

ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

УДК 159.923: 334.722

ДУБРАВСЬКА Н.М., к. психол. н.
м. Житомир

ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІР ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ

Анотація. В статті представлено аналіз дослідження, що висвітлює специфіку індивідуально-психологічних особливостей суб'єктів підприємницької діяльності у порівнянні з професійною групою менеджерів і студентів. Визначено спектр темпераментальних показників, що забезпечують успішність виконання діяльності кожної із груп.

Ключові слова: темперамент, пластичність, ергічність, емоційність, швидкість, підприємець, менеджер, студент, дослідження.

Аннотация: В статье представлен анализ исследования, освещающий специфику индивидуаль-но-психологических особенностей субъектов предпринимательской деятельности в сравнении с профессиональной группой менеджеров и студентов. Определено спектр темпераментальных показателей, что обеспечивают успешность выполнения деятельности каждой из групп.

Ключевые слова: темперамент, пластичность, эргичность, эмоциональность, скорость, пред-приниматель, менеджер, студент, исследование.

Abstract. The article presents an analysis of the study, highlighting the specifics of the individual psychological characteristics of business entities in comparison with the professional group of managers and students. A range of temperamental indicators was determined, that ensure the success of the activities of each group.

Key words: temperament, plasticity, ergiciti, emotionality, speed, entrepreneur, manager, student, research.

Постановка проблеми. Українське суспільство все більше усвідомлює, що підприємництво є одним із найважливіших факторів формування і розвитку економіки з ринковим механізмом господарювання. Не підлягає сумніву, що в сучасній ринковій економіці особистості підприємця відводиться одне із центральних місць, що, в свою чергу, посилює актуальність всебічного вивчення суб'єктів підприємницької діяльності з метою виявлення в структурі їх особистості таких індивідуально-психологічних паттернів, які впливають на стабільність і ефективність функціонування підприємства.

Реалії наших днів свідчать, що існує гостра потреба у кваліфікованих підприємницьких кадрах (збільшується кількість бізнес-шкіл, бізнес-класів у навчальних закладах тощо). Дослідження зарубіжних і вітчизняних вчених традиційно будуються на структурному підході, в межах якого вивчається мотивація діяльності, особистісні характеристики суб'єктів підприємницької діяльності, морально-етичні характеристики бізнесменів. При цьому мало уваги приділяється дослідженню темперамента, який є базальним для формування особистості людини. Саме це не дає можливості створити цілісну

багатогранну характеристику особистості підприємця. Звідси виникають труднощі у наданні реальної консультативної допомоги бізнесменам-початківцям, а також при формуванні груп перепідготовки у службах зайнятості населення. У зв'язку з цим актуальним є комплексне вивчення особистості успішних підприємців через призму темпераментальних характеристик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою індивідуально-психологічних характеристик суб'єктів підприємницької діяльності займаються філософи, соціологи, психологи. В контексті праць зарубіжних (К.Варнерід, П.Девідсон, П.Друкер, В.Зомбарт, М.Кетс-де-Вриз, А.Маршалл, А.Мартінееллі, М.Маккобі, Ф.Найт, М.Пітерс, Ж.-Б.Сей, А.Сміт, Р.Хізрич, Й.Шумпетер та ін.), російських (А.І.Агеєв, Л.В.Дунаєвський, С.Г.Клімова, М.О.Лапуста, І.Е.Мусаелян, В.П.Позняков, В.Д.Попов, С.К.Роцин, Ю.О.Сливницький, В.В.Червяков, В.О.Чередніченко, О.С.Чирикова, В.Д.Шапіро та ін.) та вітчизняних вчених (О.В.Бондаренко, В.М.Колот, В.Р.Костюк, О.Г.Левцун, Л.М.Лисенко, А.О.Мельник, М.Д.Мищенко, Ю.Ф.Пачковський, Н.А.Побірченко, С.Ф.Покропивний, О.П.Сергеєнкова, М.С.Соболь, Ю.М.Швалб,

С.Г.Яновська та ін.) визначено тісний взаємозв’язок між якостями особистості та успішністю у підприємницькій діяльності.

