», і навпаки, контракт, що продав з розрахунку на зниження, – в позиції «шот».

Таким чином, у випадку підвищення цін покупець ф'ючерсних контрактів виграє, а продавець втрачає, а у разі зниження – навпаки.

При спекулятивних угодах з ф'ючерсними контрактами між продавцем і покупцем безпосередньо ніякі розрахунки не проводяться. Для кожного з них протилежною стороною є розрахункова палата біржі. Вона сплачує стороні, що виграла, і отримує від тієї, що програла, різ-

ницю між вартістю контракту в момент його укладення й обумовленого терміну виконання.

Ф'ючерсна угода може бути ліквідована у будь-який момент за рахунок сплати різниці між ціною продажу контракту і поточною ціною у разі його ліквідації. Це називається викупом раніше проданих або продажем раніше куплених контрактів.

Широкого поширення на західних біржах набули й **операції з преміями (опціони)**. До них належать операції, в яких один з контрагентів, заплативши премію, набуває права на опціон, а також право на основі заяви до певного дня зробити той чи інший вибір, що стосується угоди. Існує декілька видів таких угод.

Угоди з премією (опціони)

Простий опціон (або проста угода з премією). За цією угодою, якщо покупець заплатив і придбав опціон, то він має право зажадати від свого контрагента виконання його зобов'язань, або повністю відмовитися від операції (право відходу). Якщо опціон купує покупець товару, то маємо справу з умовною купівлею, а якщо продавець — то з умовним продажем. Премія може бути окремою від вартості товару і сплачуватися під час укладення угоди, а може входити до вартості товару. У цьому випадку сума угоди з умовною купівлею збільшується на величину премії, а сума угоди з умовним продажем зменшується на суму премії. Оплата премії у разі відмовлення від угоди здійснюється в день повідомлення про це (відступна премія), у разі виконання угоди — у день виконання.

Подвійний опціон — це операція, за якої платник премії набуває права вибору між позицією покупця і позицією продавця, а також права відмовитися від операції. Ми бачимо, що права платника премії збільшуються вдвічі у порівнянні з правами при простому опціоні, тому і величина премії встановлюється у подвійному розмірі. Як і в простому опціоні, премія може враховуватися окремо від суми операції або включатися до суми операції («стелаж»). При «стелажі» вартість товару збільшується (у разі операції на купівлю) або зменшується (у разі операції на продаж) на розмір премії.

Складний опціон — це операція, що поєднує дві протилежні угоди з премією, які укладаються тією самою брокерською конторою з двома іншими учасниками біржової торгівлі. Якщо брокерська контора, що укладає угоду, є платником премії, то їй належить право відмовлення від операції.

Якщо брокерська контора отримує премію, то право відходу від операції належить її контрагентам. Складний опціон, як операція, відкриває для брокера широкі можливості маневру.

Кратний опціон — це операція, за якої один з контрагентів набуває права за певну премію на користь іншої сторони збільшити в декілька

разів кількість товару, що підлягає передачі або прийому. Кратність проявляється у тому, що більша кількість товару повинна знаходитися у кратному відношенні до обов'язкового (твердого) мінімуму, перевищувати його в 2, 3, 4 рази і т. ін., але в межах максимуму, встановленого договором.

Кратні операції з премією бувають двох видів: з вибором покупця і з вибором продавця. Кратний опціон являє собою поєднання твердої операції з умовною операцією, оскільки деяка мінімальна кількість товару в будь-якому випадку повинна бути передана або прийнята.

Хеджові операції є певною мірою проміжними між операціями на ринку реального товару (строковими) і операціями на ф'ючерсній біржі. Хеджування – це продаж (купівля) ф'ючерсного контракту на рівні купівлі (продажу) аналогічної кількості того ж товару, що передувала еквівалентній кількості іншого товару, ціна якого змінюється паралельно ціні цього товару. Хеджування полягає у врегулюванні між зобов'язаннями на ринку реального товару і протилежними за змістом зобов'язаннями на ф'ючерсному ринку.

За технікою здійснення хеджових операцій розрізняють два основних типи: хеджування продажем (коротке), коли фірма продає ф'ючерсні контракти, і хеджування купівлею (його часто називають довгим), коли фірма набуває права на ф'ючерсні контракти. Крім того, хеджування може бути здійснене за допомогою особливого виду біржових операцій – опціону.

Коротке хеджування, як правило, використовується для забезпечення ціни продажу реального товару, який знаходиться або буде знаходитися у власності торговця, фірми, яка добуває або переробляє сировину.

Довге хеджування застосовується як засіб, що гарантує закупівельну ціну для торговців і фірм, що переробляють і споживають сировину.

Залежно від цілей виділяють такі види хеджування: **звичайне (чисте), арбітражне, селективне і передбачуване.**

Звичайне (чисте) хеджування, здійснюється для уникнення цінових ризиків і укладається у певному балансуванні за часом і кількістю протилежних за напрямом зобов'язань на ринку реального товару і ф'ючерсному ринку. Чисте хеджування в сучасній діловій практиці не відіграє важливої ролі.

Арбітражне хеджування враховує витрати на зберігання і здійснюється виключно для одержання вигоди з очікуваної сприятливої зміни у співвідношенні цін реального товару і біржового котирування з різними термінами поставки. При надлишку товару це співвідношення цін (котирування на далекі терміни поставки вище, ніж на ближні), як правило, дозволяє завдяки хеджуванню фінансувати витрати за зберігання товару. Воно застосовується в основному торговцями.

Селективне хеджування відрізняється тим, що операція на ф'ючерсному ринку проводиться не одночасно з укладенням угоди на реальний товар і не на адекватну кількість. Здійснення операції на біржі значною мірою ґрунтується на очікуваному напрямі і рівню зміни цін реального товару. Так, якщо очікується підвищення цін, то селективний хеджер не буде хеджувати свої запаси реального товару, розраховуючи отримати прибуток від підвищення їх вартості.

Передбачуване хеджування полягає в купівлі або продажу ф'ючерсного контракту ще до того, як завершиться операція з реальним товаром. Передбачуваний хедж є тимчасовим заміником торгового контракту, який буде укладено пізніше.

Особливий вид біржових угод – **міжбіржові угоди**. Це біржові угоди, які укладаються сторонами через посередництво двох або більше бірж. Між біржою, в якій бере участь продавець, і біржою з участю покупця може бути одна або декілька бірж-посередників. Важливо підкреслити, що міжбіржові угоди укладаються членами бірж, а не самими біржами. Останні, як і в звичайних «внутрібіржових» угодах, виконують виключно організаційні функції. Як посередники в міжбіржових угодах беруть участь біржові маклери бірж.

Розширення міжбіржових угод має виняткове значення для розвитку повноцінного ринку товарів і капіталів. Основними умовами, що забезпечують цей процес, повинні стати: вдосконалення стандартизації продукції і товарів (міжбіржова торгівля здійснюється виключно за стандартами, проте це на 90 % стосується і внутрібіржових угод); розвиток інформаційної інфраструктури і сучасних засобів зв'язку; нарешті, певне законодавче регулювання міжбіржової торгової практики, що забезпечує юридичні гарантії належного виконання зобов'язань, що виникають при цьому і встановлення в певних розмірах сум винагороди за посередництво.

Питання, пов'язані з правовим забезпеченням міжбіржової торгівлі, можуть вирішуватися і на основі угод, що укладаються біржами.

У біржовій практиці зустрічаються й інші види угод, що визначаються типом біржового товару, характером супутніх договору зобов'язань, відносинами між брокером і клієнтом, між брокерами-контрагентами. Інтерес представляють, наприклад, угоди, що носять для брокерів страховий характер. Наприклад, операція із заставою – операція, за якої один контрагент виплачує іншому певну суму як гарантію виконання своїх зобов'язань. Згодом він повертає цю суму іншій стороні, залишивши частину собі і зробивши відповідну виплату біржі. Операція із заставою здійснюється у тому випадку, якщо немає достатньої впевненості в її виконанні. У випадку невиконання операції, як правило, вилучається до 20 % застави (наприклад, 10 % – потерпілому, 3–5 % – брокеру, 0,5 % – біржі).

Реальне значення фондової біржі, за образним висловлюванням Ш. Майтала, полягає в тому, що вона відіграє роль своєрідного термометра для виміру температури, загального стану здоров'я й оптимізму економіки. Для конкретної людини вона служить джерелом азарту, гострої приправи в господарській діяльності. У простих людей завжди є інтерес до фондової та валютної бірж, тому що, підстраховуючи майбутнє, люди прагнуть до ризику в сьогоденні. Наприклад, американці, крім соціального страхування, відкладають частину своїх доходів як заощадження, хоча й у менших пропорціях, ніж японці й німці. При цьому частина їхнього портфеля цінностей, особистого багатства – свій будинок або квартира (стабільна, неліквідна, легко оцінювана), інша ж частина – акції (викликає суперечність, дурний настрій, прикрасі, зніжковість, розпач, надію й помилки).

Центральним в інвестиційній поведінці є поняття **дисконтування**. Воно пов'язане із прийняттям будь-якого інвестиційного рішення та містить у собі порівняння витрат й очікуваного прибутку, розглянутих протягом певного тимчасового інтервалу. Це поняття привертає увагу соціальних психологів і представників психології менеджменту.

В економічній психології більше популярним є поняття тимчасової переваги або міжчасового вибору. Фундаментальним економічним питанням, з яким зіштовхуються окремі люди, родини, організації й навіть цілі народи, є питання про те, витратити капітали сьогодні або ж зберегти й вкласти їх, щоб витратити пізніше.

Бажання та здатність відкласти формується засобами соціального навчання, починаючи з раннього дитинства. У результаті експериментів було виявлено, що дітям у різному ступені властивий бажання відкласти винагороду (наприклад, певну кількість цукерок), щоб пізніше одержати більшу винагороду (більшу кількість цукерок).

Силу бажання зберегти суму грошей, щоб одержати більшу суму в майбутньому, називають ступенем вигоди, або нормою тимчасової переваги й виражають у відсотках. Припустимо, середній ступінь вигоди 7 %, тобто люди згодні зберегти 100 дол, щоб через рік одержати 107 дол. Але деякі жадають через рік 130 дол, тобто їхня суб'єктивна норма тимчасової переваги дорівнює 30 %. Чим вище суб'єктивний ступінь вигоди, тим більше потреба в компенсації відстрочки винагороди, або потреба розподіляти ресурси в сьогоденні, а не резервувати.

Для виміру суб'єктивного ступеня вигоди (компенсації за відстрочку) використовують такий тип питань: «Якщо Вам запропонують 100 дол зараз або X доларів через шість місяців, яка буде найменша сума грошей (X доларів), що Ви зволієте 100 дол зараз?».

Можуть використатися варіації цього питання, коли дається майбутня сума й запитується дійсна сума грошей, або пропонуються обидві

суми й з'ясовується часовий інтервал. Альтернативні виміри тимчасової переваги проводяться за допомогою змушеного вибору, наприклад:

«Припустимо, у Вас є вибір між одержанням 100 дол сьогодні й 200 дол через рік, що б Ви вибрали?».

За цим питанням можуть впливати інші в «каскадній» формі, наприклад (якщо випробуваний вибирає 200 дол):

«Припустимо, у Вас є вибір між одержанням 100 дол сьогодні й 175 дол через рік, що б Ви вибрали?».

Опитування триває доти, поки випробуваний не вибере 100 дол. Вибір випробуваного може бути використаний як індикатор тимчасової переваги.

Проведені опитування дозволяє виявити такі закономірності:

а) норми тимчасової переваги (або ступеня вигоди) на короткострокових тимчасових інтервалах істотно вище, ніж на довгострокові;

б) існує тенденція встановлювати більш високі норми тимчасової переваги для відносно невеликих інвестицій у порівнянні з великими вкладеннями капіталу;

в) більшість людей установлюють більше високі норми тимчасових переваг для призів і виграшів, на відміну від штрафів і покарань;

г) значну роль у масовій свідомості відіграє форма вираження призів і штрафних санкцій, грошова форма найбільш дієва.

Суб'єктивний ступінь вигоди залежить від освіченості. Так, студенти факультетів економіки й фінансів показують більш адекватну, наближену до реального, наприклад, порівнянної з річною нормою відсотка банківських позик і внесків у країні, тоді як незнайомі з економікою й фінансами, демонструють суб'єктивний ступінь вигоди від 35 до 139 % у середньому для різних аспектів інвестиційного поведінки.

Очікувана інфляція впливає на бажання одержати гроші зараз, але в людей з високими нормами тимчасової переваги воно часто багаторазово перевищує відсоток інфляційного приросту.

4. Психологічний портрет брокера валютної біржі

Діяльність брокерів валютної біржі містить елементи як ігрового, так і підприємницького ризику. Ризик брокера, як правило, не розподілений між учасниками торгів, а зосереджений в одному суб'єкті й надзвичайно інтенсифікований. Він вимагає не тільки високого професіоналізму, але й швидкості реакції, певного ансамблю нервово-психічних якостей. Представники цієї професії піддаються серцево-судинним і нервовим захворюванням. Не дивно, що в біржовому колі (ямі) працюють люди в основному молоді, у віці 20–30 років.

