

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2018.3.14.5>

УДК 159.938

Кулаковський Т. Ю., Кулаковська О. Г.

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗУ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМЦЯ В СВІДОМОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Кулаковський Т. Ю., Кулаковська О. Г. Гендерні особливості образу успішного підприємця в свідомості студентської молоді. У статті наведено результати дослідження образу успішного підприємця з використанням методу ненаправленого асоціативного експерименту та факторного аналізу. Встановлено гендерні відмінності в уявленнях студентської молоді образу успішного підприємця. Жінки сприймають успішного підприємця як людину порядну та професіонала своєї справи, який наполегливо працює для досягнення поставленої мети. Чоловіки бачать успішного підприємця як людину, що здатна діяти ризиковано та проявляти наполегливість у досягненні мети. Для обох груп виявилися важливими такі характеристики успішного підприємця: професійна та комунікативна компетенції, фінансовий та соціальний успіх і позитивні моральні якості. Як негативну складову образу успішного підприємця у свідомості чоловіків слід зазначити позитивну кореляцію характеристик «зв'язки» та «багатство», що можна пояснити наявністю негативних інвайроментальних факторів, які впливають на підприємницьку діяльність.

Ключові слова: успішний підприємець, гендерні відмінності, уявлення, образ, асоціації, ненаправлений асоціативний експеримент, факторний аналіз.

Кулаковский Т. Ю., Кулаковская О. Г. Гендерные особенности образа успешного предпринимателя в сознании студенческой молодежи. В статье приведены результаты исследования образа успешного предпринимателя с использованием метода ненаправленного ассоциативного эксперимента и факторного анализа. Установлены гендерные отличия в представлениях студенческой молодежи образа успешного предпринимателя. Женщины воспринимают успешного предпринимателя как человека порядочного и профессионала своего дела, который упорно работает для достижения поставленной цели. Мужчины видят успешного предпринимателя как человека, способного действовать рискованно и проявляют настойчивость в достижении цели. Для обеих групп оказались важными следующие характеристики успешного предпринимателя: профессиональная и коммуникативная компетенции, финансовый и социальный успех и положительные моральные качества. Как негативную составляющую образа успешного предпринимателя в сознании мужчин следует отметить позитивную корреляцию характеристик «связи» и «богатство», что можно объяснить наличием негативных инвайроментальных факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность.

Ключевые слова: успешный предприниматель, различия, представление, образ, ассоциации, ненаправленный ассоциативный эксперимент, факторный анализ.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку країни вимагає проведення швидких та рішучих реформ, що призведуть до поліпшення стану економіки. Так, одним із узагальнених показників, що характеризують рівень економіки в країні, є показник ВВП з розрахунку на одну особу в доларах США. Останній складав у 2017 р. 2640,3 дол. США, у той час як чотири роки тому (2013 р.) його значення складало – 4030,3 дол. США [1]. Україна у 2018 році обійняла 138-ме місце із 156-ти за Міжнародним індексом щастя, за основу визначення якого береться добробут людей, стан навколишнього середовища та ряд інших показників. У порівнянні з минулим роком наша країна опустилася на 6 пунктів (з 132-го місця). У 2016 році вона обіймала 123 місце, 2015 – 111-е, 2013 – 87-е. [8].

Наукові дослідники як з країн з розвинутою ринковою економікою, так і країн пострадянського простору постійно наголошують на значній ролі підприємництва у розвитку будь-якої країни.

Одним із чинників неефективності підприємництва у країнах пострадянського простору вважалося те, що підприємці не мали відповідного досвіду підприємництва та зростали при планово-командній системі управління економікою. Однак, минуло 27 років з дня незалежності

України та її переходу на ринкову економіку. За цей час виросло нове покоління, що повинно мати здатність до підприємництва і мрію ним займатися.

Важливе значення у професійному самовизначенні, у побудові образів можливого професійного майбутнього має уявлення. Уявлення зобов'язане своєму походженню праці, а зміст і характер уявлення людини залежить від досвіду її включення у різні види діяльності. [11].

Отже, якщо розраховувати на включення сьогоденної молоді у підприємницьку діяльність, то необхідно, в першу чергу, визначитися з її уявленнями про підприємництво.