Серед досліджень з психології підприємництва найвагомніше місце займають праці, в яких містяться ті чи інші переліки психологічних характеристик, що входять до складу “підприємницького особистісного профілю”. Звичайно, кожен з них не вичерпує собою всіх якостей, необхідних для забезпечення ефективності підприємницької діяльності.

На основі проведення контент-аналізу вітчизняної і зарубіжної літератури Дубравська Н.М., Сидоренко Н.І. [1] побудували теоретичну модель комплексу бажаних (необхідних) особистісних рис успішного підприємця (рис.1). За основу відбору факторів була взята їх відносна повторюваність у відповідних наукових джерелах.

Таким чином, аналіз багаточисельних досліджень, спрямованих на виділення особистісних детермінант успішної підприємницької діяльності, та їх інтеграція дали можливість до числа найбільш типових характеристик, що найчастіше потрапляють у подібні переліки, віднести мотивацію досягнення, готовність до ризику, інтернальний локус контролю, інноваційність.

Метою статті є вивчення індивідуально-психологічних особливостей у структурі темпераменту підприємців, що сприяють успіху і стабільності функціонування у їх професійній діяльності, на відміну від професійної групи менеджерів і групи студентів.

Виклад основного матеріалу. Оскільки тип темпераменту являє собою найбільш стійку характеристику людини, яка проявляється у всіх сферах її життєдіяльності, то можна припустити, що він універсальний і є вихідним при формуванні особистості людини. Тому, для емпіричного вивчення професійно важливих індивідуально-психологічних особливостей особистості підприємця, в першу

чергу, нами була використана методика «Опитувальник формально-динамічних властивостей індивідуальності» В.М. Русалова [3].

Даний опитувальник містить 150 питань, за допомогою яких визначаються значення 12 фундаментальних формально-динамічних властивостей особистості (ергічність, пластичність, швидкість і емоційність у трьох сферах поведінки – психомоторній, інтелектуальній і комунікативній) по чотирьох параметрам формальної організації поведінки людини.

Результати проведеного дослідження у групі підприємців за ОФДВІ представлено у Табл. 1.

Як бачимо з Табл. 1, у досліджуваній групі підприємців максимальні значення мають такі параметри як: «ергічність інтелектуальна», «швидкість інтелектуальна» і «швидкість комунікативна». До показників нижче середнього можна віднести значення параметрів: «емоційність моторна», «емоційність інтелектуальна», «емоційність комунікативна». Всі інші параметри знаходяться в коридорі середніх показників.

Аналізуючи отримані значення, слід відмітити, що досліджувана група підприємців має високий рівень інтелектуальних можливостей: схильність до навчання, постійне прагнення до діяльності, пов’язаної з розумовою активністю. При цьому вони мають високу швидкість розумових процесів при здійсненні інтелектуальної діяльності, швидку вербалізацію, високу швидкість мовленнєвої активності. Це поєднується з досить низькою чуттєвістю до розходжень між запланованою дією і реальним результатом; також характерним для них є відчуття спокою і впевненості у собі при розв’язанні поставлених задач.

Отже, для успішної підприємницької діяльності велику роль відіграють інтелектуальна і комунікативна сфери: здатність раціонально мислити, приймати рішення, вміння будувати відносини з людьми.

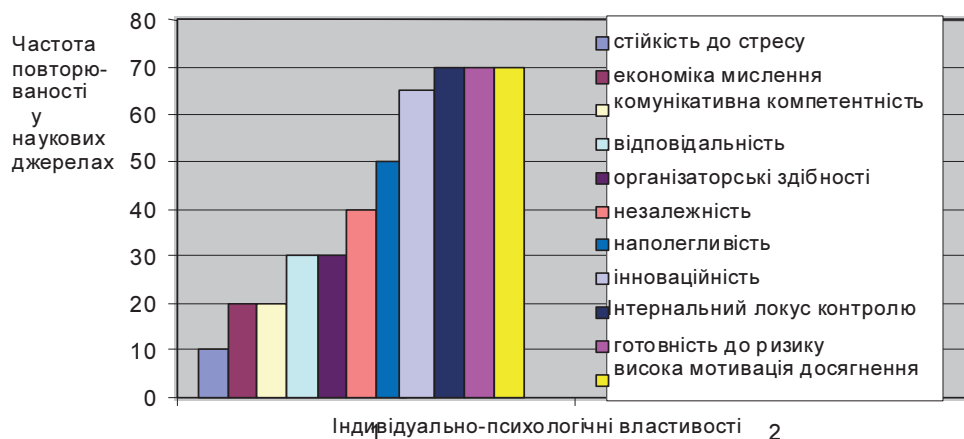


Рис.1. Діаграмна модель набору особистісних рис успішного підприємця

Таблиця 1

Середні значення і стандартні відхилення показників ОФДСІ (у групі підприємців)