Нами були обстежені брокери й дилери валютної біржі Санкт-Петербурга. **Брокери** здійснюють угоди за **рахунок і для клієнтів** –

членів і не членів біржі, фірм і приватних осіб за комісійні. Вони ризикують чужим капіталом і своїм благополуччям і престижем. **Дилери** діють на фінансовому ринку **від свого імені** й за свій рахунок, тобто вкладають у справу власний капітал й, таким чином, є представниками фінансового підприємництва. Вони укладають угоди, прагнучи з вигодою для себе використати самі незначні коливання цін, завдяки перевазі в часі в порівнянні із клієнтами, які перебувають поза будинком біржі. Час, протягом якого вони тримають контракт із моменту покупки до моменту продажу, становить найчастіше від декількох секунд до декількох хвилин. Те саме юридична або фізична особа, маючи відповідне право, може здійснювати посередницьку діяльність й як дилер, і як брокер у різний час. Характеристики особистісних портретів дилерів і брокерів фінансового ринку подібні.

Передумови готовності до ризику: брокера мають глибинну психоенергетичну природу й виражаються в перевазі певних характеристик темпераменту й вольових рис. Дослідження показали, що для забезпечення насиченої ризиком діяльності важливий не тільки рівень енергетичної обдарованості, але й те, як звичайно витрачається енергія. Звичні способи реагування на навколишнє середовище й дії в ній у брокерів характеризуються витратою енергії в поза (активні, демонстративні), а не на втримання внутрішнього «вогнища порушення», пов'язаного з дозволом внутрішніх конфліктів і проблем (люди, що переживають сильні й стійкі емоції, уразливі, педантичні). У брокерів висока емоційна стійкість і низька тривожність. Сильні емоції, чутливість і глибина переживання заважають брокерові, оскільки його успіх і неуспіх погано прогнозується.

Що стосується *вольових якостей*, то в портреті брокерів домінують ті вольові якості, які вимагають *адаптації до короткочасного, але дуже інтенсивного ризику ухвалення рішення в цейтноті й із приводу грошей*. Це, насамперед, така вольова риса, як самовладання, що складається в умінні підкоряти собі небажані й при цьому досить сильні спонування. Важливі також цілеспрямованість, наполегливість (здатність до тривалої неослабної напруги енергії, рух до кінцевої мети, незважаючи на труднощі) і рішучість (вольова якість особистості, що виражається у здатності людини вчасно й без зайвих коливань приймати досить обгрунтовані рішення й проводити їх у життя).

Завдання для самоконтролю

1. Дайте характеристику фінансовому ринку.
2. Оцініть податкову політику в Україні.
3. Як проявляється податкова поведінка платників податку?

4. Що таке податкова культура?
5. Поясніть психологічний аспект проблеми ставлення до цінних паперів.
6. Які психологічні фактори зумовлюють календарні коливання курсу цінних паперів?
7. У чому полягає ефект реверса?
8. Перерахуйте основні джерела впливу на поведінку біржовиків.
9. Які Ви знаєте загальні психологічні особливості поведінки на біржі?
10. Поясніть психологічний аспект поняття «ступеню вигоди».
11. Назвіть основні психологічні риси брокера валютної біржі.

ТЕМА 10

ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ ПРОЯВ В ЕКОНОМІЦІ І ПСИХОЛОГІЇ

1. Економічна сутність та психологічні проблеми інновацій
2. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком
3. Роль освіти у розвитку національної інноваційної системи
4. Психологічні аспекти знаннєвої економіки

1. Економічна сутність та психологічні проблеми інновацій

Передусім зазначимо, що під інноваціями зазвичай розуміють уведений у використання новий або значно удосконалений продукт (товар, послугу) чи процес, новий метод продаж або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках. У Законі України «Про інноваційну діяльність» інновації визначено як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери».

Й.Шумпетер, із іменем якого пов'язують появу поняття «економічна інновація», використовував термін «здійснення нових комбінацій». Він писав, що «форма і зміст розвитку в нашому розумінні в такому випадку задаються поняттям «здійснення нових комбінацій».

Це поняття охоплює такі п'ять випадків:

- 1) виготовлення нового, тобто ще невідомого споживачам блага або створення нової якості того чи іншого блага;
- 2) впровадження нового, тобто в галузях промисловості ще практично невідомого, методу (способу) виробництва, в основі якого не обов'язково лежить нове наукове відкриття і який може полягати також у новому способі комерційного використання відповідного товару;
- 3) освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому нова галузь промисловості цієї країни досі ще не була представлена, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні;
- 4) одержання нового джерела сировини або напівфабрикатів, незалежно від того, чи існувало це джерело раніше, чи його просто не брали до уваги або воно вважалося недоступним, чи воно тільки ще має бути створеним;
- 5) проведення відповідної реорганізації, наприклад, забезпечення монопольного стану (шляхом створення тресту) або підризу монопольного стану іншого підприємства».

Першим продуктом інноваційної діяльності людини було вироблене нею знаряддя праці, тобто вперше було створено те, чого не існувало в природі. Вже тут у зачатковому стані присутні моменти, які потім перетворилися у самостійні стадії руху інноваційного продукту від ідеї до практичного втілення. Це також свідчення інноваційної природи людини та її інноваторської сутності. Створюючи знаряддя праці, людина одночасно творить і себе – суб'єкта інноваційної діяльності.

Крім того, в процесі створення знаряддя праці і творення людини виникає нова технологічна, організаційна, соціальна і психологічна форма відношення між людьми з приводу їх взаємодії з природою. Це також інноваційний продукт, який у синкретичному стані містить у собі предметну, технологічну, організаційну і соціальну форму інновації, що ще не склалася, а тільки виникає. З наведеного вище випливає, що перехід до інноваційної економіки за своєю суттю співпадає зі створенням умов для розкриття творчої суті людини, розвитку її здібностей в усіх формах їх прояву – суб'єктних, предметних, соціально-психологічних тощо.

Людина і суспільство з самого початку виникають у результаті одночасного поєднання і розділення особистого та суспільного, що знаходить втілення у формі спільно-розділеної праці, яка стала основою розвитку, з одного боку, розподілу і спеціалізації праці, відособлення операцій та її знарядь, з іншого боку, кооперації, усупільнення праці, обміну її результатами та поєднання цих моментів у розвитку техніки та технологій, науки та інновацій. Землеробство і промисловість, будівництво і торгівля, освіта і наука, культура і мистецтво – все це і багато іншого – лише різні сфери спільно-розділеної праці.

Уся історія людства – це історія інноваційного компоненту спільно-розділеної праці, її суб'єктів і результатів. Проте зараз у цій історії настав етап інтенсивного розгортання інноваційної сутності людини, що виражається у переході **від відтворювального до інноваційного типу розвитку**.

Власне всякий перехід від однієї стадії розвитку суспільства до наступної пов'язаний з інноваціями: застосуванням принципово нових засобів виробництва і технологій, соціальних форм організації суспільства. Кам'яні і металеві знаряддя праці, колесо і парова машина, рабство і колонат, обмін товарами і гроші є технічними і соціальними інноваціями, що знаменують прогресивні віхи розвитку суспільства.

Але спочатку роль інноваційної компоненти з точки зору екстенсивного розповсюдження була незначною, перевагу мало вже існує просте відтворення. Внаслідок цього розвиток економіки і суспільства мав формаційний і стадіальний характер: спочатку відбувався поступовий еволюційний розвиток засобів виробництва і технологій, накопичення техніко- технологічних змін на економічній основі, що вже скла-

лася, а потім здійснювався революційний перехід до нового соціально-економічного устрою, що відповідає новому технологічному укладу.

В інноваційному типі розвитку динамізм змін досягає такого рівня, за якого мінливість починає істотно переважати над стійкістю. Якісні зміни стають безперервними, а розвиток – не ступеневим, а процесуальним.

Наразі Україна перебуває у глибокій кризі. Старий індустріальний потенціал значною мірою вичерпано. Потенціал інноваційного розвитку не сформовано. Якщо в найближчі роки не вдасться започаткувати процеси, які нарощуватимуть інноваційний потенціал, створюватимуть механізми інноваційного розвитку, поступово переводячи економіку на інноваційну основу, то Україна неминуче й остаточно перетвориться на сировинний придаток розвинених країн. Вона втратить кадровий і освітній потенціал, значну частину корінного населення і перспективи поповнити ряд розвинених країн.

Стрижневим процесом руху від відтворювального до інноваційного типу розвитку є **перехід від індустріально-ринкової до інформаційно-мережної економіки**. Закономірності функціонування цих двох систем істотно відрізняються. Тому сам по собі перехід неминуче поєднує різні закономірності та змішані форми, характеризується зростаючою невизначеністю, різними дисбалансами, конфліктами, кризами, біфуркаціями, психологічними стресами і загальною нестабільністю.

Адже закономірністю є те, що формування конкурентних переваг в економіці цілком і повністю залежить від темпів інноваційного розвитку.

Натомість з іншого боку саме інновації призводять до вивільнення працівників внаслідок запровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, вимагають постійного підвищення професійного рівня працівників та опанування нових професійних навичок.

В цьому подвійна сутність інновацій у економічному та психологічному вимірах. Саме ця особистість вимагає конвергенційного підходу до пристосування нововведень задля прискорення економічного розвитку та збереження стійких психологічних настроїв у різних суспільних верстах населення.

Разом із змінами в технологічних укладах відбуваються інноваційні зміни в соціальній організації суспільства, психологічному сприйняттю нововведень та в характеристиках самої людини. Формується мережеве суспільство і мережева людина – нетман (Netman). Різноманітні об'єднання людей за інтересами (професійними, територіальними, економічними, політичними, культурними, релігійними, духовними, сімейними, гендерними, специфічними та ін.), що практично утворюють певні соціальні мережі, поступово набувають визначального характеру. Суспільство глобалізується і одночасно фрагментується на мережі. Те ж саме відбувається і з людиною.

Людина входить у цілу низку різноманітних мереж, кожна з яких має свої правила і стереотипи поведінки. Перехід людини від однієї мережі до іншої, від одних правил поведінки до інших відбувається стрибкоподібно, без перебування в проміжних точках, подібно тому, як електрон в атомі переходить з орбіти на орбіту. Це робить поведінку людини значною мірою алогічною, непослідовною і девіантною порівняно з традиційною.

Розвиток мережовості набуває психологічної суперечливості. З одного боку, він відкриває нові, небачені в минулому, можливості людського прогресу, з іншого – породжує ризики фрагментації особистості і суспільства, психологічного дискомфорту та різноманітних конфліктів. З'являються також небачені раніше можливості обробки великих масивів інформації і мережевого контролю над людиною. Інноваційність у такому випадку може перетворитися у фактор інтенсифікації деструкції суспільства. Доля суспільства та його інноваційний розвиток залежать від того, чи вдасться в об'єктивному процесі розвитку мережевих структур зберегти ієрархію, яка надасть цьому розвитку упорядкований і цілеспрямований на суспільні цілі характер, чи мережа (а до неї відносяться і терористичні структури) призведе до фрагментації, конфліктності, хаосу і розпаду суспільства.

Через викладене вище принципово практичного значення набуває співвідношення відтворення та інновацій. Переважання інновацій над простими відтворювальними процесами само по собі породжує ризики втрати якісної визначеності, переходу в інший невідомий стан, втрати стабільності й розпаду. Тому ці ризики повинні бути поставлені в певні інституційні рамки, які не дадуть можливості розвитку руйнівних процесів.

Таким чином, з викладеного можна зробити такі висновки:

1. Інноваційність є родовою ознакою людини, яка виникла разом з нею і є основою всякого прогресу.

2. Людська особистість є головним інноватором і базовим ресурсом інноваційного розвитку суспільства. Саме від того, наскільки всебічно розвиненою і здатною до творчості буде особистість, залежить інноваційний потенціал конкретного суспільства, в межах якого може бути розгорнутий індивідуальний творчий потенціал.

3. У розвитку інноваційності можна виділити три великі періоди:

- інноваційність є спорадичним явищем, яке присутнє, але не визначає основні домінанти розвитку суспільств. Протягом багатьох поколінь здійснюється просте відтворення. А після накопичення якісних змін відбувається перехід на новий рівень, на якому знову панує просте відтворення. Така ситуація характерна для доіндустріального суспільства;

- інноваційність стає системним явищем, що зумовлює ряд технологічних переворотів у межах існуючої суспільної форми (індустріально-

ринкового господарства), але за кожним якісним стрибком на новий рівень настає достатньо довгий період його екстенсивного поширення;

- інноваційність перетворюється на елемент, який переважає над відтворенням старої якості і стає визначальною характеристикою типу розвитку. Це відбувається в умовах формування інформаційно-мережевої економіки.

4. Перехід до інноваційного типу розвитку тісно пов'язаний з формуванням інформаційно-мережевої економіки і відкриває величезні перспективи соціально-економічного прогресу, але разом із тим створює суттєві ризики дестабілізації, конфліктів, психологічної деградації особистості і суспільства.

5. У проведенні інноваційних перетворень необхідно орієнтуватися на закони архітектоніки, що визначають рівноважні траєкторії і темпи змін.

