

УДК 338.65

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-282-3-6

ГОНТАРЕВА І. В.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ

Прийняття рішення щодо початку підприємницької діяльності активізується та спрямовується цілим комплексом індивідуальних стимулів і факторів впливу зовнішнього середовища. Концепція впливу зовнішнього середовища на підприємницьку активність описується моделлю «попит – пропозиція» за методикою GEM, яку в статті модифіковано за рахунок введення фактору інституційної підтримки підприємництва.

Вибір напряду підприємницької діяльності необхідно сприймати як персональний вольовий акт самовизначення. Для опису процесів формування суб'єктивних цільових інтенцій запропоновано застосувати модель Рубікон, яку модифіковано в ході використання у розвитку підприємницької активності.

Ключові слова: підприємницька активність, інтенція, модель Рубікон, бізнес-ідея, стимули, методика GEM.

GONTAREVA I.

V. N. Karazin Kharkiv National University

CONCEPTUAL ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT PROCESSES

In connection with the growing influence of entrepreneurship on the processes of socio-economic development of society it becomes relevant to study ways for entrepreneurs to recognize business opportunities and form on their basis the idea of their future business.

The purpose of the article is the conceptual analysis and modification of integrated models of the processes of the emergence of intention before the start of entrepreneurial activity and the processes of development of intentions and expectations from entrepreneurial activity. Decision-making on starting a business is intensified and directed by a range of individual incentives and environmental factors. The concept of the impact of the external environment on entrepreneurial activity is described by the model of "supply and demand" according to the GEM methodology, which is modified by introducing the factor of institutional support for entrepreneurship. The choice of entrepreneurial activity as a way to solve personal socio-economic problems must be perceived as a personal volitional act of self-determination. The unique set of interests, expectations and values of a person determines the individuality of the reasons for self-determination and the formation of subjective target intentions. To describe the processes of formation, the Rubicon model is used, which is modified when applied to the development of entrepreneurial activity. Further research proposes confirmation of conceptual analysis by statistical data.

Keywords: entrepreneurial activity, intention, Rubicon model, business idea, incentives, GEM technique.

Постановка проблеми. У зв'язку зі зростанням впливу підприємництва на процеси соціально-економічного розвитку суспільства [3, 12] стає актуальним дослідження способів розпізнавання підприємцями бізнес-можливостей [10, 11] і формування на їх базі ідеї свого майбутнього бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розпізнавання бізнес-можливості і формування ідеї щодо її використання – це багатофазний ітераційний процес мислення [2, 10, 14]. У науковій літературі є концептуальний аналіз теорій і моделей такого процесу. Серед вітчизняних авторів слід виділити роботи В. Кириленко, В. Ворон, Е. Суименко, А. Колот, І. Репіна, Ю. Губанов, В. Колпаков. Кожен з авторів вважає за краще розглядати процес розпізнавання бізнес-можливості тільки за однією групою факторів, найчастіше з позицій економічних, культурологічних або психологічних підходів. Однак процес появи і прояву підприємницької активності носить комплексний характер з множинними зв'язками між окремими факторами і фазами [16, 15]. Найбільш повний концептуальний аналіз формування бізнес-ідеї представлений в роботі S.F. Costa [5]. Однак і в ній відсутні важливі, з точки зору інтеграції підходів, такі моделі, як «Рубікон» J. Heckhausen та ін. [1] і попиту-пропозиції на підприємницьку активність, розроблену в рамках методики Global Entrepreneurship Monitor (GEM) [9, 15].

Формулювання цілі статті. Метою статті є концептуальний аналіз і модифікація інтегральних моделей процесів появи інтенції до початку підприємницької діяльності та процесів розвитку інтенції і очікувань від підприємницької активності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємницька активність є наслідком взаємодії та взаємодоповнення внутрішніх і зовнішніх стимулів впливу на особистість. Роль основного внутрішнього фактора відіграє якість людського капіталу, особливо такі його характеристики як загальний рівень освіти, схильність до аналізу, креативність, спрямованість на досягнення результату, впевненість у власних силах.

Інтерес до підприємництва виникає в конкретному культурному середовищі і мотивується або обмежується суспільними потребами, а також рівнем розвитку соціальної та фінансової інфраструктури. Взаємодія однієї тієї ж множини взаємодіючих факторів і суб'єктів утворює, з одного боку, пропозицію – кількість індивідумів потенційно охочих займатися підприємництвом, а з іншого боку, попит – кількість і якість можливостей для участі в підприємстві [15, 16] (рис. 1).