	Ерг. мот.	Ерг. інт.	Ерг. ком.	Пласт. мот.	Пласт. інт.	Пласт. Ком.	Шв. мот.	Шв. інт.	Шв. ком.	Ем. мот.	Ем. інт.	Ем. ком.
Середнє значення	39.785	46.417	44.312	42.680	40.627	41.364	45.312	46.206	46.417	36.417	39.522	36.943
Станд. відхил.	7.148	6.251	8.503	7.041	7.433	8.055	6.683	7.733	3.811	8.529	7.612	7.331

Таблиця 2

Середні значення і стандартні відхилення показників ОФДВІ (у групі студентів)

	Ерг. мот.	Ерг. інт.	Ерг. ком.	Пласт. мот.	Пласт. інт.	Пласт. ком.	Шв. мот.	Шв. інт.	Шв. ком.	Ем. мот.	Ем. інт.	Ем. ком.
Середнє значення	33.928	34.928	35.708	37.001	28.977	28.952	35.245	35.09	34.708	26.708	28.245	27.391
Станд. відхил.	9.484	5.022	6.466	6.115	4.733	6.604	5.189	5.935	5.746	5.458	6.084	5.029

Таблиця 3

Середні значення і стандартні відхилення показників ОФДВІ (у групі менеджерів)

	Ерг. мот.	Ерг. інт.	Ерг. ком.	Пласт. мот.	Пласт. інт.	Пласт. ком.	Шв. мот.	Шв. інт.	Шв. ком.	Ем. мот.	Ем. інт.	Ем. ком.
Середнє значення	34.916	35.405	37.427	37.107	28.767	27.810	36.427	37.356	35.235	27.192	29.299	25.192
Станд. відхил.	5.705	6.141	6.124	6.135	5.474	8.895	5.383	5.020	5.816	6.897	6.490	6.208

Як бачимо з Табл. 2, де представлено результати дослідження властивостей темпераменту у групі студентів, в категорію високих значень потрапили тільки показники за параметром «пластичність моторна». Але близькими до цієї межі виявились «ергічність комунікативна» та «швидкість моторна». І навпаки, низькі значення спостерігаємо за параметром «емоційність моторна» та близько «емоційність комунікативна».

Згідно інтерпретації ОФДВІ (за В. Русаловим), це слід розуміти як високу гнучкість досліджуваних студентів при переключенні з одних форм рухової активності на інші, прагнення до різних способів фізичної діяльності, плавність рухів, що

поєднується з потребою у спілкуванні, широким колом контактів, прагненням до лідерства і великої рухливості. При цьому вони спокійні і впевнені у собі при виконанні фізичної роботи, не хвилюються у випадку її невиконання, не дуже чутливі до невдач у спілкуванні, відчувають радість і впевненість у собі в процесі взаємодії з іншими людьми.

Отримані результати можна пояснити специфікою студентського життя: встигнути написати курсову роботу, поспілкуватися з друзями, при цьому, не дуже важливо – наскільки якісно виконано завдання – важливо отримати залік за нього. Водночас важливо одержати його вчасно, що без рухової активності є неможливим.

У Табл. 3 виокремлюємо результати дослідження за методикою ОФДВІ групи менеджерів.

Ми спостерігаємо високі значення за шкалами: «ергічність комунікативна», «пластичність моторна», «швидкість моторна», «швидкість інтелектуальна». Низькі – за шкалами «емоційність комунікативна» та «емоційність моторна».