Зокрема це закони рівноваги, золоті середини, або усереднення та динамічного структурування, або золотого перетину.

2. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком

Поняття розвитку є одним з фундаментальних категорій філософії, які відображають людське існування. Тому інтерес до осмислення сутності цього поняття і його видових проявів у всіх сферах діяльності людини буде зберігатися доти, доки буде існувати людство.

Організація інновацій у широкому значенні характеризує способи упорядкування та регулювання дій окремих особистостей і автономних груп робітників, орієнтовані на досягнення певних цілей щодо створення і реалізації в соціально-культурній, науково-технічній, виробничій, оборонній і економічній сферах діяльності людей інновацій будь-якого вигляду і спрямованості, різного ступеня новизни і складності, практичної цінності і ефективності, завдяки спільним і скоординованим діям. При цьому інноваційна діяльність характеризується винятковим динамізмом, високими темпами моральної застарілості отриманих результатів і, відповідно, появою й реалізацією все нових інновацій. Дуже важливо, що при цьому відсутня суворо пропорційна залежність між витратами праці і коштів та результатами, що досягаються.

Характерною особливістю систем організації інновацій є наявність і переважання в них невизначеності й ризику в досягненні цілей і кінцевих результатів.

У зв'язку з розподілом і кооперацією праці, множенням кількості та ускладненням інновацій на основі пізнання законів природи, розвитком суспільства і підвищенням його вимог до широкого впровадження у всі сфери життя ефективних технологій створення і використання іннова-

цій все більш гострою стає необхідність забезпечення ефективної організаторської діяльності в інноваційних процесах. У свою чергу, це неможливе без чіткого уявлення завдань організації інновацій і без урахування особливостей конкретних сфер створення та використання інновацій. Під час вирішення конкретних завдань повинні використовуватися різні організаційні форми інноваційних процесів, включаючи ті або інші організаційні структури, способи їх побудови, функціонування та вдосконалення, методи забезпечення впровадження інновацій і оперативного управління ними.

Сучасна теорія і практика управління інноваційною діяльністю володіє великим різноманіттям форм і видів організації інновацій. Істотними ознаками для систематизації і класифікації видів організації інновацій є задачі, форми і способи виникнення організаційних рішень.

Одна з істотних особливостей інноваційного менеджменту полягає в тому, що в ньому важливе місце посідає неформальна організація, в якій спонтанно виникають внаслідок невизначеного характеру інновацій відносини між людьми і структурами у процесі виконання інноваційних проектів. Значні наукові і практичні результати в інноваційній сфері можуть досягатися у процесі неформального спілкування і співпраці вчених та фахівців, розвитку наукових шкіл і рухів, діяльності форумів, роботи симпозіумів і наукових конференцій.

Нові можливості неформальної організації інновацій пов'язані з розвитком сучасних інформаційних технологій і глобальних міжнародних інформаційних систем. У процесі управління інноваційною діяльністю важливого значення набувають фактори впливу на сприйнятливість ринку праці до інновацій. Аналіз практики управління показує, що підприємці частіше і швидше освоюють нововведення, ніж менеджери-управлінці, які не здійснюють активної інноваційної діяльності, навіть у випадку, коли є потреба у змінах і відомо про наявність нововведень. Отже, представники малого бізнесу є більш сприйнятливими до нововведень. Вони приділяють велику увагу визначенню реальних факторів, що сприяють чи перешкоджають проходженню інноваційних процесів. Їх можна об'єднати в чотири групи.

Перша група – мотиваційне забезпечення інновацій – поєднує такі фактори впливу, які визначаються як такі, що стимулюють інноваційну активність особистості. До них відносяться: керівництво (підтримка і схвалення, взаємодія, зворотний зв'язок та ін.), морально-психологічний клімат у колективі, внутрішня та зовнішня вмотивованість працівників до нововведень. Мотиваційне забезпечення визначає саму появу творчого підходу в трудовій діяльності.

Друга група інноваційних детермінант умовно названа інноваційними ресурсами. Вона об'єднує такі фактори, як характеристики персона-

лу (знання і досвід співробітників підприємства, здібності у сфері поставленого завдання, кругозір тощо), матеріально-технічні і фінансові ресурси, а також комунікаційне забезпечення (науково-технічна інформація, інформація про стан справ тощо). Вона впливає на кількісні та якісні характеристики ідей, визначає багатоваріантність і селективність інноваційного процесу.

Третя група представлена організаційно-структурними факторами. До неї відносяться параметри організаційної структури, що мають ситуаційний вплив на інноваційний процес: рівень централізації, формалізованості і складності структури.

Четверта група – зовнішні фактори (зовнішньоорганізаційні фактори), до яких відносять: конкурентоспроможність, ступінь складності та неврівноваженості навколишнього середовища, рівень розвитку фундаментальних наук і, власне, здатність кадрового потенціалу адаптуватись до зовнішніх умов.

Сукупність цих факторів утворює модель сприйнятливості ринку праці до нововведень, яку в загальному вигляді можна зобразити таким чином:

$$СП = F(f_{\text{мот}}, f_{\text{рес}}, f_{\text{орг}}, f_{\text{зовн}}),$$

де СП –сприйнятливість ринку праці до нововведень;

$f_{\text{мот}}$ – фактори мотиваційного забезпечення інновацій;

$f_{\text{рес}}$ – інноваційні ресурси;

$f_{\text{орг}}$ – організаційно-структурні фактори;

$f_{\text{зовн}}$ – здатність адаптуватися до зовнішніх факторів.

У сучасних умовах формуються нові підходи до визначення змісту поняття «трудовий потенціал». Вони, насамперед, враховують відповідність вимог техніки й технологій здібностям і можливостям працівників, що дуже важливо в умовах інноваційної професійної діяльності. Трудовий потенціал (ресурси) доцільно розглядати як економічну категорію, що відображає потенціал здатності населення країни до інноваційної праці, який суспільство має у своєму розпорядженні на певний момент часу.

Концептуальною основою відтворення трудового потенціалу є інтегрований підхід, згідно з яким уможливорюються процеси формування та розвитку трудової активності й інноваційного потенціалу працівників підприємств, їх розумових та інтелектуальних здібностей тощо. У цих процесах важливу роль відіграють елементи суспільного відтворення – інноваційні досягнення в освіті, науці, техніці, економіці тощо.

Отже, у відтворенні трудового потенціалу необхідним є: здійснення аналізу зайнятості, у тому числі продуктивної, а також трудової мігра-

ції, удосконалення системи показників, що визначають попит, пропозицію і кон'юнктуру ринку інноваційної праці; вивчення впливу діючих систем оплати праці на розвиток ринку праці; дослідження результатів і наслідків функціонування ринку праці; дослідження економічної активності й територіальної мобільності працівників тощо. За цих умов ринок трудового потенціалу розглядається як відносини між суб'єктами інноваційної праці у процесі трудової діяльності з метою задоволення потреб працівників, підприємств, галузей економіки й суспільства в цілому.

Зважаючи на те, що Україна володіє значним трудовим потенціалом, то перетворення його у людський капітал (тобто капіталізація трудового потенціалу) зумовлює необхідність залучення значних інвестицій. Йдеться про фінансові ресурси для створення правових, економічних, соціальних і організаційних засад щодо збереження, відтворення та розвитку трудового потенціалу. Це дасть змогу поліпшити природну базу формування трудового потенціалу; модернізувати освітню базу; підвищити рівень зайнятості населення, їхніх трудових доходів; знизити ризики втрати здоров'я і життя працівників підприємств; вдосконалити процедуру захисту прав і гарантій громадян у сфері соціально-трудових відносин. Одним із можливих механізмів стимулювання цих процесів є ефективна взаємодія держави і бізнесу, запровадження інноваційних систем управління персоналом підприємств.

Вдосконалення структур управління інноваційним процесом відбувається по-різному, зокрема за рахунок збільшення чисельності ланок управління по горизонталі за рахунок дроблення функцій підрозділів, створення програмно-цілевих структур управління тощо.

Управління інноваційними процесами розвитку трудового потенціалу відбувається на стратегічному та оперативному рівнях. Орієнтація на інноваційний розвиток у довготерміновій перспективі потребує приділення особливої уваги управлінню людським потенціалом на стратегічному рівні, що передбачає аналіз глобальної економічної ситуації за довгостроковий період, прогнозування її можливих змін у майбутньому, пошук та реалізацію масштабних інноваційних проектів, що можуть забезпечити ефективну діяльність та стабільний економічний стан у тривалій перспективі. Стратегічне управління охоплює планування, організацію та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій.

В управлінні інноваційною діяльністю використовують тринадцять наукових підходів, а саме системний, відтворюючий, комплексний, динамічний, маркетинговий, інтеграційний, нормативний, оптимізацій-

ний, процесний, директивний, функціональний, поведінковий, ситуаційний.

Сучасні дослідження виявили доцільність додавання до цього переліку мотиваційного підходу, що передбачає використання різних груп мотивів (прибутковості, творчості, престижу, подолання внутрішніх проблем та задоволення соціальних проблем) як факторів генерації нововведень у механізмі управління.

Вітчизняним науковцем Ю. В. Колесником було розроблено та запропоновано до впровадження окремо концепцію креативного управління як таку, що найбільш відповідає інноваційному напрямку розвитку. В основу теорії креативного управління покладено новий погляд на інформаційні параметри об'єкта, що досліджується, пов'язаний із замінною символічного інформаційного опису такою інформацією, що характеризує дії, спрямовані на підтримання рішень, координацію та коригування дій управління. Тобто розглядається не знання саме по собі, а цілий процес створення знання організації, що призводить до створення умов для появи інновацій.

Таке управління урахує елементи творчості, креативності та оригінальності, які притаманні інноваційній діяльності, орієнтує на створення нової системи знань та навичок, а відповідна йому стратегія має загальну творчу спрямованість (рис. 3).

Питання впровадження креативного управління є досить новим та недостатньо дослідженим у сучасній вітчизняній науці.

Найважливішим для сучасного фінансового забезпечення інноваційного розвитку стає знаходження таких механізмів, які б якнайкраще відповідали і внутрішній логіці феномену інновацій, і різноманітності зовнішнього впливу.

Система управляючих дій інноваційним розвитком на ринку праці повинна включати пошук шляхів раціоналізації розподілу фінансових потоків та їх джерел між його окремими стадіями і суб'єктами.

З цієї метою важливим є запровадження практики законодавчого встановлення пропорцій розподілу фінансових ресурсів між усіма складовими системи інноваційного розвитку; оптимізація таких співвідношень, оскільки пропорції, що склалися сьогодні в системі «освіта – наука – техніка – виробництво» та між її окремими елементами свідчать про нераціональність економічної стратегії держави у сфері забезпечення інноваційного розвитку; раціоналізація структури джерел фінансування стосовно окремих складових системи інноваційного розвитку, їх елементів та суб'єктів інноваційного ринку – новаторів, імітаторів.

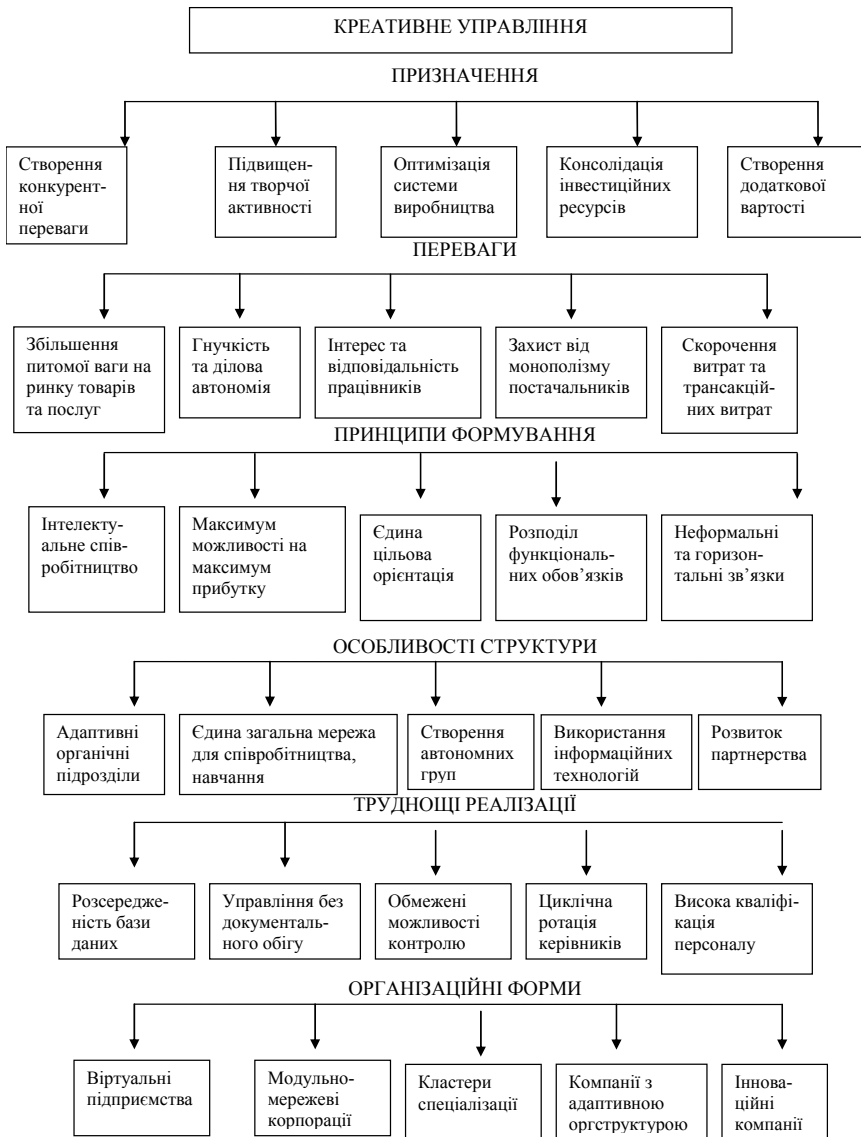


Рис. 3. Концепція креативного управління інноваційними процесами

Високодинамічність факторів, які визначають постійний розвиток фінансових категорій, появу в кожному новому періоді своїх особливостей значною мірою зумовили втрату у процесі використання цих категорій конструктивної ролі їх сутнісних характеристик, а в деяких випадках взагалі призвели до підміни сутнісного підходу організаційним; посилення прагматичного підходу не повинно відбуватися за рахунок недооцінки фундаментальних якостей. Найбільш продуктивним методологічним ключем до практичного застосування окремих аспектів категоріального базису є пізнання їх внутрішнього наповнення, виділення базисних принципів, щоб на основі цього врахувати специфіку їх змісту стосовно реальної дійсності.

