

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П.ДРАГОМАНОВА

На правах рукопису

Кульбіда Наталія Миколаївна

УДК 159.9:33

**ОСОБИСТІСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ
УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ**

19.00.07 – педагогічна та вікова психологія

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук

Науковий керівник:
Долинська Любов Василівна,
кандидат психологічних наук, професор

Київ - 2005

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	5-12
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ	13-39
1.1. Особистісні детермінанти та їх соціально-психологічна роль в розвитку підприємництва	13-27
1.2. Основні теоретичні підходи до дослідження особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців	27-39
1.2.1. Етико-мотиваційні механізми особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців	28-34
1.2.2. Теорія локусу контролю в контексті досліджень	

особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців	34-35
1.2.3. Схильність до ризику як особистісна детермінанта успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.....	35-36
1.2.4. Когнітивні структури особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців	37-39
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ	39-41
 РОЗДІЛ 2	
ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ	
2.1. Концептуальна схема аналізу особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.....	42-111
2.1.1. Поняття особистісно-професійної суб'єктності як провідної детермінанти успішної підготовки майбутніх підприємців	42-64
2.1.2. Структурний аналіз особистісно-професійної суб'єктності	42-45
2.1.3. Динамічний аналіз особистісно-професійної суб'єктності	45-62
2.1.3. Динамічний аналіз особистісно-професійної суб'єктності	62-64
2.2. Вивчення критеріїв діагностування та рівнів становлення особистісної суб'єктності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки	64-111
2.2.1. Аналіз змістових характеристик когнітивного компонента особистісно-професійної суб'єктності потенційних підприємців	65-91
2.2.2. Дослідження мотиваційного компонента особистісно- професійної суб'єктності майбутніх підприємців	91-99
2.2.3. Вивчення поведінкового компонента особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців	99-106
2.2.4. Рівні становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців	106-111
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ	111-113
 РОЗДІЛ 3	
РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ	
3.1. Теоретичні засади етапів становлення професійної підготовки майбутніх підприємців	114-176
3.2. Організаційні, змістові та результативні аспекти розвитку особистісних детермінант в професійній підготовці майбутніх підприємців	114-128
особистісних детермінант в професійній підготовці майбутніх підприємців	128-176

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ	176-178
ВИСНОВКИ	179-181
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	182-200
ДОДАТКИ	201-205

ВСТУП

Актуальність дослідження. Радикальні соціально-економічні перетворення в Україні різко підвищили інтерес суспільства до особистісно детермінованих сторін життя підростаючого покоління. Поруч із змінами поведінкової, емоційної, моральної та зростанням ціннісної автономії особистості молоді, актуалізується її успішність професійної підготовки до підприємництва. Сьогодні все більша кількість випускників вищих навчальних закладів залучається до сфери діяльності на ринку.

Як головний атрибут ринкової економіки, підприємництво стає невід’ємною ознакою психологічної готовності молоді до професійної діяльності. Студентський вік – це період завершеного становлення етичних та світоглядних орієнтирів особистості та інтенсивного професійно-рольового експериментування

. З огляду на це, процес успішної професіоналізації і спрямованість студентської молоді на оволодіння підприємництвом потребує особливої психологічної підтримки і нерідко корекції прийнятих рішень щодо особистісних детермінант професійної підготовки.

Ринкова економіка вимагає від майбутніх фахівців-економістів особливого способу життєдіяльності, нового типу мислення, вільного від встановлених стереотипів. В умовах зростаючої ролі особистісних чинників фахівець ринку соціально відповідальний за себе та економічну успішність країни. А тому вивчення особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців має актуальність дослідження.

Особистісні детермінанти успішної професіоналізації підприємців успішно досліджуються сучасними філософами, соціологами, психологами. 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.Мусаєлян, В.П.Позняков, В.Д.Попов, С.К.Роцин, Ю.О.Сливницький, В.В.Червяков, В.О.Чередніченко, О.Є.Чирикова, В.Д.Шапіро та ін.) та вітчизняних вчених (О.В.Бондаренко, В.М.Колот, В.Р.Костюк, О.Г.Левцун, Л.М.Лисенко, М.Д.Міщенко, Ю.Ф.Пачковський, Н.А.Побірченко, С.Ф.Покропивний, О.П.Сергеєнкова, М.С.Соболь, Ю.М.Швалб та ін.) визначено тісний взаємозв'язок формування професійних якостей підприємницької діяльності з творчим потенціалом особистості.