Тереза Нельсон вважає, що в ході навчання підприємництва важливо зважати на гендерні особливості навчання [13]. В Україні частка жінок серед керівників підприємств і організацій складає 30%, а серед фізичних осіб-підприємців жінки становлять 46% [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом, у силу своєї актуальності, проблема успішного підприємництва та успішного підприємця привертає все більше уваги вчених економічної та психологічної науки.

Були проведені дослідження психологічних особливостей підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності (Л. М. Карамушка, Г. В. Гнускіна) [4]. Значна увага приділялася особі підприємця: досліджувалися особливості розвитку підприємницької активності, підприємницької самоефективності (О.В. Креденцер) [5; 6], застосування когнітивного підходу у вивченні феномену підприємця (Т.Ю. Кулаковський) [7], проводився аналіз образу підприємця (А.Ю. Мухарлямова) [8], розглядалися проблеми формування психологічної готовності особистості до легітимної підприємницької діяльності (Б.Н. Дишеков) [2] та подолання негативних самоізоляційних тенденцій підприємців в умовах кризової економіки (Є.П. Єрмолаєва) [3].

Усі наведені роботи здійснили свій неоціненний внесок у теорію та практику підприємницької діяльності. Однак, сьогодні для ефективного вітчизняного підприємництва важливо спрямувати молоді сили у цю сферу діяльності. Тому, на нашу думку, варто розпочати із визначення уявлень молоді про якість успішного підприємця, оскільки без уявлень не може бути діяльності [11].

Актуальність дослідження уявлень молоді про успішного підприємця підсилюється гендерною складовою, на якій наголошують і зарубіжні вчені [12; 14].

Метою дослідження було виявлення гендерних відмінностей в уявленнях молоді про образ успішного підприємця.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Для досягнення поставленої мети нами було розроблено та проведено дослідження, учасниками якого стали студенти Житомирського національного агроекологічного університету та студенти Житомирського державного університету ім. І. Франка. Загальна вибірка досліджуваних склала 46 осіб (25 – жінки та 21 – чоловіки), що навчаються за наступними спеціальностями: «Фінанси, банківська справа та страхування», «Психологія», «Ветеринарна медицина». Вибірка була сформована із студентів, які розглядають підприємницьку діяльність як бажаний або можливий напрям трудової діяльності. Середній вік учасників дослідження склав 20,8 роки. Мінімальний вік – 19 років, максимальний – 25 років. У вибірці жінок середній вік досліджуваних склав 20,6 років, мінімальний вік – 20 років, максимальний – 25 років. У вибірці чоловіків середній вік досліджуваних склав 21 рік, мінімальний вік – 19 років, максимальний – 21 рік.

На першому етапі дослідження нами було використано метод ненаправленого асоціативного експерименту, при проведенні якого досліджуваним було запропоновано максимально швидко навести не менше 10 асоціацій на слово-стимул (словосполучення) «успішний підприємець».

Після проведення першого етапу дослідження отримані дані були опрацьовані з використанням методів якісного та частотного аналізу, результати якого представлено у *табл. 1*.

Таблиця 1

Результати дослідження щодо образу підприємця в уявленнях студентської молоді: жінок і чоловіків

Категорія	Жінки		Чоловіки	
	Приклад асоціацій	%	Приклад асоціацій	%
Фінансовий успіх	Багатий, багатство, гроші, дохід, прибуток	6	Гроші, достаток, капітал, прибуток, незалежність, багатий	11
Професійна компетентність	Досвідчений, професіонал, профі, ділові папери	20	досвідчений, компетентний, професіонал, умілий	22
Комунікативна компетентність	Зв'язки, комунікабельний, домовляється, «рішає»	8	Зв'язки, «криша», Має зв'язки, комунікабельний	9
Лідерські якості	Влада, керівник, підлеглі, лідер,	16	Влада, авторитет, лідер, самостійність	5
Креативність	Винахідливий, креативний, новатор	4	новатор, креатив, креативний, новаторство	14
Соціальне визнання	Відомий, знатний	4	Популярність, перший, репутація, щасливе життя	9
Наполегливість	Енергійний, завзятий, ініціативний, наполегливий	13	Наполегливість, наполегливий, працьовитий	9
Позитивні моральні якості	Товариський, чесний, щедрий, надійний, порядний	9	Мудрий, чесність, щедрість, порядний	5
Здатність до ризику	Ризиковий, сміливий, ризик	3	Ризиковий, сміливий, ризик	11
Негативні моральні якості	Хитрий	5	90-ті, непорядний	5