Фінансове забезпечення інноваційного розвитку на ринку праці в контексті і загальнотеоретичної, і практичної площини доцільно визначати цілісним процесом, що охоплює власне фінансове забезпечення, можливості нагромадження і відтворення фінансових ресурсів, а також його регулятивний потенціал. Зважаючи, що економічну основу фінансового забезпечення становлять фінансові ресурси, основні його проблеми вбачають у їх наявності. Незважаючи на поширеність такого підходу, в окремих аспектах він може бути визнаний обмеженим, оскільки висвітлює односторонню залежність між обсягами фінансових ресурсів та рівнем розвитку, коли фінансові потоки нібито консервуються у стані, що існує в конкретному часі та просторі. Разом з тим не можна ігнорувати внутрішні імпульси (часто зовні не передбачуваного руху) залежностей між обсягами фінансових ресурсів і можливостями розвитку.

Для комплексного відображення об'єктивної реальності зазначені переваги категорії «потенціал» – якісного показника, що характеризує функціонування економічної системи. Розуміння і поєднання в межах єдиної методологічної основи – категорії «фінансовий потенціал» наявних фінансових ресурсів (як своєї спожитої частки) та їх резервів (що можуть бути використані за певних умов), на відміну від обмеження розвитку категорією «фінансові ресурси» здатні інтегрувати глибинні економічні процеси, здійснити мобілізуючий вплив на розкриття джерел розвитку, виявити нові грані фінансових резервів, чітко окреслити перспективи розвитку, вказати на необхідність проведення тих чи інших заходів для реалізації генеруючої функції фінансового механізму. Це дозволяє забезпечити єдність та цілісність теоретичного задуму, аналітичних і емпіричних результатів дослідження.

Різні спеціалісти з питань стратегічного управління, згідно з особливостями власних концепцій, пропонують свої підходи щодо стратегічного управління інноваційною діяльністю. Спрощену схему порядку розроблення стратегії інноваційного розвитку трудового потенціалу представлено на рис. 4:

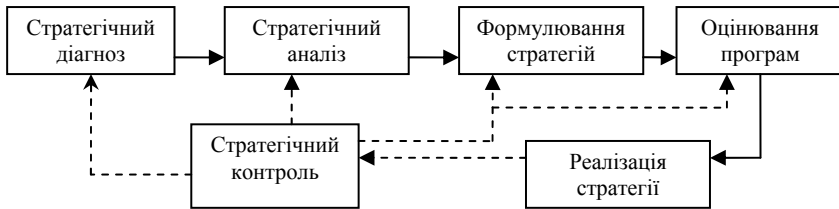


Рис. 4. Спрощена модель стратегічного управління інноваційним розвитком трудового потенціалу

Усі етапи процесу стратегічного управління інноваційним розвитком створюють складну систему із причинно-наслідковими зв'язками – прямими та зворотними, та такими властивостями, як чутливість та здатність переналагоджуватися залежно від динаміки середовища господарювання. Існує об'єктивна необхідність детального їх дослідження, визначення зв'язків між ними, а також вирішення завдання організаційно-методичного забезпечення їх реалізації. Останнє повинно виконуватися з врахуванням неоднозначності управління, тобто передбачати багато-варіантність організаційно-методичного забезпечення стратегічного управління в контексті креативної концепції.

3. Роль освіти у розвитку національної інноваційної системи

В Україні внаслідок ліберальних реформ 1990-х рр. та подальшого вибудовування відкритої економіки, значної деструкції зазнав інститут сім'ї, котрий споконвічно прагнув дати дітям належну освіту. Адже лише освіченій людині відкривалась життєва перспектива та суспільне визнання. За таких умов у здійсненні виховної функції зростає роль закладів освіти. Але державного контролю за якістю знань та вмотивованості до виконання додаткового навантаження значною мірою зумовлює байдуже або ж формальне ставлення вчителів загальноосвітніх закладів до навчально-виховного процесу. Система профтехосвіти не адаптована до потреб ринку у кадрах масових професій. Шалена комерціалізація освіти в межах вищої школи, поєднана з «конкуренцією за студента», знижує вимоги до якості знань. Орієнтація вищої школи на вузьку спеціалізацію та формування функціонального способу мислення призводить до того, що випускники залишаються безпорадними як перед швидкою зміною технологій і відповідного рівня знань та вмінь щодо них, так і перед інституційною неспроможністю прогнозувати потреби національного ринку праці.

У результаті на сімейному рівні психологія до отримання належної освіти опинилась у конфлікті з економічними можливостями, особливо в частині гарантовано отримати робоче місце, достойний рівень оплати праці, придбати житло тощо.

Внаслідок постійного загострення цих суперечностей здатність до цілеспрямованості творчої діяльності формується лише у незначній кількості молоді. На додаток критично необхідний для інноваційного розвитку українського суспільства креативний прошарок людей продовжує скорочуватись внаслідок згортання робочих місць у високотехнологічних сферах економічної діяльності.

Сумарно за таких психологічних та економічних умов у суспільстві сформувався певний передморальний вакуум і новаторський дефіцит, що призводить до суперечностей між окремими соціальними групами та ланами суспільства.

Беззаперечно, що одним із ключових інститутів інноваційної економіки є держава. До її функцій входить створення такого інституційного середовища, яке спроможне забезпечити належне фінансування організаційних структур, що генерують інновації, мінімізацію супротиву поведінки суб'єктів господарювання на стадії комерціалізації, надання преференцій сферам, що є стратегічно важливими для економічної безпеки та конкурентоспроможності національної економіки.

До інструментів підтримки інноваційної діяльності є розвиток відповідної інфраструктури; прогнозування технологічної модернізації економіки; захист інтелектуальної власності; пільгове оподаткування інноваційно активних суб'єктів господарювання; збільшення державного фінансування науково-дослідних установ та інноваційної господарської діяльності; державні гарантії стосовно розробки, виробництва та використання високотехнологічної продукції.

Не дивлячись на суперечності сучасного трансформаційного періоду система освіти як основа економіки, що ґрунтується на знаннях, є формою організації виховання і передання систематизованих знань та інформації, нині відіграє важливу роль у реформуванні науково-технічних, економічних, соціальних, культурно-етнічних, психологічних та інших відносин.

Як складова державного устрою вона має формуватися, функціонувати й розвиватися в межах державної розбудови, враховувати набутий досвід своєї та інших країн, досягнення світової культури. Процеси глобалізації, що відбуваються останнім часом, також потребують піднесення рівня освітніх послуг до світових стандартів і врахування передових досягнень загальноосвітньої практики інших держав.

У зорієнтованій на потреби держави системі освіти та професійної підготовки в розвинутих країнах склалися певні традиції. Так, основу

вищої освіти в Німеччині становлять університети і прирівняні до них вищі навчальні заклади (ВНЗ). У Нідерландах і Бельгії велика увага приділяється досягненню випускниками високого професійного рівня, що забезпечує їм у майбутньому можливість рівноправної участі в міжнародних науково-технічних програмах; у Великій Британії — формуванню престижу інженерних спеціальностей, що зумовлено політикою залучення передових зарубіжних фірм, які працюють у галузі машинобудування та електроніки.

У політиці кожної держави щодо професійної освіти є свої особливості. Так, політика Німеччини характеризується значним ступенем соціальної спрямованості. Уряд підтримує програми формування у випускників вищих навчальних закладів навичок створення власних інноваційних підприємств.

Процес об'єднання Європи супроводжується формуванням спільного освітнього й наукового простору та розробленням єдиних критеріїв і стандартів у цій сфері в масштабах континенту. Цей процес дістав назву Болонського від назви університету в італійському місті Болонья, де в червні 1999 р. міністри освіти 29 країн від імені своїх урядів підписали документ — *«Болонську декларацію»*.

Зміни, яких зазнає система освіти, виявляються в різних формах:

- ускладненні самого процесу навчання;
- розширенні інституціональних форм і структури організації цієї галузі;
- диверсифікації її фінансового механізму тощо.

Унаслідок цих процесів постає низка проблем, що потребують швидкого розв'язання. Однією з найважливіших є фінансове забезпечення освіти та платність освітніх послуг. Причиною виникнення цієї проблеми є помилкові уявлення щодо вищої школи як агента ринкових відносин. Ця помилковість полягає в необґрунтованому спрощенні можливостей прямого економічного стимулювання в галузях творчої діяльності й відмінностей між навчальним закладом та іншим суб'єктом господарської діяльності: поширилося переконання, що вища школа здатна не лише заробляти гроші, а й бути джерелом поповнення державного бюджету.

Тенденції розвитку освіти в Україні можна характеризувати як переважно негативні, оскільки відбуваються:

- скорочення фізичного обсягу випуску послуг освіти до 70% від рівня 1990 р.;
- скорочення кількості дітей, охоплених закладами дошкільної освіти (у розвинених країнах спостерігається протилежний процес: дошкільна освіта вважається підвалиною для розвитку людини і наступного навчання);

- значне порівняно з 1990 р. скорочення підготовки професійно-технічними закладами кваліфікованих робітників;
- зниження доступності якісної середньої освіти для сільських школярів;
- зниження економічної доступності вищої освіти;
- зменшення інтересу до природничих і математичних наук внаслідок зниження попиту і пропозиції та заробітної плати на ринку праці (хоч саме вони визначають рівень конкурентоспроможності країни);
- втрата впливу держави на процес підготовки кадрів у ВНЗ, виникнення великих диспропорцій у системі підготовки кадрів для реального сектору економіки.

Традиційно провідна роль держави у фінансуванні та наданні послуг у сфері вищої освіти залежить від політичних та економічних обставин, які нині докорінно змінилися. Країни, що розвиваються, стрімко переходять від невеликих елітарних систем вищої освіти до широкого охоплення нею молоді. Уряди таких країн неспроможні фінансувати цей процес, що призводить до зниження якості освіти.

Можна назвати три причини, з яких країна мусить надавати підтримку вищій освіті:

- інвестиції в систему вищої освіти створюють зовнішні ефекти, важливі для сталого розвитку;
- ринки капіталів недосконалі й характеризуються інформаційною асиметрією, яка обмежує здатність окремих громадян одержувати позики на освіту в достатньому розмірі. Така недосконалість призводить до порушення принципів рівноправності доступу до освіти та до зниження ефективності;
- вища освіта відіграє провідну роль у підтримці базової та загальної освіти, посилюючи вплив зовнішніх чинників, що виникають на нижчих рівнях освіти.

Неоднозначним нині є розуміння системи *державного замовлення на підготовку фахівців*.

По-перше, є правова норма, відповідно до якої держава гарантує безоплатне навчання студентів у встановленій пропорційній нормі. Держзамовлення може бути визначене на підставі цього показника, а методологічна проблема з'ясування економічної сутності держзамовлення поступається місцем проблемі розроблення методики диференційного держзамовлення за спеціальностями та річними обсягам й прийому студентів. .

По-друге, в основу визначення держзамовлення покладено, що держава має створювати сприятливі умови для функціонування й розвитку підприємств усіх галузей та всіх форм власності як основи соціально-економічного розвитку країни, що гарантовано Конституцією України.

В цьому разі держзамовлення, по-суті, дорівнює потребі національної економіки у фахівців, а проблема її формування полягає в розробленні адекватних методів довгострокового прогнозування соціально-економічного розвитку та створенні методик визначення потреби в кадрах на підставі прогнозованих даних за спеціальностями та роками випуску фахівців

По-третє, держзамовлення — це потреба у фахівцях підприємств, організацій та установ, цілковитим власником або єдиним засновником яких є держава.