Однак більшість описаних в дослідженнях моделей особистості підприємця базується на окремих властивостях особистості. Особистість підприємця як цілісність, із становленням морально-етичних аспектів його діяльності майже не досліджується. Відсутній єдиний методологічний підхід до проблеми, не актуалізована увага на особистісних рисах та характеристиках, що забезпечують професійну успішність підготовки майбутніх підприємців, не розкрито особливості та шляхи розвитку особистісних підсистем як провідних у розвитку спроможності майбутніх фахівців до самодетермінації у сфері підприємництва та здійснення функцій економічного самоконтролю.

Таким чином, соціальна значущість проблеми та її недостатня розробленість у психологічних дослідженнях зумовили вибір теми дисертаційного дослідження “Особистісні детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців”.

З'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційне дослідження виконано відповідно до тематичного плану наукових досліджень Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Тему дисертації затверджено Вченою радою університету (протокол № 8 від 29 березня 2002 року) та узгоджено Радою з координації наукових досліджень в галузі педагогіки і психології АПН України (протокол № 2 від 22 лютого 2005 року).

Об'єкт дослідження – психологічна успішність професійної підготовки майбутніх підприємців.

Предмет дослідження – психологічна визначеність особистісних детермінант, що забезпечують успішність професійної підготовки майбутніх підприємців.

Мета дослідження полягає у теоретичному визначенні та експериментальному обґрунтуванні особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців на засадах навчально-професійної діяльності студентів університету.

В основу дослідження було покладено **припущення** про те, що провідною особистісною детермінантою успішної підготовки майбутніх підприємців є особистісно-професійна суб'єктність як інтегральна якість майбутнього спеціаліста, актуалізація якої можлива засобами цілеспрямованого розвитку у студентів її структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик.

Для досягнення мети дослідження і перевірки висунутої гіпотези були поставлені такі **завдання**:

1. Визначити теоретичні підходи до проблеми дослідження особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

2. Обґрунтувати психологічний зміст суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

3. Виявити критерії діагностування та рівні становлення особистісної суб'єктності майбутніх підприємців.

4. Розробити та апробувати експериментальну програму розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності в особистості та діяльності майбутніх підприємців у професійній підготовці.

Теоретико-методологічну основу дослідження становлять: принципи детермінізму, єдності психіки і діяльності, які доповнені положеннями про системний підхід до розуміння цілісності особистості (Б.А.Ананьєв, Б.Ф.Ломов, В.С.Мерлін, С.Л.Рубінштейн та ін.); основні положення суб'єктної парадигми (К.О.Абульханова-Славська, А.В.Брушлинський, Д.Б.Богоявленська, О.А.Конопкін, В.А.Петровський, В.О.Татенко); психології економічної поведінки (В.І.Бакштановський, Ю.В.Соґомонов, О.І.Пригожин, Ю.Ф.Пачковський, О.У.Хараш); науково-психологічні уявлення про спеціальні здібності, професійно важливі якості особистості підприємця (К.Варнерид, М.Кетс-де-Вриз, Ю.В.Красилова, Д.Мак-Клелланд, Ю.Ф.Пачковський, Н.А.Побірченко, Н.В.Чигиринська) та готовність сучасної молоді до підприємницької діяльності (В.М.Дюков, Н.А.Побірченко, О.П.Сергеєнкова, О.В.Тополь).

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань і перевірки гіпотези застосовані загальнонаукові методи теоретичного дослідження: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення і систематизація теоретичного і емпіричного матеріалу. Прикладна частина виконана із застосуванням методів спостереження, бесіди, анкетування, спеціалізованих тестів та методик з визначення окремих

функціонально-сміслових характеристик суб'єктності, констатуючий та формулюючий експерименти, активні методи навчання. Кількісна обробка даних здійснювалася за допомогою методів математично-статистичного аналізу.

Організація дослідження. Дослідження проводилося впродовж 2001-2004 рр. і охоплювало ряд етапів наукового пошуку.