Аналізуючи отримані результати, можна помітити такі гендерні відмінності у розподілі асоціацій за категоріями. Найбільший відсоток асоціацій за категоріями у групі жінок був таким: професійна компетентність – 20%, лідерські якості – 16%, та наполегливість – 13%. У чоловіків результати були наступними: професійна компетентність – 20%, креативність – 14%, та здатність до ризику – 11%. Відповідно до отриманих результатів можна припустити, що у чоловіків визначальними характеристиками в образі успішного підприємця є здатність до ризику та креативність. При цьому для них значно важливішим є фінансовий та соціальний успіх, як індикатор успішного підприємця. В той же час для жінок найважливішими категоріями в образі успішного підприємця стали лідерство та наполегливість. Також варто зазначити, що у обох вибірках спостерігається значна кількість асоціацій, пов'язаних з категорією «професійна компетентність». Беручи до уваги результати даного аналізу, можна припустити, що жінки пов'язують успіх у підприємницькій діяльності, в першу чергу, з груповою взаємодією та розглядають процес досягнення успіху як такий, що розтягнутий у часі та вимагає наполегливості. Для чоловіків досягнення успіху в підприємницькій діяльності більшою мірою пов'язане зі здатністю до ризику та креативністю.

На другому етапі дослідження з усього отриманого масиву асоціацій було відібрано 10 асоціацій, які зустрічаються в кожній вибірці (по п'ять найбільш уживаних асоціацій з кожної вибірки). На основі даних асоціацій було розроблено бланк, в якому відібрані асоціації були використані як назви 7-бальних шкал. З використанням розробленого бланку було проведено

повторне дослідження, в якому досліджуваних просили оцінити ступінь важливості вказаних у бланку асоціацій для успішного підприємця. Надалі у роботі було застосовано факторний аналіз.

У результаті проведеного факторного аналізу даних, отриманих у вибірці жінок, було виділено чотири фактори, які пояснюють 84,75% дисперсії. Перший фактор – 38,58% дисперсії. До даного фактора увійшли такі характеристики успішного підприємця, як багатий (0,9), комунікабельний (0,88), має зв'язки (0,85) та лідер (0,84). Зважаючи на характеристики, які були виражені через цей фактор, вважаємо можливим назвати його «фінансовий успіх». Можна припустити, що фінансовий успіх у підприємницькій діяльності жінки переважно асоціюють з комунікативною та лідерською компетенціями.

Окрім цього, жінки вважають наявність або здатність формувати зв'язки важливою складовою досягнення успіху у підприємницькій діяльності. Другий фактор пояснює 18,02% дисперсії. До даного фактора увійшли наступні характеристики: щедрий (0,88) та порядний (0,74). Даний фактор, на нашу думку, може бути названий «позитивна репутація». Можна припустити, що успішний підприємець сприймається жінками як постать, що виступає носієм позитивних моральних цінностей. Третій фактор, що пояснює 15,39% дисперсії, включає такі характеристики: ризиковий (0,87) та професіонал (-0,69). Даний фактор, враховуючи результати кількісного аналізу, може бути названий «професіоналізм».

Аналізуючи його складові, можна припустити, що жінки вважають ризиковану діяльність непрофесійною, а розглядають успішного підприємця як несхильного до ризику. До четвертого фактора (12,76%) увійшла характеристика наполегливий (0,93). Зважаючи, що через даний фактор була виражена лише одна змінна, вважаємо можливим назвати даний фактор «наполегливість». При цьому характеристика «новатор» не була виражена через жоден з виділених факторів, оскільки не отримала достатнього факторного навантаження. Отримані результати графічно представлені на *рис. 1*.