Як бачимо, менеджери промислового підприємства володіють високою потребою у спілкуванні з людьми, прагненням до лідерства. При цьому вони легко переключаються з одних форм рухової активності на інші, прагнуть до різних форм фізичної праці і володіють високою швидкістю рухової активності та розумових процесів при здійсненні інтелектуальної діяльності. Це поєднується з низькою чутливістю до невдач у спілкуванні, відчуттям впевненості у собі в процесі взаємодії з іншими людьми, відсутністю хвилювань у випадку невиконання або поганого виконання фізичної роботи.

Отримані висновки можна пояснити специфікою розвитку кар'єри менеджера промислового підприємства. Перед тим, як він підніметься на наступну сходинку у своїй кар'єрі, йому необхідно відчутти кожний рівень підприємства «зсередини», попрацювавши на різних ділянках технологічної лінії. І лише у поєднанні з розвинутим прагненням до лідерства він може зробити собі кар'єру керівника якогось підрозділу.

Порівнюючи отримані результати групи студентів і групи підприємців, ми бачимо, що суб'єкти підприємницької діяльності мають значно вищі показники за параметрами: «енергійність інтелектуальна», «пластичність інтелектуальна», «пластичність комунікативна», «швидкість моторна», «швидкість інтелектуальна», «швидкість комунікативна», «емоційність інтелектуальна» та значно нижчі за – «ергічність моторна» і «пластичність моторна». Такі відмінності в показниках можна пояснити тим, що підприємці в силу специфіки своєї діяльності мають постійно стежити за змінами на ринку, в економічній політиці країни, за конкурентами, за розвитком свого підприємства, тобто постійно аналізувати, порівнювати, узагальнювати, що є активним проявом інтелектуальної сфери. До того ж вони повинні це робити швидко, чітко – такі умови конкурентної боротьби. До того ж підприємці значно легше вступають у соціальні контакти, більш імпульсивні і краще вербалізують свої думки. При цьому вони в більшій мірі незадоволені рівнем свого інтелектуального розвитку, що спонукає їх до навчання та саморозвитку.

Згідно аналізу t-критерія відмінностей показників за даною методикою у групах студентів і підприємців, описані вище результати мають характерні, значимі відмінності. Так, у структурі темпераменту студентів параметр «пластичність моторна» більш яскраво виражений, ніж у підприємців.

В той час, на відміну від студентів у бізнесменів більш вираженими є «ергічність інтелектуальна», «пластичність інтелектуальна», «пластичність комунікативна» і «швидкість комунікативна». Це пояснюється особливостями підприємницької діяльності, що включає в себе вміння аналізувати ситуацію, що виникла, передбачати, планувати тощо, тобто поєднувати в собі напружену інтелектуальну працю з комунікативними здібностями та вмінням вербалізувати свої думки.

Порівнюючи групу підприємців з групою менеджерів промислового підприємства, ми бачимо, що перші мають значно вищі показники за параметрами «ергічність інтелектуальна», «пластичність інтелектуальна», «пластичність комунікативна», «швидкість інтелектуальна», «швидкість комунікативна», «емоційність комунікативна». Але в той же час підприємці мають значно нижчі показники за шкалою «ергічність моторна», «ергічність комунікативна», «пластичність моторна». Таку різницю в показниках можна пояснити специфікою діяльності обох досліджуваних груп. Наприклад, у менеджерів більш чітко виражене прагнення до лідерства в певних соціальних групах і обмежений набір комунікативних програм. Вони більш ригідні при розв'язанні абстрактних завдань і тому мають меншу схильність до навчання, розвитку і поновлення інтелектуального досвіду.

Згідно аналізу результатів ОФДВІ в групі підприємців і менеджерів за t-критерієм, маємо досить значимі відмінності показників за наступними параметрами: у підприємців в більшій мірі виражені «пластичність інтелектуальна», «пластичність комунікативна» і «швидкість комунікативна». Це означає, що вони більш гнучкі в обробці інформації, на належному рівні вербалізують думки, здатні швидко переключатися з одного співрозмовника на іншого. У менеджерів в більшій мірі виражені «ергічність моторна» і «пластичність моторна», тобто вони мають потребу у діяльності, яка потребує легкості переключення, що є темпераментальним відображенням тих вимог, які висуває до особистості керівника підприємство.