На підготовчому етапі (2001-2002 рр.) вивчався стан розробленості проблеми дослідження у філософській, соціологічній, економічній, управлінській, психологічній та педагогічній літературі. Виявлено різні підходи до психології підприємництва, визначено особистісні чинники, що визначають успішність професійної підготовки майбутніх підприємців. Вивчено практику психолого-педагогічної підготовки майбутніх підприємців у вищих навчальних закладах. Проаналізовано зміст, специфіку та структуру суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців. Досліджено питання підбору та розробки відповідних методичних засобів, що діагностують структурно-динамічні та етико-сміслові характеристики особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, та проведено пілотажне дослідження щодо ефективності комплексу. У результаті сформульовано гіпотезу, мету, завдання дослідження, визначено теоретико-методологічну основу комплексного багатопараметричного діагностування становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців. Розроблено і обґрунтовано програму формуючого експерименту дослідження.

На експериментальному етапі (2002-2003 рр.) здійснювалася апробація дібраного блоку методик з визначення рівня становлення суб'єктності як провідної особистісної детермінанти професійної підготовки майбутніх підприємців, експериментальна перевірка гіпотези, концептуальних положень та апробація в експериментальних групах розробленої програми з розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, зроблено аналіз результатів та їх порівняння з контрольними групами.

На узагальнюючому етапі (2003-2004 рр.) проводився опис ходу та результатів дослідження, обробка результатів, їх аналіз і зіставлення з гіпотезою дослідження. Узагальнені дані теоретичного і дослідно-експериментального пошуку оформлено в кандидатську дисертацію.

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальна робота виконувалася у Житомирській філії Європейського університету. Загалом в експерименті взяли участь 138 студентів.

Наукова новизна та теоретичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що:

- вперше здійснено системний аналіз особистісних детермінант у професійній підготовці майбутніх підприємців з позицій суб'єктного підходу: визначено специфіку та обґрунтовано зміст і структуру суб'єктності як інтегральної якості особистості, що визначає психологічну успішність професійної підготовки майбутніх підприємців; розкрито критерії діагностування (особливості Я-образу як

системоутворюючої основи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у сфері підприємництва; індивідуальна модель економічної поведінки, що наповнює певним змістом систему мотивації досягнення майбутніх підприємців та визначається їхніми уявленнями про цілі та способи досягнення успіху), описано динаміку та рівні (високий, середній, низький) становлення структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісної суб'єктності майбутніх підприємців впродовж професійної підготовки;

-поглиблено зміст структури Я-образу майбутніх підприємців через компоненти психологічного "Я", соціального "Я" та професійного "Я" особистості;

-дістали подальшого розвитку погляди на проблему психологічної успішності професійної підготовки майбутніх підприємців засобами розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності.

Практичне значення дисертаційного дослідження забезпечується розробкою та апробацією системи практичної роботи з розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців. Комплекс діагностичних методик може бути використаний практикуючими психологами у навчально-виховному процесі закладів, зорієнтованих на підготовку спеціалістів економічного профілю, в практиці позашкільної роботи, в роботі департаментів праці і зайнятості, центрів профорієнтації. Самостійну практичну цінність має розроблена і експериментально перевірена програма "Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців", яку можна використовувати в умовах професійної підготовки майбутніх підприємців.

Вірогідність та надійність результатів дослідження забезпечувалася методологічним обґрунтуванням його вихідних положень, використанням комплексу взаємодоповнюючих методів дослідження, адекватних меті, об'єкту, предмету та завданням роботи, репрезентативністю вибірки досліджуваних, поєднанням методів якісного та кількісного аналізу отриманого експериментального матеріалу, а також позитивними результатами впровадження авторської системи роботи у навчально-виховний процес.

Особистий внесок здобувача. У роботі, що виконана у співавторстві, - Журавльова Л.П., Кульбіда Н.М. Теоретичні та прикладні аспекти мотивації діяльності підприємців // Педагогіка і психологія професійної освіти. – №4. – Львів: Інститут педагогіки і психології АПН України. – 2002. – С. 138-143, - автором був проведений огляд наукових праць, що стосуються різноманітних підходів до вивчення проблеми мотивації, яка лежить в основі активності суб'єктів підприємницької діяльності. Результати дослідження співавтора у дисертації не використані.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Основні положення дисертації доповідалися та отримали схвалення на Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 10-річчю АПН України (м. Львів, 3-4 жовтня 2002р.); на II Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів,

аспірантів та молодих вчених за підтримки Київської міської державної адміністрації (22-24 травня 2002р., м.Київ); на VII Всеукраїнській науково-практичній конференції “Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість” (15-16 квітня 2004р., м.Київ); на звітних науково-практичних конференціях кафедр Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (2001-2004рр.), на засіданнях кафедри психології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. **Впровадження** результатів дослідження здійснювалося у процесі дослідно-експериментальної роботи зі студентами Житомирської філії Європейського університету (довідка № 146 від 11.05.2005року). Тренінговий спецкурс “Розвиток особистісної суб’єктності майбутніх підприємців” широко використовується у навчально-виховному процесі Житомирського інституту Міжрегіональної академії управління персоналом (довідка № 95 від 16.05.2005року).