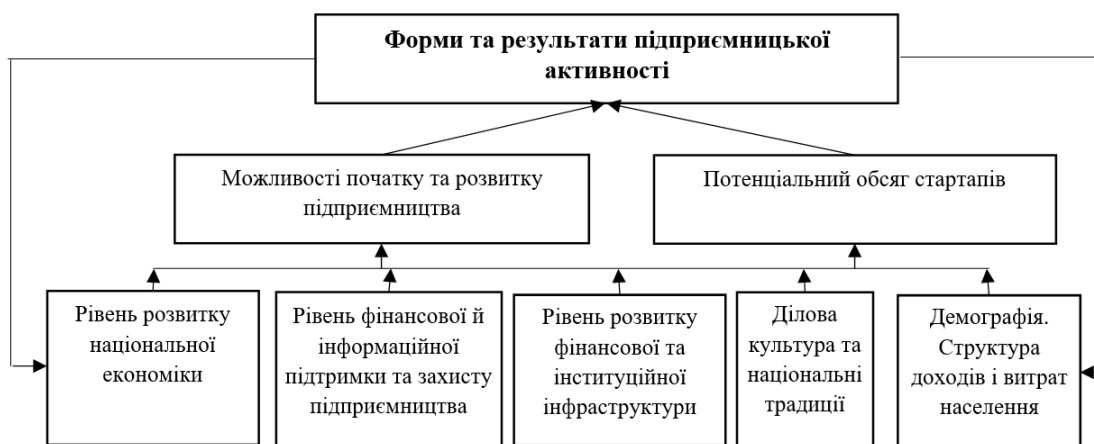


Рис. 1. Концептуальна схема формування попиту - пропозиції на підприємницьку активність (на основі методики GEM ([15], [16]) зі змінами та доповненнями)

В результаті поєднання різних факторів виникає комплекс персоніфікованих очікувань. В першу чергу, це особистісні очікування як суб'єктивна оцінка поточної ситуації, перспективи її розвитку та ймовірності досягнення успіху. Також існує мережа перехресних очікувань підприємця по відношенню як до суспільства, держави, ринку, так і очікувань всіх суб'єктів діяльності один до одного і до підприємця, зокрема. Динамічний баланс внутрішніх і зовнішніх очікувань дозволяє сформуванню у частини населення наміри перейти до більш активних дій.

Формування очікувань в основі своїй є процесом рефлексивного узагальнення факторів навколишньої дійсності. Самі очікування досить абстрактні і вимагають формалізації при прив'язці до конкретної ситуації, що і відбувається на стадіях становлення намірів, пошуку і оцінки можливостей. Тут починає вибудовуватися програма подальшої поведінки, формується концептуальна модель досягнення результату. Відбувається когнітивний процес створення проекту нововведення (бізнес-ідеї) для конкретної ситуації. Ця ідея не обов'язково буде абсолютно новою для інших людей, але вона завжди несе ознаки творчого підходу до вирішення навіть стандартних соціально-економічних проблем.

Перехід від появи інтенції – усвідомленого інтересу до деталізації бізнес-ідеї та її реалізації на практиці описується моделлю Рубікон Ж. Heckhausen [1]. Автори моделі припускають, що потенційні підприємці «переходять Рубікон», коли усвідомлена увага до проблеми переростає в цільову інтенцію і з'являється точка неповернення. Мета визначає всі наступні дії і за наявності достатніх вольових зусиль відбувається її досягнення. Як і будь-яка модель, модель Рубікон є спрощенням дійсності, але наголошує на низці деяких важливих характеристик цієї дійсності. В даному випадку це багатофазність процесу переходу від інтересу-стимулу до дії і необхідність компліментарності когнітивних і вольових зусиль в досягненні результату. У моделі виділяють чотири фази: вибору мети, планування дій з її досягнення, реалізація плану, оцінка результатів. Вважається, що в першій і четвертій фазі домінуючий процес мотиваційний, а в другій і третій – вольовий. Кожній фазі пропонується поточна когнітивна орієнтація – припущення, процедури і методи, яка сприяє вирішенню завдань, специфічних для цієї фази. Відповідність результатів дій поставленій мети тим вище, чим повніша ментальна модель або прототип мети, що сформувалися в першій фазі.