Особливе місце серед усього комплексу завдань має належати вибору та обґрунтуванню можливих варіантів *самофінансування вищої школи*, зокрема таких як:

- кредитування вищої освіти;
- фінансування за рахунок комерціалізації,
- використання механізму податкових пільг для вдосконалення фінансового забезпечення;
- розвиток платної системи перепідготовки й підвищення кваліфікації спеціалістів на конкурсній основі;
- розвиток системи бізнес-освіти за рахунок замовника, комерціалізація науки в галузі освіти;
- розвиток у вищій школі сучасних форм інноваційного підприємництва (технопарків, бізнес-інкубаторів, кластерів) як додаткового джерела її фінансування;
- підвищення якості освітніх послуг як можливість залучення інвестицій;
- банківське обслуговування вищої освіти та освітянської науки;
- широке використання нових освітніх та інформаційних технологій, удосконалення науково-методичного забезпечення навчального процесу, поліпшення якості підготовки фахівців і підвищення кваліфікації педагогічних кадрів у галузі інноваційної діяльності,
- здійснення на базі вищих навчальних закладів підготовки та перепідготовки кадрів у сфері інноваційної діяльності, що забезпечують зростання інноваційної активності закладів і комерціалізацію результатів наукових досліджень, а також розвиток системи підготовки менеджерів для інноваційної економіки.

У результаті реалізації зазначених заходів і пропозицій в Україні буде створено умови й досягнуто належного рівня підготовки фахівців із вищою освітою, що гарантуватиме конкурентоспроможність у світовій науковій спільноті; поліпшиться кадровий склад в організаціях науково-технічної сфери та вищих навчальних закладах, буде забезпечено збереження й розвиток провідних наукових і науково-педагогічних колективів, отримано нові науково-технічні результати, що сприятимуть

переходові економіки країни на вищий технологічний рівень, а також поліпшенню екологічної ситуації та якості життя населення.

Прагнення України до становлення економіки знань як нового способу виробництва, який ґрунтується на домінуванні науки і техніки, розвитку високих технологій та наукомістких виробництв, потребує ефективного використання інтелектуального потенціалу. Інтелектуальний потенціал, на нашу думку, є сукупністю ресурсів, що характеризуються людським креативом з притаманними йому освітніми та кваліфікаційними характеристиками, раціональне використання яких у поєднанні з іншими науковими здобутками суспільства забезпечують досягнення нової якості економічного розвитку, високої якості життя людини, збереження навколишнього природного середовища для майбутніх поколінь.

Інформація і знання як вища цінність якісного суспільства не тільки позначаються на всіх сторонах життя суспільства, але й видозмінюють саму людину, трансформують систему цінностей. Кардинально змінюється погляд на працю як головне джерело суспільного багатства. Жива праця все більше еволюціонує в напрямку насичення її творчим змістом, інтелектуальною складовою. У цьому зв'язку інтелектуальний потенціал саме регіональних господарських систем набуває дедалі більшого значення і найближчим часом стане вирішальним критерієм оцінювання їх конкурентних позицій. Інтелектуальний потенціал регіональних господарських систем визначає сукупність їх інтелектуальних ресурсів господарського комплексу.

Інтелектуальні ресурси, інформаційно-інтелектуальні технології зумовили поширення творчої праці, що сприяло досить суттєвим зрушенням у формах власності, соціально-економічній та екологічній структурі виробництва загалом. Людина, її знання, освіченість і професіоналізм на новому етапі розвитку зумовили появу нової реальності – людського потенціалу, що сприяє розвитку й удосконаленню виробництва, значним змінам у його організації та функціонуванні.

Сутнісні характеристики інтелектуальних ресурсів з'явилися у наукових дослідженнях кінця ХХ ст. і вживались поряд з близькими, релевантними поняттями «інтелектуальні можливості», «інтелектуальна власність», «нематеріальні активи» тощо. У вітчизняній літературі, як і в літературі інших транзитивних країн пострадянського простору, відсутнє чітке та однозначне трактування зазначеного поняття. Досить поширеними є визначення інтелектуального ресурсу з діяльністю людей у науковій сфері з урахуванням наявності права інтелектуальної власності. За інших обставин інтелектуальний ресурс трактується як своєрідна сукупність наукових знань, діяльності науковців, які є носіями знань і продукують їх своєю працею, та документальних об'єктів привласнення її результатів. Відомі тлумачення інтелектуального ресу-

рсу як особливого наслідку створення інновацій інтелектуальною силою, який можна описати та ідентифікувати. При цьому ті інтелектуальні ресурси, що мають більший комерційний потенціал, дістають правову охорону і стають інтелектуальною власністю.

Відомо, що це поняття виникло зі спостережень за діяльністю наукомістких високотехнологічних компаній (knowledge companies), що функціонують у високорозвинених країнах. У середині 1980-х років з'явився новий напрям досліджень, предметом якого стало управління інтелектуальним капіталом компанії та використанням знань, що має на меті впровадження інновацій та створення нової вартості. Засновниками досліджень за вказаною тематикою стали професор університету Берклі (Великобританія) Девід Тіс (David Teece) та шведські науковці Карл Ерік Свейбі (Karl Eric Sveiby) і Андрес Ріслінг (Anders Risling). Перший започаткував вивчення питань одержання користі (прибутку) від інновацій (Profiting from Tecnological Innovation), а другі – управління знаннями (managing knowledge).

Більш сучасні публікації з цієї тематики представлені роботами Патріка Салівана (Patric H. Sullivan), Чарльза Ехіна (Ehin Charles) та матеріалами світового конгресу з інтелектуального капіталу. У цих працях зосереджено увагу на компаніях, що працюють у галузях нових високіх технологій та інформаційно-комунікаційній сфері, для яких інтелектуальна власність є основним активом. На відміну від інших видів капіталу (грошового, основного тощо), інтелектуальний капітал не можна побачити, виміряти чи передати. Тим не менш, інтелектуальна власність має бути оцінена, господарюючим суб'єктам необхідно знати, де вона є, як інвестувати в неї та як з цього отримати зиск.

Інтелектуальний потенціал спонукає до посилення реалізації базових функцій суспільного розвитку, до основних з яких слід віднести (рис. 5):

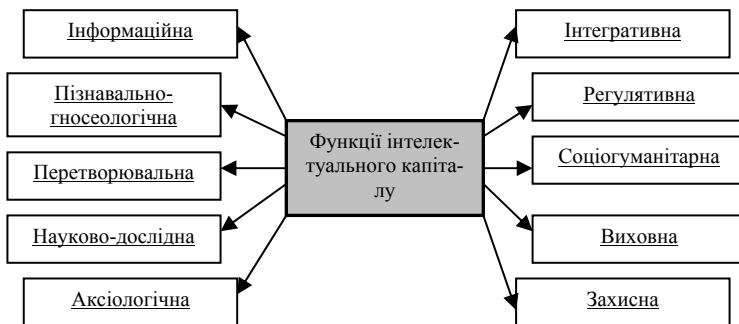


Рис. 5. Функції інтелектуального капіталу

- інформаційну – накопичення, систематизація і передача знань, умінь, навичок, інформації;
- пізнавально-гносеологічну – придбання знань про процеси та явища;
- перетворювальну – перетворення знань у нові результати інтелектуальної діяльності (інформація, продукти, послуги та ін.);
- науково-дослідну – організація і проведення наукових досліджень у економічній, науково-технічній, соціальній, духовній сферах суспільного життя;
- аксіологічну – усвідомлення значущості для суспільства тих чи інших розробок, продукції, робіт, послуг, участь у формуванні особистісного ставлення до них, вибір поведінки на основі свідомої дії і відповідно до цінностей;
- інтегративну – орієнтація на дослідження в усіх сферах і галузях знань з метою отримання синергійного ефекту;
- регулятивну – встановлення норм і правил, які регулюють поведінку економічних суб'єктів;
- соціогуманітарну – розширення пізнання в освіті, культурі, мисленні, зміцнення здоров'я, укріплення духовності;
- виховну – формування суспільної свідомості та самосвідомості індивідів;
- захисну – охорона результатів інтелектуальної праці через їх використання у повсякденній діяльності.

Нерідко поняття «інтелектуальний ресурс» розглядається як сукупність знань, якими володіє суспільство, інтелектуальних здібностей членів суспільства, нематеріальних активів економічних агентів тощо. Відомі також тлумачення інтелектуального ресурсу як особливого наслідку створення інновацій людським капіталом чи інтелектуальною силою, який можна описати та ідентифікувати. При цьому ті інтелектуальні ресурси, що мають більший комерційний потенціал, дістають правову охорону і стають інтелектуальною власністю.

Також зустрічаються публікації, де сенс цього поняття розкривається за допомогою уніфікованої та загальноновживаної термінології господарського обліку, з використанням понять інтелектуальних та нематеріальних активів, й тісно пов'язується з висвітленням проблем реалізації прав інтелектуальної власності та управління активами. Останні з викладених підходів до визначення інтелектуального ресурсу, на наш погляд, є досить близькими до тих, що вживаються у західній літературі, звідки воно й потрапило в науковий обіг.

Наведений спектр трактувань сутності поняття, що розглядається, свідчить про відсутність однастайності у поглядах й однозначності в його визначенні.

Зацікавленість проблемою інтелектуальних ресурсів і породженням нею різноманітним теоретичних підходів пов'язують, як правило, з переходом найбільш розвинених країн до постіндустріального суспільства. Це суспільство приходить на зміну індустріальному виробництву і його досить часто позначають як економіку, засновану на знаннях (*knowledge based economy*), або простіше – як економіку знань (*knowledge economy*). На наш погляд, змішувати ці поняття неправомірно. Знання, а точніше їх виробництво і споживання, мають власну економіку, відмінну від сфери матеріального виробництва чи сфери послуг. Саме цей процес виробництва і споживання знань можна визначити як *knowledge economy* і виділити в самостійну галузь економіки або економічну дисципліну. Зовсім інша справа – виробництво благ, заснованих на знанні, що виступає при цьому як ресурс або фактор виробництва (*knowledge based goods*).

Економіка у широкому розумінні як властивий людям суспільний спосіб виробництва завжди була заснована на знаннях. Знання, енергія й організація – це в кінцевому підсумку ті первинні фактори, якими невід'ємно володіли і володіють люди. Все, що вони мають понад того: природні ресурси, знаряддя праці, суспільні інститути, – це все теж знання й енергія, але втілені в матеріальній, організаційній або інституційній формах.

Неошумпетеріанська школа надає фундаментальній значущості технологічним змінам. Її прихильники тісно пов'язують соціально-економічний розвиток суспільства зі зміною техніко-економічних парадигм. Значний внесок у формулювання цієї концепції зробили Г. Менш, Х. Фрімен, Д. Досі, К. Перес-Перес та інші. В українській літературі ця ідея закріпилася під назвою «технологічний уклад».

Концепція техніко-економічної парадигми виходить з того, що технологічні зміни випереджають зміни в інституційній структурі держави, що є більш інертною через притаманний їй консерватизм інтересів. Досягаючи межі економічного зростання, господарська система набуває стану, коли взаємодія технічної та економічної сфер започатковує утворення нової технологічної парадигми, що знову змінює виробничу систему. Період, за який відбуваються кардинальні зміни в соціально-економічній структурі, і є періодом становлення техніко-економічної парадигми, яка відповідає новим принципам управління в різних сферах, які стають загально визначеними для чергової фази розвитку. Це становлення має лаг 48–68 років, який відповідає довгостроковому коливанню «довгої хвилі Кондратьєва». Зміна парадигми зумовлює радикальну зміну звичного типу інженерного та управлінського мислення і, відповідно, систем управління.

Техніко-економічна парадигма утворюється дією так званих ключових факторів і характером розвитку галузей виробництва протягом життєвого циклу цієї парадигми. Ключовий фактор парадигми – це нові технології і засоби виробництва, що впливають на зміну структури витрат, зменшують відносну вартість одиниці корисного ефекту, створюють нові продукти, що мають значне поширення на ринку, поліпшують якість традиційних продуктів. Техніко-економічні парадигми фактично є чинниками «довгих хвиль» М. Кондратьєва. Тому, власне, їх нумерація йде від нумерації зазначених «довгих хвиль».

Виділяють шість таких парадигм (п'ять – реалізованих, шоста – майбутня, рік початку і кінця – позначає скоріше базову точку інтервалу часу), де ключовими факторами виступають:

- для першої довгої хвилі (1790–1850) – механізація праці у ткацтві;
- для другої довгої хвилі (1851–1895) – вуглевидобуток і паровий двигун;
- для третьої довгої хвилі (1896–1946) – чорна металургія;
- для четвертої довгої хвилі (1947–1989) – енергія (нафта разом з продуктами органічної хімії);
- для п'ятої довгої хвилі (1990–?) – мікроелектроніка;
- для шостої довгої хвилі (2040–?) – біотехнологія.

Слід зазначити, що ключовий фактор певної парадигми діє і для технологій, започаткованих у попередніх парадигмах, змінюючи їх технічну якість.