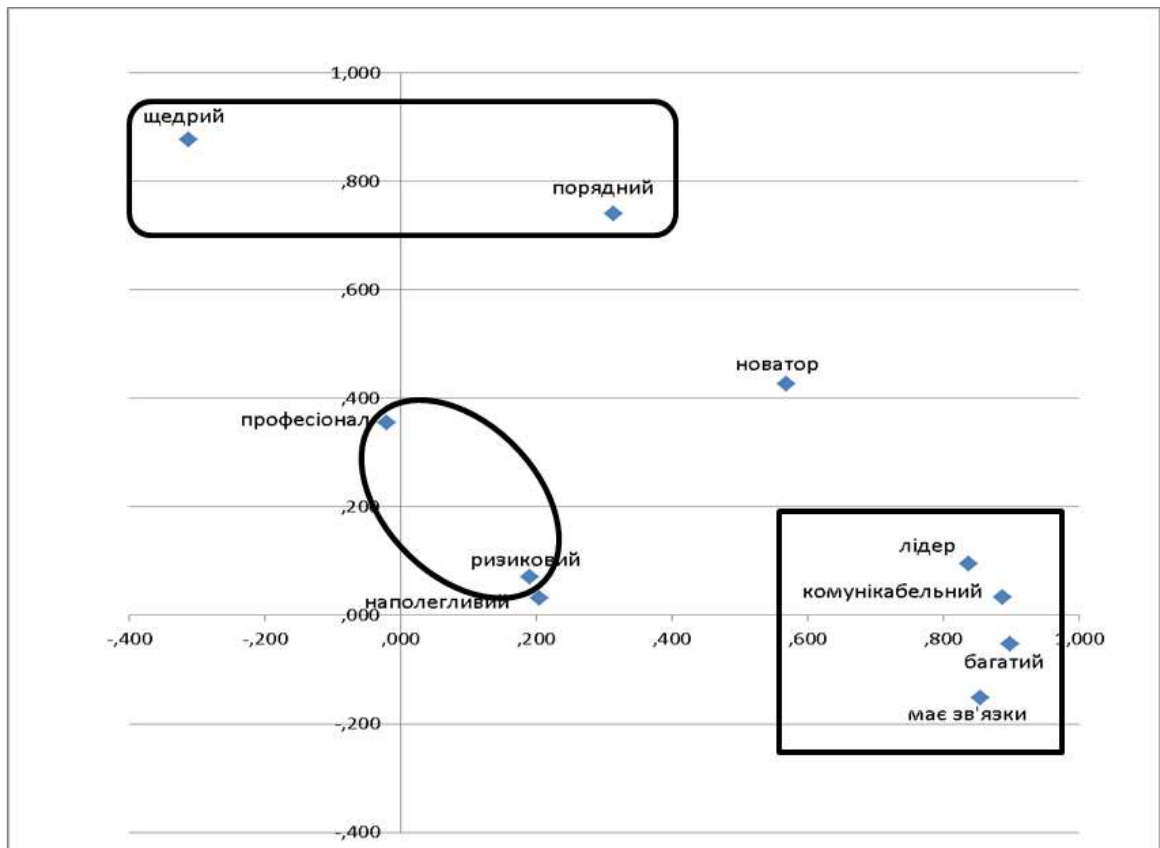


Рис. 1. Факторно-семантичне поле (жінки)

Підсумовуючи дані результати, можна припустити, що жінки бачать успішного підприємця як людину, що наділена позитивними моральними характеристиками, професіонала своєї справи, що наполегливо працює на досягнення поставленої мети. При цьому ризик у підприємницькій діяльності вони розглядають як свідчення непрофесіоналізму. Варто зазначити, що основною передумовою досягнення фінансового успіху у підприємницькій діяльності жінки вважають наявність здатності налагоджувати соціальні контакти та керувати групою.

У результаті факторного аналізу даних, отриманих у вибірці чоловіків, також було виділено чотири фактори, які пояснюють 78,19% дисперсії. Перший фактор пояснює 34,06% дисперсії. До даного фактора увійшли такі характеристики успішного підприємця, як лідер (0,96), комунікабельний (0,88), порядний (0,85). Відповідно до складових, даний фактор був названий нами «керівник». Другий фактор пояснює 19,8% дисперсії. До даного фактора увійшли такі характеристики: ризиковий (0,85) та наполегливий (0,70). Даний фактор, на нашу думку, можна назвати «підприємливість». Третій фактор (пояснює 13,86% дисперсії) і включає такі характеристики: має зв'язки (0,87) та багатий (0,70). Даний фактор, зважаючи на його складові, був названий нами «фінансовий успіх». До четвертого фактора (10,47% дисперсії) увійшла характеристика щедрий (0,9). Даний фактор, зважаючи на те, що до нього увійшла лише одна змінна, був названий нами «щедрість». Варто зазначити, що, як і в результатах, отриманих на вибірці жінок, характеристики «новатор», а також характеристика «професіонал» не були виражені через жоден фактор. Графічно отримані результати представлено на *рис. 2*.