Важливо зазначити, що, незважаючи на наявні відмінності в темпераментальному профілі студентів і менеджерів, аналіз цих даних за t-критерієм не виявив стійкості цих властивостей. Ймовірно, цей факт можна пояснити тим, що багато студентів-випускників прагнуть зробити кар'єру на підприємствах міста і тому при відборі студентів в Технологічний університет відбувається природний відбір осіб, здатних до подібної активності, тобто вони повинні обов'язково мати передумови до цього. Це і було виявлено.

Висновки. Як показали результати проведеного дослідження, підприємці в меншій мірі, ніж менеджери, прагнуть до лідерства і напруженої фізич-

ної праці, проте більш схильні до особистісного саморозвитку та інтелектуального вдосконалення. Вони є більш гнучкими у прийнятті рішень та спілкуванні з людьми. Саме ці індивідуально-психологічні характеристики, на нашу думку, і забезпечують успішність і стабільність функціонування у підприємницькій діяльності.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні особистісних паттернів у поведінці суб'єктів підприємницької діяльності, які можуть бути наслідком їх індивідуальної соціалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дубравська Н.М. Актуалізація особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців / Н.М.Дубравська, Н.І.Сидоренко // Наука і освіта, 2016. – №5 / СХХХХVI/ – С.172-178.
2. Мельник А.О. Психологія ризику в підприємницькій діяльності / А.О. Мельник, А.Е. Шелудько // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. – 2017. – №2 (24). – С. 44-47.
3. Русалов В.М. Опросник формально-динамических свойств индивидуальности / В.М. Русалов. – М.: ИП РАН, 1997. – 50 с.
4. Яновська С.Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва / С.Г. Яновська // Проблеми сучасної психології. – 2013. – Вип. 21. – С.799-809.

УДК: 005:159.922: 334.72

СЕЛЕЗНЬОВ Д.А.,
КАЧАРОВА В.М.
м. Київ

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМЦІВ

Анотація. У статті розглядаються теоретичні підходи та механізми визначення підприємницької діяльності, формування індивідуальних ціннісних орієнтацій особистості та фактори, що впливають на становлення ціннісних та смисложиттєвих орієнтацій підприємців.

Ключові слова: цінність, управління, підприємці, ціннісні орієнтації, підприємницька діяльність, успіх.

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические подходы и механизмы определения предпринимательской деятельности, формирование индивидуальных ценностных ориентаций личности и факторы, влияющие на становление ценностных и смысловых ориентаций предпринимателей.

Ключевые слова: ценность, управление, предприниматели, ценностные ориентации, предпринимательская деятельность, успех.

Abstract. The article deals with the theoretical approaches and mechanisms of determination of entrepreneurial activity, the formation of individual value orientations of the individual and factors influencing the formation of value and sense of life orientations of entrepreneurs.

Key words: value, management, entrepreneurs, value orientations, entrepreneurial activity, success.

Підходи та механізми визначення поняття підприємницької діяльності

За останні роки в багатьох країнах активно просувається новий вид бізнесу – підприємництво. В Україні така тенденція підприємництва також виникла, однак ще є новим явищем. Загальноприйнято вважати, що підприємництво почало зароджуватись ще в 1980 році [23]. Однак примітним публічним явищем воно стало лише недавно, десь приблизно на початку 2000 року.

На сьогодні, роль підприємця значно розширилась та набула статусу однієї з центральних, тобто стала більш зацікавленою у потребах суспільства. В сучасних теоріях підприємництво отримало в своїй масі не відхиляючі концепції класиків, але

суттєво доповнюють їх зміст. Широке визнання набули роботи Р. Хизрича, М. Пітерса, А. Хоскінга, К. Татексі.

Підприємець на латинській мові належить до слова «*mancepts*». Воно сформувалося через об'єднання пари слів: «*manus*» (рука) та «*capio*» (купувати). Таким чином «*mancepts*» почав перекладатися, як «підприємець» – котрого можна вважати особистістю, що спроможна заробити гроші своїми власними руками, творчістю та працею, яка включає в себе наполегливість, хитрість та гнучкість.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у розуміння поняття «підприємство» вніс Й. Шумпетер. Він припустив, що сутні-