Ключовий фактор стосується саме масового попиту на відповідні технологічні зміни. Тому лідери світової спільноти опановують ці технології з випередженням. Галузі, що інтенсивно використовують ключовий фактор, найбільш вдало пристосовуються до потреби відповідної організації виробництва, є головними інвесторами в передові технології і формують «технологічний уклад» суспільства. Ці галузі в цьому контексті виконують роль пріоритетних. Розуміння основних закономірностей розвитку та зміни техніко-економічних парадигм та їх взаємозв'язку з інституційною структурою суспільства є важливим фактором формування економічної політики. Ці теорії підкреслюють особливе значення креативної функції, спрямованої на генерацію нових знань і використання їх у виробництві через інноваційно-технологічні зміни.

Таким чином, теоретична обґрунтованість категорії «економіка знань» еволюційно розвивалася у напрямі усвідомлення ролі та значущості науково-технічного фактора у процесі економічного зростання, а потім у напрямку розкриття сутності інформації і знання та пошуку інструментів і механізмів управління інтелектуальними ресурсами.

4. Психологічні аспекти знаннєвої економіки

Витоки концепції економіки знань можна знайти в окремих працях 60-х років XX ст., але її активна розробка почалася у 90-х.

Поняття «економіка знань» почало формуватися в 60-і роки XX ст., а першим його ввів Фріц Махлуп, розуміючи, однак, під цим терміном лише окремий сектор економіки.

Хоча ще один з авторів американської конституції, третій президент США Т. Джеферсон якось зазначив: «Хто сприйняв від мене ідею, користується нею, не обідняючи мене, як той, що отримав світло від моєї лампи, не занурює мене в пітьму». Саме ця глибока думка і лягла в основу нової науки – «економіки знань».

Формуванню економіки знань, характеристиці особливостей власного їй господарського механізму і механізму відтворення присвячені праці вітчизняних і закордонних авторів, зокрема О. Антипіної, І. Астахової, С. Архієреєвої, Д. Белла, А. Варшавського, Ю. Васильчука, Е. Вильховченко, В. Гейця, Дж. Гелбрейта, Г. Григоряна, П. Друкера, Г. Задорожного, В. Іноземцева, Р. Інглегарта, Дж. Куінна, М. Мелоуна, Т. Розака, Т. Сакайя, В. Семиноженка, В. Стьопіна, Е. Тоффлера, Ф. Фукуями, Л. Федулової та інших.

Зацікавленість проблемою ролі знання у суспільстві спостерігалась не лише з боку таких відомих теоретиків, як П. Друкер та Е. Тоффлер, які звернули увагу на нього як на ресурс управління та влади, але й з боку вчених, які вивчають технологію і стратегію управління, теорію організації, і також стали висувати теорії управління знаннями. Так, у своїй останній праці П. Друкер доводить, що в нових економічних умовах знання не є ще одним ресурсом того ж порядку, що й традиційні фактори виробництва – праця, капітал та земля, а взагалі є єдиним значущим ресурсом.

Е. Тоффлер поділяє думку П. Друкера і називає знання потужною силою та ключем до зрушення влади, звертаючи увагу на перетворення знання із доповнення до сили грошей та сили мускулів в їх квінтесенцію, що пояснює причини поширення по всьому світу війни за контроль над інформацією та засобами комунікації.

Продовжуючи роздуми своїх попередників, Дж. Куінн вважає, що економічні та продуктивні сили вміщені в основному в інтелектуальній сфері та у сфері виробництва послуг. Він стверджує, що вартість більшості продуктів і послуг у першу чергу визначається можливістю розвитку заснованих на знаннях нематеріальних активів, таких як технологічні ноу-хау, дизайн продукції, маркетингові дослідження, розуміння клієнта, здатність персоналу до продуктивної праці та інновації.

Більшість дослідників – класиків організаційних теорій – поділяють людське знання на два типи:

1) *знання формалізоване*, що виражене фаховою мовою, формулами, конкретними характеристиками тощо, завдяки чому цей тип знання може легко передаватися одним індивідуумом іншому;

2) *знання неформалізоване* – це особисте знання, результат індивідуального досвіду, що включає такі розмиті поняття, як особисте переконання, думки та системи цінностей, що важко піддаються вербалізації.

Звідси дві форми взаємодії – між неформалізованим і формалізованим знанням та індивідуумом і організацією – визначають існування чотирьох основних процесів трансформації знання, сукупність яких і є створенням знання: із неформалізованого у формалізоване, із формалізованого у формалізоване; із формалізованого в неформалізоване та із неформалізованого у неформалізоване.

Фундатор сучасної неокласичної економіки А. Маршалл одним із перших визнав роль знання в економічних процесах: «Значною мірою капітал складається зі знання та організації... Знання – один із потужних двигунів виробництва... організація допомагає знанню».

Ф. фон Хайек та Й. Шумпетер також надавали великого значення ролі знання в економічних процесах. Вони прагнули описати динаміку перемін в економіці, звертаючи особливу увагу на унікальні знання, які є в розпорядженні кожного економічного суб'єкта, а не на знання, якими володіють декілька економічних суб'єктів. Так, Й. Шумпетер наголошував, що поява нових товарів, методів виробництва, ринків, матеріалів та організацій – це результат нових «комбінацій» знання.

П. Ромер, Р. Лукас та інші прихильники «нових теорій зростання» розглядають науково-технічний прогрес як внутрішній, ендегенний фактор економічного зростання і значною мірою спираються на концепцію людського капіталу. Виділяються три напрями, за якими здійснюються інвестиції, що забезпечують економічне зростання: вкладення в нове знання, вкладення в людський капітал і проміжні витрати, спрямовані на поширення знань і умінь.

П. Ромер і його послідовники розробляють *модель індустрії знання*, що забезпечує економічне зростання, виробляючи нові ідеї. Основні *положення* цієї теорії такі:

- кожна нова ідея вимагає встановленої суми інвестицій у нематеріальні активи (типу НДДКР);
- ця сума знижується згодом, оскільки індустрія, що виробляє знання, може експлуатувати постійно зростаючий запас знань і умінь, або, що те ж саме, виробляти при незмінних інвестиціях більшу кількість ідей;
- індустрія знання є місткою відносно людського капіталу і використовує наявний запас знання як вхідне;

- ціна нових ідей визначається обсягом інвестицій, що спрямовуються в індустрію знання, а також інтенсивністю та ефективністю їх використання;

- більш дешеві нові ідеї підвищують макроекономічну продуктивність і добробут споживачів унаслідок більшого вибору і кращої якості.

При цьому нагромадження людського капіталу розглядається через систему освіти. Вона забезпечує технологічний прогрес, тому що витрати на освіту збільшують запас людського потенціалу і в такий спосіб поліпшують здатність економіки виробляти нові ідеї і дають їй порівняльні переваги в наукомістких виробництвах.

Відомий учений Е. Денісон детально розглядав особливу роль знання в економічному розвитку індустріальних країн. У своїй знаменитій праці він доводить, що саме свою особливу роль знання починають відігравати на високій стадії індустріальної зрілості країни, коли господарюючими системами досягнуто значного ступеня насиченості засобами виробництва та високого рівня фондоозброєності праці.

Слід зазначити, що серед більшості нових управлінських теорій, що з'явилися з середини 80-х років XX ст., бракувало досліджень, присвячених процесу створення знань, тобто ці теорії розглядають в основному придбання, накопичення та використання наявних знань, ігноруючи процеси «створення нових знань».

Відмінною особливістю нової фази технологічного розвитку людства є підвищена увага до знань, оскільки останні все більше проявляють себе у вигляді безпосередньої продуктивної сили. В соціальному плані очікується, що наукомісткі технології можуть сприяти зміцненню демократичних процедур прийняття рішень, підвищенню ефективності управління та безперервному навчанню членів суспільства протягом усього життя. В економічному плані все більше йдеться про появу такого типу економіки, де сектори технологічної матеріалізації знань відіграють вирішальну роль, а виробництво знань є джерелом економічного розвитку.

Подальші перетворення в Україні, як і в більшості країн, що потребують глибших економічних і соціальних реформ, потребують зміни стратегії, зміст і особливості якої принципово відмінні від трансформаційних змін, які відбулися в кінці XX ст. У нову стратегію мають бути закладені внутрішньо іманентні джерела прогресу завдяки, перш за все, масовості сприйняття її населенням, а тому, власне, розвиток має відбуватися в умовах піднесення активності інновацій соціального і технократичного характеру. Перші, як відомо, пов'язані з мотивацією до праці та креативності дій, а другі – з технологіями, які підвищують продуктивність праці, і обидві не повинні відповідати психологічному сприйняттю соціумом змін у рівні та якості життя.

У результаті реалізації такої стратегії має мінімізуватися протистояння, з одного боку, між правлячою елітою, владою та частиною населення, яке в основному нелегітимно збагатилося і хоче зберегти своє нинішнє становище, а з іншого – активними в суспільному і політичному відношеннях масами населення, які в результаті трансформаційних змін не тільки не підвищили рівень свого життя, а й багато в чому втратили свій соціальний статус. Внаслідок цього спостерігається вимушена в масовому порядку еміграція, або ж прагнуть емігрувати, щоб задовольнити передусім свої потреби в якісному працевлаштуванні, яке давало б необхідні джерела і для життя, і для підвищення рівня розвитку, не лише власного, а й родинного. Власне, це є важливим, оскільки попередні зміни, які теж, здавалося, несли інноваційні зміни для нашого суспільства і для економіки, насправді ж у житті більшості населення виникли глибокі суперечності, очікувані цінності девальвували, бо не лише не дозволили досягти нового, більш високого рівня розвитку, а навпаки, життєвий рівень суттєво погіршився. Можна стверджувати, що нововведення в економічному і суспільному відношеннях, що відбулися наприкінці ХХ ст. в Україні, не були по суті соціальними інноваціями, адже в суспільстві й економіці не відбулося ні підвищення рівня життя населення, ні покращення його якості.

Нововведення в результаті трансформаційних змін, що відбулися внаслідок реформ кінця ХХ ст., виявилися процесом, який має глибокі і довгострокові наслідки негативного характеру, тому що країна в таких умовах втратила значною мірою людський потенціал, який і нині має першочергове значення для розвитку економіки. Про ці втрати переконливо свідчать результати розрахунку Індексу людського розвитку за методикою ПРООН, який включає інформацію не про всі (і навіть не всі важливі) показники, що характеризують різні аспекти людського життя, а тільки три найважливіші компоненти, за якими можна концентровано отримати необхідну інформацію. Серед них: індекс тривалості життя, індекс освіти та індекс валового внутрішнього продукту в душовому обчисленні.

Слід зауважити, що збереження в подальшому стабільно високих темпів економічного зростання можливе, коли спостерігатиметься нагромадження соціального капіталу. В такому разі відбуватимуться процеси активізації соціальних перетворень передусім в економічному відношенні, оскільки інновації соціального характеру, а також технологічна культура, які визначатимуться освітою, науково-технологічними перетвореннями, інтелектуальним підприємництвом, які сприятимуть рівноправній співпраці при наростанні конкуренції у глобалізованому світі.

За оцінками соціологів бажання у понад третини населення України виїхати з країни є досить важливим в негативному плані мотивом не

тільки тому, що Україна втрачає потенційний запас нагромадженого капіталу, а й тому, що, емігруючи, ми звільняємо власний життєвий простір представників соціуму з нижчим рівнем професійної підготовки. У світі життєвий простір майже повністю опанований, а можливості його перерозподілу досить обмежені, хоча не тільки в історичній ретроспективі, а і нині робляться спроби його захоплення, в тому числі через військової інтервенції. Разом з тим боротьба за контроль і збагачення за рахунок експлуатації чужого життєвого простору масово перейшла в іншу площину і здійснюється за допомогою сучасних фінансових та інформаційних технологій. Перехід до суспільства й економіки знань – це не тільки можливість підвищити конкурентоспроможність на національному і субнаціональному рівнях, а й шлях до підвищення ресурсних можливостей життєвого простору країни.

Перехід до суспільства і економіки знань – це не тільки можливість підвищити конкурентоспроможність на національному і субнаціональному рівнях, а й шлях до підвищення ресурсних можливостей життєвого простору країни. Не випадково людство зосередилось на накопиченні знань, основна маса яких була здобута у другій половині ХХ ст. Власне саме цей ресурс став основою інтелектуального ресурсу розвитку, який буде продовжувати накопичуватися у ХХІ ст. Адже саме завдяки масовій інтелектуалізації розвитку важливо не лише захистити національний життєвий простір, а й отримати власні конкурентоспроможні ресурси для розвитку і завдяки цьому не опинитися на узбіччі цивілізованих процесів.

Умови переходу до економіки знань та їх зміст означають, що в основі модернізаційних перетворень мають бути соціальні інновації органічного характеру, тобто такі, які за змістом відповідають суспільним потребам. Економіка знань базується на особливому стані суспільного розвитку, сутність якого згідно з позицією ООН полягає в тому, що інститути і організації дають можливість людям та інформації розвиватися, не ставлячи жодних перешкод, і відкривають можливості масово проводити і масово використовувати всі види знання в масштабах всього суспільства.