Цільова інтенція – це спрямованість мислення, волі і емоцій на досягнення обраної мети, тобто уявлення про бажаний результат діяльності. У застосуванні до підприємництва інтенційна мета має більш складну структуру, ніж у звичайній практичній діяльності, так як включає основну мету і, у крайньому разі, дві допоміжні. Основна мета – це створення власної справи як способу вирішення матеріальної або ціннісної проблеми, що стоїть перед особистістю. До допоміжних цілей можна віднести обов'язкову деталізацію підприємницької діяльності – вид товарної продукції та її ринкова оцінка. Відповідно, перша фаза вибору мети розбивається на дві підфази: розуміння сутності стимулів, що ведуть до ідеї підприємницької діяльності; наповнення ідеї властивостями середовища її реалізації. Тоді модель Рубікон в додатку до підприємництва можна представити в наступному вигляді (див. рис. 2).

Серед сукупності стимулів, що впливають на вибір на користь підприємницької діяльності головними, є такі: майновий стан, він або незадовільний і тоді очікується підвищення, рівня життя, або, навпаки, такий, що дозволяє не турбуватися щодо невдач і тимчасових труднощів; низький попит і низький рівень заробітної плати на ринку праці, тоді підприємництво надає можливість забезпечити собі самозайнятність поза конкуренцією на ринку праці; висока самооцінка особистості, це може бути нетерпимість до об'єктивної або суб'єктивно сприйнятої несправедливості при розподілі заробітних плат і посад на попередньому місці роботи; управлінський статус і прагнення до влади; вік і стаж роботи; прагнення до різноманітності, до невідомого та неспробованого, необхідність змінити оточення, незадоволеність рутинною роботою; самовираження як можливість реалізувати свої унікальні можливості,

знання, вміння та кваліфікаційні навички; самозатвердження та прагнення довести, що «ми зможемо», «ми подолаємо», «ми отримаємо результат»; бажання бути корисним і сподівання, що послуги підприємця необхідні суспільству в цілому або конкретним групам людей; авторські амбіції, впевненість в унікальності власного задуму, що потребує зусиль з реалізації і доведення до споживачів.

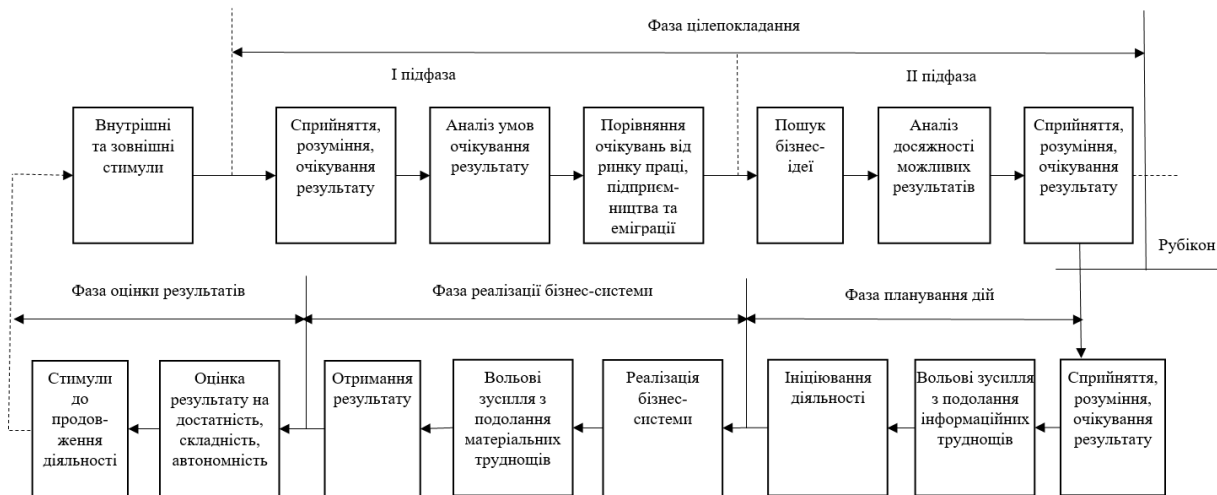


Рис. 2. Застосування моделі Рубікон до підприємницької діяльності (на основі [1] зі змінами та доповненнями)

Результат повинен відповідати потребам досягнення відповідного рівня матеріального забезпечення і/або суспільного визнання. Стимулом до продовження підприємницької діяльності після ринкової апробації бізнес-ідеї слугує ступінь достатності отриманого результату для задоволення первісної потреби та характеристики результату, так як складність – ступінь професійності та рівень зусиль, необхідних для досягнень мети; специфічність опису або вимірність результату; автономність результату, тобто ступінь його залежності від підприємця.