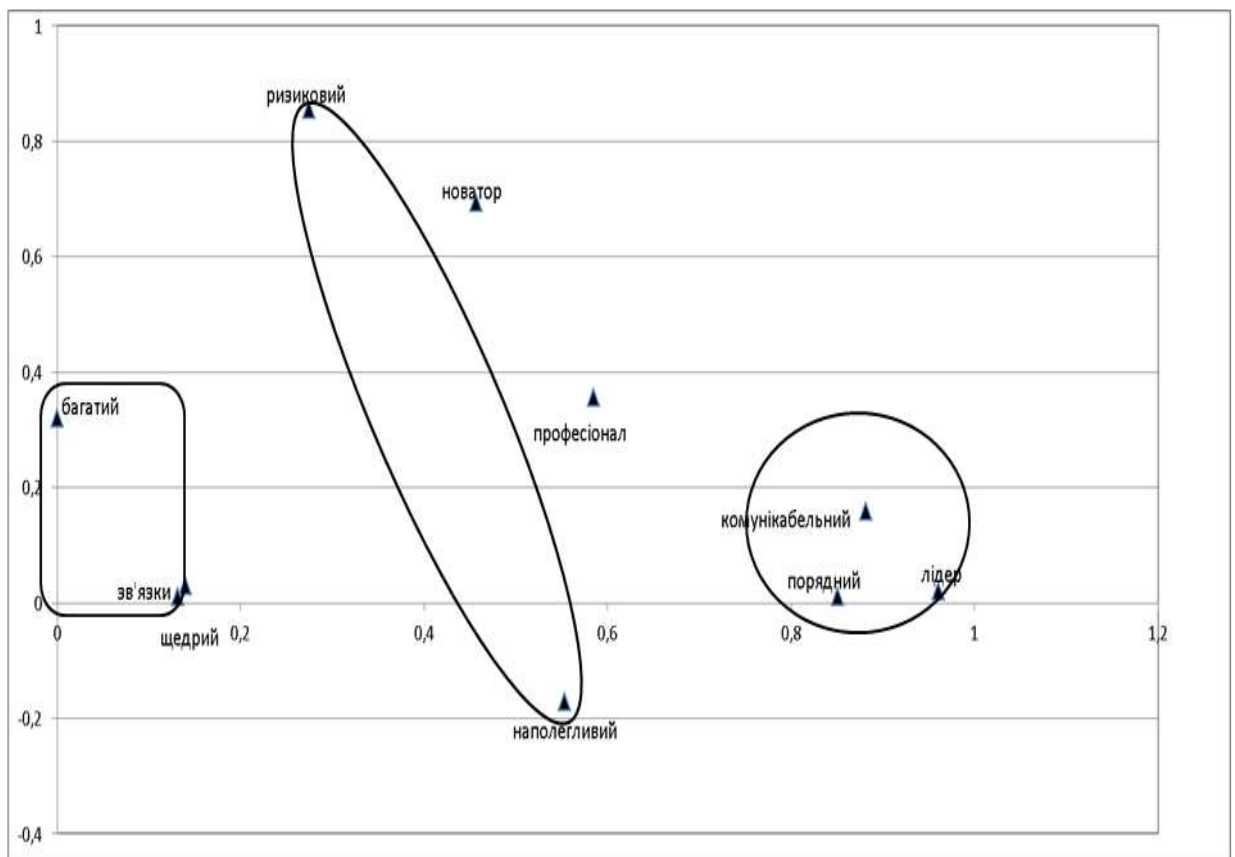


Рис. 2. Факторно-семантичне поле (чоловіки)

Підсумовуючи наведене вище, можна припустити, що чоловіки бачать успішного підприємця як здібного керівника, що позитивно сприймається підлеглими (характеристика «порядний та щедрий»), особу, що здатна діяти у полі невизначеності, ризикувати та проявляти наполегливість у досягненні поставленої мети. При цьому варто звернути увагу на те, що в уявленні чоловіків досягнення фінансового успіху, насамперед, пов'язане з наявністю зв'язків, а не зі здатністю їх формувати.