Виходячи із зазначених вимог у суспільстві знань відбувається якісний стрибок за рахунок розширення обсягу цінностей і послаблення жорстких норм раціоналізації техногенної цивілізації, що розглядалась як така, що властива західним цінностям. Такий підхід до розширення обсягу цінностей суспільства знань як у глобальному, так і в національному вимірах відкриває перспективи для формування суспільств знань в окремій країні та її ролі в загальноцивілізаційному вимірі. А це дозволяє говорити про методологічну базу національного проекту суспільної модернізації на основі знаннєвого підходу, в якому є місце технологіч-

ним, культурологічним та соціологічним критеріям, які властиві кожному народу і кожній країні.

Стосовно структуроутворювальної основи суспільства знань, то основне в ній – економічна складова, оскільки саме вона здатна здійснити масове виробництво знань і їх використання, без чого неможливе існування високорозвиненого суспільства, а економічний розвиток не забезпечується за рахунок домінантного значення знань, як це спостерігається у країнах-лідерах планетарного прогресу. Разом з тим сучасний досвід створення економіки знань показує, що її діяльність передбачає, а час вимагає існування спільних дій як суспільства та держави, і незалежно один від одного, так і реалізації своєрідного партнерства держави, бізнесу і соціуму. Таке поняття принципово відрізняється від класичного поняття партнерства держави і бізнесу в реалізації суспільно значущих проектів. Таке партнерство нині може розглядатися як суспільно-державно-приватне, що дозволяє формувати суспільство знань. При цьому не виключається, що ці надбання у певній частині можуть бути і запозиченими, і стимульованими, але за умови домінування національних ресурсів, які притаманні українському суспільству.

Сутність перехідних процесів, де домінують інновації як соціально-го, так і технократичного характеру, означає рух України до економіки і суспільства знань. Необхідно також оцінити можливості та характер обов'язкових змін у суспільному та економічному розвитку. У першу чергу, для здійснення процесу проектування важливим є визначення чіткої кінцевої мети соціальних і економічних перетворень, виходячи зі стратегічних орієнтирів та досягнення відповідальності тих, хто їх здійснюватиме. Оскільки йдеться передусім про перетворення знань у суспільному і соціально-економічному розвитку на основну рушійну силу, то постійним має бути процес переходу від традиційних ознак до процесів модернізації.

З урахуванням зовнішніх аспектів глобального впливу на процес модернізації суспільного розвитку, метою забезпечення безперервності цього процесу саме на національному рівні має відбуватися накопичення і використання спеціалізованого знання, як результату інноваційної діяльності, і, власне, саме це має вийти на передній план у повсякденному житті. При цьому повсякденне знання у суспільстві у процесі свого накопичення має розвивати імунний захист від узвичаєння таких ознак, як аморальність, насильство, рутинність, песимізм, індиферентність, безцільність існування (які останнім часом у суспільній свідомості посилили негативний вплив на стан речей і є гальмом на шляху до суспільства і економіки знань).

Суспільство ж з деморалізованими настроями, що майже на дві третини наблизились до свого максимуму, ускладнює формування знань-

вомісткої економіки. Причина в тому, що джерелом зростання при цьому є не тільки спеціалізовані, а й повсякденні знання, в результаті використання яких, поряд із природними ресурсами, капіталом і працею, процеси накопичення і використання всіх знань, що мають суспільний вимір, є визначальними у підвищенні інтелектуального потенціалу суспільства. Інтелектуальний потенціал є сукупністю повсякденних і спеціалізованих наукових знань, що наявні у свідомості людей та матеріалізовані в технологічно реальних та науково прогнозованих напрямках розвитку сфери матеріального виробництва.

За таких обставин при соціальному конструюванні реальності майбутнього суспільства і, відповідно, економіки знань, слід виходити з того, що:

- *по-перше*, цей процес має носити конвергентний характер, оскільки регіональний інтелектуальний простір повинен поєднуватись з фундаментальними надбаннями національного рівня;

- *по-друге*, процес переходу до нього повинен мати, перш за все, характер соціального проекту, що потребує масових соціальних інновацій, а значить, і соціальної модернізації;

- *по-третє*, як власні наукові розробки, які відповідатимуть технологічному укладу виробництва і системі управління, так і запозичені стануть продуктивною силою тільки у разі безперервної масової трансформації у буденне знання і коли масово озвичаються за рахунок накопичених наукових знань, звільняючи таким чином простір і ресурси для накопичення нових;

- *по-четверте*, у суспільній свідомості процесу її руйнування за рахунок суспільних хвороб важливо протиставити спосіб життя, в якому пануватиме можливість задовольнити потреби насамперед найбільш вразливих верст населення;

- *по-п'яте*, економіка знань у контексті інформаційного суспільства потребує відкритості національного простору до інтеграції у світогосподарський, особливо у європейський простір.

Враховуючи реалії в Україні щодо співвідношення порівняно високого рівня бідності й одночасно високого рівня освіти та культурного розвитку населення, то модернізація на основі економіки знань потребує прискорення. У такому разі модернізацію треба розглядати через доцільну працю людини, озброєної практичними і науковими знаннями, що використовує засоби, які є уречевленими раніше в інноваціях. І далі потрібно мати на увазі, що це стосується всіх видів корисної для суспільства діяльності людей. По суті, йдеться про всебічний розвиток суспільства на базі найрізноманітніших за змістом і характером нововведень, що і є основою інноваційного оновлення. Оскільки українське суспільство накопичило необхідний запас знань, нагромаджений і в ін-

дустріальному характері виробничого апарату, і в людському потенціалі, то, незважаючи на порівняно невисокий рівень життя, вказані фактори здатні забезпечити зростання продуктивності праці на основі знань у разі включення в процес нововведень інноваційного спрямування. Вони формують умови, які дозволять реалізувати цілеспрямовану мотивацію до високої продуктивності праці за рахунок рівня освіченості й з урахуванням необхідних змін прогресивного характеру і в позаекономічній сфері.

Наразі можна стверджувати, що інтеграція економіки України у глобалізовану систему демонструє її неадекватність світовим тенденціям. Адже база інноваційного оновлення економіки, що визначає траєкторію її руху в бік економіки знань, наша держава має розраховуватися доходами, отриманими від природної ренти і, таким чином, потрапляти у технологічну залежність від високорозвинених країн світу. Але не тільки це є негативним проявом сучасної економічної політики України. На додаток спровокований споживчий імпорт, за який сьогодні Україна теж може розрахуватися лише експортом сировини та напівфабрикатів, посилює боргову залежність національної економіки. Виходячи з цього, для суспільства є важливим:

- нарощувати темпи спроможності свого національного відродження, чітко визначивши вектор підвищення конкурентоспроможності у фахово-знанцевому, науково-технологічному, інноваційно-інформаційному та інших аксіологічних сутностях суспільного прогресу;

- з урахуванням військової агресії з боку Росії задіяти нову парадигму суспільної модернізації, яка б, крім традиційного оновлення технічної бази економічної, соціальної та екологічної сфер, передбачала формування загальнонаціональних цінностей задля виховання більш продуктивної, патріотичної, цивілізовано-інтеграційної спільноти;

- прискорити капіталомісткий шлях розвитку, використовуючи внутрішній ринок та ринок країн-сусідів, що переживають аналогічний процес, визначивши першочергові пріоритети;

- використати основні ресурси високотехнологічного розвитку, що вже були сформовані за умов попередньої економічної системи, а не ставати виключно на шлях формування цінової конкурентоспроможності, яка призведе до глибокої девальвації національної валюти;

- сформувати передумови для експансії на зовнішні ринки з продукцією високих технологій, що мають високу питому вагу валової доданої вартості з метою подальшої рівноправної інтеграції у світову господарську систему.

Слід враховувати також, що зазначена система розвиватиметься в умовах значних суперечностей глобального масштабу, але обов'язковою її базою буде науково-технічний прогрес. Саме тому

знання, процеси їх формування, накопичення, обміну матимуть характеристики, які випереджатимуть інші показники розвитку. Саме таким буде XXI ст., а тому країна, яка увійде в число тих, хто генерує знання і нову технологічну культуру, може сподіватися на успіх у довгостроковому відношенні. При цьому Україні дуже потрібні суспільні інновації, які дозволять використати, а не остаточно втратити наявний людський капітал.

Вітчизняну практику діяльності в інноваційній сфері слід осучаснити так, щоб навіть в умовах руйнації економічного потенціалу східних регіонів України та анексії Криму, інтенсивно розпочати роботи зі створення базової цілеспрямованої системи науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, що забезпечить ефект взаємозв'язку між діяльністю в технологічній сфері й економічним розвитком, стимулюватиме ресурсний потенціал для впровадження, в тому числі й іноземних технологій, за рахунок диференціації системи фінансування, а також інтегрує діяльність відповідних інститутів та компаній у сфері науки, техніки, технології та маркетингу. При цьому слід враховувати, що, за висновками Європейської економічної комісії ООН, цілеспрямованої і порівняно більш ефективної системи науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, яка відповідала б вимогам часу, не має жодна країна з перехідною економікою. Враховуючи те, що більшість країн з перехідною економікою теж ведуть аналогічний пошук, доцільно широко кооперувати власні розробки з надбаннями, досвідом і перспективами передусім європейських країн з тим, щоб уникнути дублювання і не нести тягар витрат на вирішення цілого спектра проблем у вказаній сфері.

Не слід ігнорувати також традиційну орієнтацію України та високий рівень розвитку фундаментальної науки, що значною мірою збереглася в системі Національної академії наук. Навпаки, доцільно розширити пошук шляхів забезпечення успішної комерціалізації наукових ідей, які є результатом академічної науки.

Оскільки у глобалізованому світі домінуватимуть також інформаційно-комунікаційні технології, засновані на обміні знаннями – як повсякденними, що вимагатимуть постійної ідентифікації і самовизначення кожного народу, так і спеціальними, що визначатимуть прогрес і успіхи в матеріальній культурі і побуті. При цьому чим вищий буде рівень інтелектуалізації суспільства кожної країни, тим легше буде зберегти національну ідентичність і розвинути відповідну духовну культуру. Таким чином, технології підвищення інтелектуалізованого розвитку є суспільно значущими і належать до інновацій, перш за все соціальних.

З огляду на це процес переходу до суспільства знань і відповідної йому знанневомісткої економіки повинен носити модернізаційний ха-

ракетер та гармонізуватись із соціальним конструюванням життя суспільства. Те, наскільки це важливо для України, підкреслюють результати вітчизняних досліджень соціального розвитку. Згідно з ними, сьогодні масова особистість розвивається за умов надзвичайно високого соціального дефіциту, який сягнув таких масштабів, такої глибини та гостроти, що саме він не лише обмежує спроби людини активізуватися, а й продукує песимізм та зневіру. Натомість для активності багатьом співвітчизникам не вистачає здоров'я, бажаної роботи, економічних знань, упевненості у своїх силах та захисті своїх прав, рішучості у досягненні мети, порядку у суспільстві та віри у майбутнє себе та своїх нащадків.

Процеси формування суспільства знань і знаннєвомісткої економіки як основи реалізації проектів модернізації держави, суспільства й економіки забезпечуватимуться, у першу чергу, не технократичними, а проектами соціального характеру. Оскільки суспільство й економіка знань є бажаними взірцями для майбутнього, доцільно включити до складових стратегії формування такого суспільства типізацію повсякденного або буденного знання. Типізація буденного знання як спосіб соціального конструювання суспільства й економіки знань є важливою, оскільки порушення її руйнує світоглядні параметри людини. Внаслідок таких руйнацій не відбувається відтворення і передачі через покоління повсякденних знань, що накопичувались у результаті історичного досвіду, або повсякденні знання не відіграють того значення, яке б дозволило їм самовідтворюватися, створюючи таким чином самі умови для інновацій.