Висновки. Таким чином, прийняття рішення щодо початку підприємницької діяльності активізується та спрямовується цілим комплексом індивідуальних стимулів та факторів впливу зовнішнього середовища. Концепція впливу зовнішнього середовища на підприємницьку активність описується моделлю «попит – пропозиція» за методикою GEM. В цій статті модель модифікована за рахунок введення фактору інституційної підтримки підприємництва. Вибір підприємницької діяльності як способу вирішення особистих соціально-економічних проблем необхідно сприймати як персональний вольовий акт самовизначення. Унікальна сукупність інтересів, очікувань і цінностей особи обумовлює індивідуальність причин самовизначення та формування суб'єктивних цільових інтенцій. Для опису процесів формування використовується модель Рубікон, що модифікована при застосуванні до розвитку підприємницької активності.

В подальших дослідженнях пропонується підтвердження концептуального аналізу статистичними даними та деталізацією процесу прийняття рішення про початок підприємницької діяльності.

References

1. Achziger, A. & Golwitzer, P.M. (2010). Motivation and Volition in the Course of Action. in Motivation and action / Ed. J. Heckhausen. Cambridge: Univ. Press. p. 275-299.
2. Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003) A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18, 105-123.
3. Audretsch, D. B. (2013). The entrepreneurial society & the role of the University. Economia Marche Journal of Applied Economics, Vol. XXXII, No. 2, 6-16.
4. Beckmann, J., Heckhausen, H. (2018). Motivation as a Function of Expectancy and Incentive. in Motivation and Action / Editors J. Heckhausen, H. Heckhausen. Springer International Publishing AG, 163-220.
5. Costa, S.F. (2015). Uncovering the business opportunity prototype: Cognitive and learning aspects of entrepreneurial opportunity recognition in higher education. PhD thesis. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. 220 p.
6. Deakins, D. & Freel, M. (2012). Entrepreneurship and Small Firms (UK Higher Education Business Management), 6th UK ed. Edition. London: McGraw-Hill Europ. 448 p.
7. European Commission. Charter for Small [Electronic resource]. Access mode : <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8a4b353a-5d0c-4345-a40d-f11b9fcb3198> (дата звернення: 30.10.2017)
8. Finkelstein, S., Hambrick, D.C. & Cannella, A. A. (2009). Strategic Leadership: Theory and Research on Executives, Top Management Teams, and Boards. Published to Oxford Scholarship Online: DOI:10.1093/acprof:oso/9780195162073.001.0001
9. GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report – Babson College. (1999) Kauffman Foundation and London Business School, 126 p.
10. Krueger, N. F. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. Entrepreneurship: Theory and Practice, 31 (1), 123-139.
11. Mitchell, R., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M. (2007). The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. Entrepreneurship: Theory and Practice, 31(1), 1-27.

12. Ponomarenko, V., Gontareva, I. (2017). The system of causal connections between entrepreneurial activity and economic development. *Economic Annals-XXI*, № 165(5-6), 4-7.
13. Sternberg, R. L., Sternberg, K. & Mio, J. (2018). *Cognitive psychology: Sixth Edition*. Australia, Belmont: Cengage Learning Wadsworth. 658 p.
14. Weick, K.E. (2000). *Making Sense of the Organization*. A John Wiley and Sons, Ltd, Publication. 496 p.
15. Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and Its Impact on Entrepreneurship Research, *Foundations and Trends® Entrepreneurship*, vol 9, № 2, 143-248.
16. Gontareva, I. V., Shmatko N. M. (2020). Systematization of the factors of development of entrepreneurial activity // *Changing Paradigm in Economics & Management System*. Volume III / Edited by A. Goel, H. Strokovich. Published by ABS Books, Printed at Trident Enterprise, Delhi, 19-37.

Надійшла / Paper received: 04.04.2020

Надрукована / Paper Printed : 06.06.2020