Висновки. Порівнюючи результати якісного аналізу, можна припустити, що для жінок в образі успішного підприємця більш важливими є лідерські якості (жінки – 16% асоціацій, чоловіки – 5%) та наполегливість (жінки – 13% асоціацій, чоловіки – 9%). Для чоловіків в образі підприємця важливими виявилися такі якості: креативність (жінки – 4% асоціацій, чоловіки – 14%) та здатність до ризику (жінки – 3% асоціацій, чоловіки – 11%). Для обох груп виявилися важливими такі характеристики успішного підприємця, як: професійна та комунікативна компетенції, фінансовий та соціальний успіх і позитивні моральні якості.

Загалом жінки сприймають успішного підприємця як людину порядну та професіонала своєї справи, який наполегливо працює для досягнення поставленої мети. При цьому жінки бачать схильність ризикувати скоріше як негативну особливість, що не притаманна професіоналу. А досягнення фінансового успіху, в першу чергу, асоціюють з навичками міжособистісної взаємодії: здатністю встановлювати необхідні соціальні контакти та керувати групою.

Чоловіки бачать успішного підприємця як людину, що здатна діяти ризиковано та проявляти наполегливість у досягненні мети. Також в образі успішного підприємця для чоловіків важливими є характеристики успішного керівника.

Як негативну складову образу успішного підприємця у свідомості чоловіків можна зазначити прямий зв'язок між наявністю зв'язків та багатством. Можна припустити, що ця особливість уявлень про необхідні складові фінансового успіху пов'язана з уявленнями чоловіків про наявність негативних інвайроментальних факторів, що спричинені надмірним корупційним та адміністративним тиском на осіб, що здійснюють підприємницьку діяльність. Це, у свою чергу, може спричиняти значний демотивуючий вплив на чоловіків, що розглядають можливість розпочати підприємницьку діяльність.

Перспективи подальших досліджень. Варто зазначити, що вибірка на якій здійснено дослідження не може розглядатись як репрезентивна до генеральної сукупності. Відповідно, для уточнення результатів необхідно провести додаткові дослідження на більших та більш репрезентативних вибірках. Також потребує уточнення семантичного наповнення конструкту «зв'язки», оскільки дана змінна позитивно корелює зі змінною «багатство». Окрім зазначеного вище в наступних дослідженнях необхідно з'ясувати наявність казуального, а не кореляційного, зв'язку між змінними «багатство» та «зв'язки» у свідомості молоді.

Список використаних джерел

1. Валовий внутрішній продукт. Мінфін. – 2017. – [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2017>
2. Дышеков Б.Н. Формирование психологической готовности личности к легитимной предпринимательской деятельности / Б.Н. Дышеков, Д.А. Китова // Психология в экономике и управлении. – 2011. – № 1. – С. 29–35.
3. Ермолаева Е.П. Преодоление негативных самоизоляционных тенденций предпринимателей в условиях кризисной экономики / Е.П. Ермолаева // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2015. – Том 7. – №6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://naukovedenie.ru/PDF/22EVN615.pdf> .
4. Карамушка Л.М. Психологічні особливості підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності / Л.М. Карамушка, Г.В. Гнускіна // Актуальні проблеми психології. – 2012. – Т. 1. – Вип. 35. – С. 107–111. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsuh_2012_1_35_24
5. Креденцер О.В. Дослідження особливостей розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій / О.В. Креденцер // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – К. : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2015. – Вип. 42. – С. 114–122.
6. Креденцер О. В. Підприємницька самоефективність персоналу освітніх організацій як чинник розвитку їх підприємницької активності / О. В. Креденцер // Організаційна психологія. Економічна психологія. - 2016. - № 1. - С. 51-60. - [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/opher_2016_1_8
7. Кулаковський Т.Ю. Когнітивний підхід у вивченні феномену підприємця / Т.Ю. Кулаковський // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – №2 (80) – 2017. – С. 117–123.
8. Мухарлямова А.Ю. Анализ образа предпринимателя в современном обществе / А.Ю. Мухарлямова, К.А. Холуева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id>.
9. Работіна І. Дослідження гендерної рівності в Україні / І. Работіна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://platforma-msb.org/doslidzhennya-gendernoyi-rivnosti-v-ukrayini/>