Завдання для самоконтролю

1. В чому сутність подвійної природи інновацій?
2. Роль людини у інноваційних процесах?
3. Чому освіта є ключовою ланкою інновацій?
4. Сутність сучасних освітянських проблем і шляхи їх подолання
5. Які особливості організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком?
6. Джерела формування інтелектуального потенціалу держави.
7. Механізм трансформації інтелектуального потенціалу в капітал.
8. Змістовна характеристика та об'єктивні риси знаннєвої економіки.
9. Психологічні аспекти становлення економіки знань в Україні.
10. Гальмівні фактори прискореної модернізації національного економічного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акперов И. Г. Психология предпринимательства / И. Г. Акперов, Ж. В. Масликова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 544 с.
2. Бабосов Е. М. Экономическая социология. Вопросы и ответы / Е. М. Бабосов. – Минск : ТетраСистемс, 2004. – 224 с.
3. Бех І. Д. Виховання особистості : у двох книгах. Книга друга. Особистісно-орієнтований підхід; науково-практичні засади / І. Д. Бех. – К. : Либідь, 2003. – 344 с.
4. Бистряков І. К. Економічний простір: аспекти методологічного визначення / І. К. Бистряков, Л. Г. Чернюк ; за заг. ред. Б. М. Данилишина. – К. : РВПС України НАН України, 2006. – 56 с.
5. Богиня Д. Трансформаційні процеси в системі формування національного ринку праці: інституційний аспект / Д. Богиня // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 1. – С. 3–8.
6. Бутко М. П. Державне регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів / М. П. Бутко, Л. П. Подоляк // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 36–45.
7. Бутко М. П. Ефективність використання нетрадиційних можливостей регіонального економічного простору в умовах поглиблення інтеграції : монографія / М. П. Бутко, О. В. Мініна. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2013. – 344 с.
8. Бутко М. П. Інтелектуальний капітал як чинник модернізації регіонального економічного простору : монографія / М. П. Бутко, О. В. Попело ; під заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М. П. Бутка. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2014. – 372 с.
9. Бутко М. П. Лібералізація торговельного режиму та її вплив на конкурентоспроможність економіки регіону / М. П. Бутко, Л. П. Подоляк // Продуктивні сили і регіональна економіка : зб. наук. пр. : у 2 ч. Ч. 1 / [ред. кол. : Б. М. Данилишин (відп. ред.) та ін.]. – К. : РВПС України, 2006. – С. 90–96.
10. Бутко М. П. Методологічні основи оцінки рівня інтелектуального розвитку регіональних господарських систем / М. П. Бутко, С. С. Кислинський // Регіональна економіка. – 2015. – № 4. – С. 5–12.
11. Бутко М. П. Модернізація регіональних господарських систем у глобалізаційному економічному просторі : монографія / М. П. Бутко, Т. В. Пепа, Ф. М. Уляненко ; під заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М. П. Бутка. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2014. – 268 с.
12. Бутко М. П. Соціальні імперативи якісного розвитку продуктивних сил регіонів України : монографія / М. П. Бутко, А. М. Ревко ; під заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М. П. Бутка. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2016. – 276 с.

13. Васильченко В. С. Управління трудовим потенціалом : навчальний посібник / В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, Л. П. Керб. – К. : КНЕУ, 2005. – 403 с.

14. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение / Л. Верт. – Х., 2013. – 432 с.

15. Вимірювання якості життя в Україні : аналітична доповідь / [Лібанова Е. М., Гладун О. М., Лісогор Л. С. та ін.]. – К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, Програма Розвитку ООН, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2013. – 50 с.

16. Винославська О. В. Людські стосунки : навчальний посібник / О. В. Винославська, М. П. Малигіна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 142 с.

17. Вовканич С. Й. Максими суспільних трансформацій і економічних змін у контексті зміцнення національної безпеки України / С. Й. Вовканич // Регіональна економіка. – 2015. – № 3. – С. 5–15.

18. Волес В. Творення політики в Європейському Союзі / В. Волес, Г. Волес ; пер. з англ. Р. Ткачук. – К. : Основи, 2004. – 871 с.

19. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

20. Гесць В. М. Подолання квазіринковості – шлях до інвестиційно орієнтованої моделі економічного зростання / В. М. Гесць // Економіка України. – 2015. – № 6. – С. 4–17.

21. Грішнова О. А. Оцінювання персоналу: сучасні підходи до забезпечення ефективності / О. А. Грішнова, О. О. Наумова // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2005. – Т. 2. Управління персоналом в організаціях. – С. 42–50.

22. Грішнова О. Людський капітал: формування у системі освіти і професійної підготовки / О. Грішнова. – К. : Знання, 2001. – 254 с.

23. Гриценко В. В. Сутність і категоріальна відмінність понять «інститут» та «інституція» [Електронний ресурс] / В. В. Гриценко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_4/6.pdf

24. Даймонд Дж. Коллапс. Как и почему одни общества приходят к процветанию, а другие – к гибели : [пер. с англ.] / Даймонд Дж. Коллапс. – М. : Астрель: CORPUS, 2011. – 800 с.

25. Дайнен Д. Дедалі міцніший союз. Курс європейської інтеграції : пер. з англ. / Д. Дайнен. – К. : КІС, 2006. – 696 с.

26. Дейнека О. С. Экономическая психология : учебное пособие / О. С. Дейнека. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 160 с.

27. Дієсперов В. С. Фактори продуктивності праці / В. С. Дієсперов, Л. Ф. Кондратенко // Економіка АПК. – 2011. – № 12. – С. 46–53.

28. Добровольська В. Засоби державного регулювання підприємницької діяльності / В. Добровольська // Підприємництво, господарство і право. – 2006. – № 2. – С. 89–94.

29. Довбенко В. І. Перспективи активізації ролі дослідницьких університетів у процесах трансферу технологій та розвитку економіки / В. І. Довбенко // Матеріали VI Міжнародного форуму «Трансфер технологій та інновацій: інноваційний розвиток та модернізація економіки» (м. Київ, 20-21 груд. 2012 р.). – К., 2012. – С. 92–102.

30. Довідник з європейської інтеграції / під ред. О. Б. Чернеги. – Львів : Магнолія 2006, 2012. – 383 с.

31. Економічний простір і динаміка розвитку продуктивних сил України: теоретико-методологічні основи дослідження / за ред. Б. М. Данилишина. – К., 2008. – 220 с.

32. Емельянов Е. Н. Психология бизнеса [Электронный ресурс] / Е. Н. Емельянов. – Режим доступа : http://lib.vvsu.ru/books/psych_bis/.

33. Журавльова І. В. Управління людським капіталом підприємства / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай. – Х. : ХНЕУ, 2004. – 284 с.

34. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Доступний з : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15/card6>

35. Законодавче регулювання інноваційної діяльності в Європейському Союзі та державах-членах ЄС / за ред. Г. Авігдора, Ю. Капіци. – К. : Фенікс, 2011. – 704 с.

36. Зелінська Г. О. Регіональні особливості формування, оцінювання та використання людського капіталу : монографія / Г. О. Зелінська, У. Я. Садова, Я. С. Вітвицький. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2006. – 124 с.

37. Иерархия и сети в институциональной архитектонике экономических систем / под ред. чл.-кор. НАН Украины А.А.Гриценко. – К. : НАН України, Ин-т экон. и прогнозир., 2013. – С. 17–18, 560–562.

38. Інноваційна політика: європейський досвід та рекомендації для України: у 3 т. Том 2. Аналіз законодавства України у сфері досліджень, розробок та інноваційної діяльності та пропозиції щодо доповнень до законодавства (станом на жовтень 2011 р.). – К. : Фенікс, 2011. – 349 с.

39. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця та ін. – К., 2015. – 336 с.

40. Карамушка Л. М. Психологія управління : навчальний посібник / Л. М. Карамушка. – К. : Міленіум, 2003. – 344 с.

41. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег : пер. с англ. / Дж. М. Кейнс. – М. : Гелиос АРВ, 2002. – 494 с.

42. Ким М. Н. Трудовой потенциал: формирование, использование, управление : учеб. пособие / М. Н. Ким. – Х. : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2003. – 250 с.

43. Классовое общество. Теория и эмпирические реалии / под ред. С. Макеева. – К. : Ин-т социологии НАН України, 2003. – 258 с.
44. Колесник Ю. В. Концепція креативного управління інноваційними процесами / Ю. В. Колесник // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – № 5. – С. 3–17.
45. Консолідовані версії договору про Європейський Союз та Договору про заснування Європейської Спільноти / пер. з англ. Г. Заворітної ; за заг. ред. Т. Качки. – К. : Центр європейського та порівняльного права, 2004. – 126 с.
46. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-vr>.
47. Конфліктологія : підручник / за ред. Л. М. Герасіної, М. І. Панова. – Х. : Право, 2002. – 256 с.
48. Коротенко Н. П. Порівняльна характеристика ДРЕ в Україні та країнах ЄС. Державне регулювання підприємництва. Розвиток підприємництва / Н. П. Коротенко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 2. – С. 4–13.
49. Кулініч І. О. Психологія управління : навч. посіб. / І. О. Кулініч. – К. : Знання, 2008. – 292 с.
50. Левченко О. М. Управління якістю трудового потенціалу регіону / О. М. Левченко. – Кіровоград : КОД, 2002. – 136 с.
51. Людський розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки : колективна монографія / [Е. М. Лібанова, О. В. Макарова, І. О. Курило та ін.] ; за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2012. – 320 с.
52. Малиш Н. А. Моделювання економічних процесів ринкової економіки : навч. посіб. / Н. А. Малиш. – К. : МАУП, 2004 – 120 с.
53. Мамулай О. О. Основи економічної теорії : підручник / О. О. Мамулай. – К. : Юрінком Інтер, 2006. – 479 с.
54. Маршалл А. Основы экономической науки : пер. с англ. / А. Маршалл. – М. : Эксмо, 2007. – 832 с.
55. Махсма М. Б. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / М. Б. Махсма. – К. : Видавництво Європейського ун-ту, 2009. – 188 с.
56. Москаленко О. М. Соціальна орієнтація політики та можливості випереджального економічного розвитку в Україні / О. М. Москаленко // Економіка України. – 2015. – № 6. – С. 82–91.
57. Мусис Н. Усе про спільні політики Європейського Союзу / Н. Мусис ; пер. з англ. – К. : КІС, 2005. – 466 с.
58. Норт Дуглас. Інституції, інституціональні зміни та функціонування економіки / Норт Дуглас ; пер. з англ. І. Дзюб. – К. : Основи, 2000. – 198 с.

59. Общество без доверия / [под ред. Е. Головахи, Н. Костенко, С. Макеева]. – К. : Институт социологии НАН Украины, 2014. – 338 с.
60. Онікієнко В. В. Пріоритети соціалізації ринку праці в умовах ринкової стабілізації та глобалізації національної економіки України / В. В. Онікієнко // Демографія та соціальна економіка. – 2006. – № 2. – С. 101–114.
61. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 568 с.
62. Офіційний сайт Європейської комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/index_en.htm.
63. Пепа Т.В. Регіональні особливості формування потенціалу продуктивних сил та шляхи забезпечення його зростання. – К. – РВПС України, 2009. – 57с.
64. Пепа Т. В. Регіональна динаміка і трансформація економічного простору України / Т. В. Пепа. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 440 с.
65. Пономаренко В. С. Рівень і якість життя населення України : монографія / В. С. Пономаренко, М. О. Кизим, Ф. В. Узунов. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 226 с.
66. Проблемы экономической психологии. Том 1 / отв. ред. А. Л. Журавлёв, А. Б. Купрейченко. – М. : Институт психологии РАН, 2004. – 620 с.
67. Райзберг Б. А. Психологическая экономика /Б. А. Райзберг. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 432 с.
68. Регіональні суспільні системи : монографія / відп. ред. Л. К. Семів. – Львів, 2007. – 496 с.
69. Рівень життя населення України / за ред. Л. М. Черенько. – К. : Консультант, 2006. – 428 с.
70. Романовський О. О. Дослідницькі підприємницькі ВНЗ США як прискорювачі економічного розвитку країни [Електронний ресурс] / О. О. Романовський // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1591>.
71. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание / ОЭСР ; Евростат ; пер. с англ., изд. второе исправленное. – М., 2010. – С. 31.
72. Смирнова Ю. А. Имидж организации: структура, классификация, функции / Ю. А. Смирнова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 2 (70). – С. 37–45.
73. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй : пер. с англ. / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001. – 596 с.
74. Соболевская А. А. Американская модель динамики человеческого капитала / А. А. Соболевская, А. К. Попов // Труд за рубежом. – 2006. – № 1. – С. 108–125.

75. Спасенников В. В. Экономическая психология / В. В. Спасенников. – М. : ПЕРСЭ, 2003. – 448 с.
76. Стиглиц Дж. Глобализация: тревожные тенденции / Дж. Стиглиц. – М. : Мысль, 2003. – 285 с.
77. Федулова Л. І. Економіка знань : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Любов Іванівна Федулова. – К., 2009. – 600 с.
78. Фергюсон Н. Восхождение денег / Н. Фергюсон ; перевод Колландр А. – М. : АСТ; CORPUS, 2013. – 431 с.
79. Фернам А. Деньги. Психология денег и финансового поведения / А. Фернам, М. Аргайл. – Санкт-Петербург : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 352 с.
80. Фукуяма Ф. Доверие / Ф. Фукуяма. – М., 2004. – 730, [6] с.
81. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури / І. Г. Химич // Економіка та держава. – 2009. – № 9. – С. 59–61.
82. Хомяк М. Я. Рівень життя населення України та людська свідомість як основний чинник його підвищення / М. Я. Хомяк // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2013. – Вип. 59-60. – С. 166–173.
83. Чухно А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 4. – С. 14–28.
84. Шаульська Л. В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України / Л. В. Шаульська. – Донецьк : Ін-т економіки промисловості НАН України, 2005. – 502 с.
85. Щербатых Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса : учеб. пособие / Ю. В. Щербатых. – СПб. : Питер, 2008. – 304 с.
86. Якість трудового потенціалу та управління трудовою сферою в Україні: соціальна експертиза / О. І. Амоша, О. Ф. Новікова, В. П. Антонюк, Л. В. Шаульська та ін. – Донецьк, 2006. – 208 с.

Для нотаток

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора **Бутка М. П.***

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 05.09.2016 р. Формат 60х84 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 13,05. Тираж 300 прим.

ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

Свідцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4162 від 21.09.2011 р.