10. Україна опинилася на 138 місці зі 156 країн за рівнем щастя [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2422662-ukraina-opinilasa-na-138mu-misci-zi-156-za-rivnem-sasta.html>
11. Штейнмец А.Э. Общая психология : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / А.Э. Штейнмец. – М. : Академия, 2006. – 288 с.
12. Meek, William R. Gender and entrepreneurship: a review and process model / Diane M. Sullivan, William R. Meek // Journal of Managerial Psychology. – Vol. 27. – P. 428–458.
13. Nelson, T. Men, Women, Sex and Gender in Entrepreneurship Education / T. Nelson. – [Electr. Resource]. – Access mode : https://www.researchgate.net/profile/Teresa_Nelson2/publication/228947849_Men_Women_Sex_and_Gender_in_Entrepreneurship_Education/links/00b49534469e9d4d42000000/Men-Women-Sex-and-Gender-in-Entrepreneurship-Education.pdf
14. Thurik, A.R. Entrepreneurial activity, self-perception and gender / A.R.Thurik, I. Uhlaner, I.Verheul // Erim report series research in management. – Erim Report Series reference. – number ERS-2002-03-STR.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Valovyi vnutrishnii produkt. Minfin. – 2017. – [Elektronnyi resurs] . – Rezhym dostupu : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2017>
2. Dyshekov B.N. Formirovaniia psihologicheskoi gotovnosti lichnosti k legitimnoj predprinimatel'skoj dejatel'nosti / B.N. Dyshekov, D.A. Kitova // Psihologija v jekonomike i upravlenii. – 2011. – № 1. – S. 29–35.
3. Ermolaeva E.P. Preodolenie negativnyh samoizoljacionnyh tendencij predprinimatelej v uslovijah krizisnoj jekonomiki / E.P. Ermolaeva // Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE». – 2015. – Tom 7. – №6. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://naukovedenie.ru/PDF/22EVN615.pdf> .
4. Karamushka L.M. Psykholohichni osoblyvosti pidpriemnytskoi diialnosti: otsinka pidpriemtsiamy zmistu, osnovnykh motyviv, pozytyvnykh ta nehatyvnykh storin pidpriemnytskoi diialnosti / L.M. Karamushka, H.V. Hnuskina // Aktualni problemy psykholohii. – 2012. – T. 1. – Vyp. 35. – S. 107–111. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsub_2012_1_35_24
5. Kredentser O.V. Doslidzhennia osoblyvosti rozvytku pidpriemnytskoi aktyvnosti personalu osvitynih orhanizatsii / O.V. Kredentser // Aktualni problemy psykholohii : zb. naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. – K. : Instytut psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy, 2015. – Vyp. 42. – S. 114–122.
6. Kredentser O. V. Pidpriemnytska samoefektyvnist personalu osvitynih orhanizatsii yak chynnyk rozvytku yikh pidpriemnytskoi aktyvnosti / O. V. Kredentser // Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. - 2016. - № 1. - S. 51-60. - [Elektr. resurs]. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ophep_2016_1_8
7. Kulakovskiy T.Iu. Kohnityvnyi pidkhid u vyvchenni fenomenu pidpriemtsia / T.Iu. Kulakovskiy // Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. – №2 (80) – 2017. – S. 117–123.
8. Muharlamova A.Ju. Analiz obraza predprinimatelja v sovremenom obshhestve / A.Ju. Muharlamova, K.A. Holueva // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2014. – № 3. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id>.
9. Rabotina I. Doslidzhennia gendernoi rivnosti v Ukraini / I. Rabotina. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://platforma-msb.org/doslidzhennya-gendernoyi-rivnosti-v-ukrayini/>
10. Ukraina opynylasia na 138 misti zi 156 krain za rivnem shchastia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrinform.ua/rubric-society/2422662-ukraina-opinilasa-na-138mu-misci-zi-156-za-rivnem-sasta.html>
11. Shtejnmeec A.Je. Obshhaja psihologija : [ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij] / A.Je. Shtejnmeec. – M. : Akademija, 2006. – 288 s.
12. Meek, William R. Gender and entrepreneurship: a review and process model / Diane M. Sullivan, William R. Meek // Journal of Managerial Psychology. – Vol. 27. – R. 428–458.
13. Nelson, T. Men, Women, Sex and Gender in Entrepreneurship Education / T. Nelson. – [Electr. Resource]. – Access mode : https://www.researchgate.net/profile/Teresa_Nelson2/publication/228947849_Men_Women_Sex_and_Gender_in_Entrepreneurship_Education/links/00b49534469e9d4d42000000/Men-Women-Sex-and-Gender-in-Entrepreneurship-Education.pdf
14. Thurik, A.R. Entrepreneurial activity, self-perception and gender / A.R.Thurik, I. Uhlaner, I.Verheul // Erim report series research in management. – Erim Report Series reference. – number ERS-2002-03-STR.

Kulakovsky, T. Yu., Kulakovska, O. G. Gender differences in students' perception of the ideal entrepreneur. *The article presents the results of research into the image of the ideal entrepreneur, which were obtained using the non-directive associative experiment. The aim of the research was to identify gender differences in students' perception of the ideal entrepreneur. The sample included 46 students (25 women and 21 men) averagely aged 20.8 years. The first stage of the study used a non-directive associative experiment in which the respondents gave ten associations to the stimulus-phrase 'successful entrepreneur.' At the second stage of the research, ten most common associations produced by men and women were selected to give the names to the scales of a specially designed questionnaire. The research found gender differences in the students' perceptions of the ideal entrepreneur: women viewed the ideal entrepreneur as a decent, highly-skilled, hard-working and purposeful professional, while men saw the ideal entrepreneur as a risk-taking and goal-focused person. Both*

men and women considered the ideal entrepreneur as having professional and communicative competences and being financially and socially efficient and highly moral. However, men perceived as a negative feature of the ideal entrepreneur his/her positively correlated 'connections' and 'wealth', which can be explained by the negative environmental factors in entrepreneurial activity.

Key words: *ideal entrepreneur, gender differences, ideas, image, associations, non-directive associative experiment, factor analysis*

Відомості про авторів

Кулаковський Тарас Юрійович, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології розвитку та консультування Житомирського державного університету ім. І. Франка, м. Житомир, Україна.

Kulakovsky, Taras Yuriyovych, PhD, Assoc. Prof., Department of Developmental Psychology and Counseling, I.Franko Zhytomyr State University, Zhytomyr, Ukraine.
E-mail: taraskulakovsky@gmail.com

Кулаковська Ольга Григорівна, асистент кафедри психології розвитку та консультування Житомирського державного університету ім. І. Франка, м. Житомир, Україна.

Kulakovska, Olga Grygorivna, assistant lecturer, Dept. of theoretical and applied psychology, I.Franko Zhytomyr State University, Zhytomyr, Ukraine.
E-mail: olka_@i.ua

Отримано 1 вересня 2018 р.
Рецензовано 17 вересня 2018 р.
Прийнято 20 вересня 2018 р.

DOI (Article): <https://doi.org/10.31108/2.2018.3.14.6>
УДК 005.73:331.1

Кунцевська А. В.

ПРОФЕСІЙНА ПОЗИЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СЕРВІСНИХ ЦЕНТРІВ МВС УКРАЇНИ)

Кунцевська А. В. Професійна позиція як механізм регулювання діяльності (на прикладі діяльності працівників сервісних центрів МВС України). У поданій статті порушено проблему професійної комунікації як індикатора професійної позиції працівників сервісних центрів МВС, а також визначення механізму корекції професійної позиції засобами налагодження професійної комунікації. Результати дослідження свідчать про серйозну проблему перетину особистісної та професійної позицій працівників сервісу, що виявляється у схильності співробітників спілкуватись з клієнтами та колегами так само як і з близьким оточенням. Подібні установки призводять до підміни професійних оцінок ситуації емоційними, що стає причиною вигорання, появи професійного цинізму, й виявляється у нетолерантному або байдужому ставленні до клієнтів.

Ключові слова: *професійна позиція, професійна комунікація, клієнтоорієнтованість, сервісні центри, сервісні послуги*

Кунцевская А. В. Профессиональная позиция как механизм регулирования деятельности (на примере сотрудников сервисных центров МВД Украины). В данной статье затронута проблема профессиональной коммуникации как индикатора профессиональной позиции сотрудников сервисных центров МВД, а также определение механизма коррекции профессиональной позиции средствами налаживания профессиональной коммуникации. Результаты исследования свидетельствуют о серьезной