Публікації. Основні теоретичні положення дисертації, результати дослідження, висновки відображені у 8 публікаціях автора, серед яких 5 статей у фахових наукових виданнях та матеріали конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, списку використаної літератури (238 найменувань) та додатків. Основний зміст дисертації викладено на 181 сторінці комп’ютерного набору. У роботі вміщено 15 таблиць та 2 рисунки на 8 сторінках. Загальний об’єм роботи – 205 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ

У даному розділі представлено узагальнені результати теоретичного аналізу наукової літератури з проблеми особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

1.1. Особистісні детермінанти та їх соціально-психологічна роль в розвитку підприємництва

Підприємництво сьогодні розглядається як невід’ємний елемент ринкової економіки. Не дивлячись на багатовікову історію формування поглядів на феномен підприємництва, надалі актуальними залишаються побудова єдиної теорії підприємництва, концептуальне визначення місця і ролі даного явища в системі економічних і суспільних відносин, визначення особистісних чинників, що лежать в основі успішної діяльності підприємців, та їх розвиток у процесі професійної підготовки.

У формуванні поглядів на підприємництво умовно можна виділити певні періоди становлення, що концептуально сформували існуючі підходи до розгляду підприємницької активності.

Перший період наукової зацікавленості підприємництвом бере свій початок з XVIII століття, коли англійський банкір і економіст Р.Кантильйон вперше ввів у науковий обіг термін “підприємець” (1725р.). Термін “підприємець” (entrepreneur) – французького походження, що буквально означає “посередник”. У XVI столітті у Франції підприємцями, тобто антрепренерами, називали людей, котрі очолювали військові експедиції, а також інших шукачів пригод. На початку XVII століття підприємцем, окрім попереднього тлумачення, називають людину, яка укладає з державою контракт на побудову мостів, доріг, портових чи оборонних споруд або на поставку певної продукції. Якщо підприємцям вдалося виконати контракт за меншу суму, то різниця привласнювалася як елемент доходу. Важливою умовою, від якої залежала величина доходу, вважалася наявність у підприємця такої особистісної риси як відповідальність за свої дії [158]. Крім того, у визначенні, яке дав Р.Кантильйон, підприємець – це людина, яка діє в умовах ризику [51]. Підприємець у нього – це особа, котра за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів і, беручи на себе зобов’язання по витратах, не знає, за якими цінами може здійснюватися реалізація його продукції.

У XIX столітті в економічній науці ризик у підприємстві вже пов’язується з мистецтвом підприємця долати труднощі на шляху досягнення своєї мети. Представник німецької класичної школи Г.Фон Мангольдт у своїй

праці “Дійсне призначення підприємця та істинна природа підприємницького прибутку” (1855р.) пропонує оперувати фактором часу. Згідно його поглядів, чим більше за часом віддалені один від одного початок виробництва і кінцева реалізація готового продукту, тим більша невизначеність успіху, більший ризик можливих витрат для підприємця. Звідси одна із функцій підприємця полягає в тому, щоб вміти приймати рішення в умовах невизначеності.

Приймаючи рішення в умовах невизначеності, підприємець тим самим бере на себе повну відповідальність за успіх справи. У випадку помилок, недостатньої обґрунтованості прийнятих рішень його очікують певні збитки, втрата капіталу, можливо до повного банкрутства. Підприємець у процесі діяльності повинен дбати про власну ділову репутацію, долю підлеглих і найманих працівників, оскільки він має опиратись на довіру багатьох людей, пов'язаних з ним угодами. В сучасних умовах високо цінується вміння підприємця реалізувати функцію ризику як здатність передбачати і прогнозувати можливий розвиток подій.

Несіння підприємцем ризику на довгі десятиліття опинилося в центрі уваги науковців і визначило характер першого періоду інтерпретації підприємництва.

Окрім ризику, як важливої складової підприємництва, перша хвиля зацікавленості особистісними детермінантами успішного підприємництва розширила межі свого трактування завдяки поглядам А.Сміта, Ж.-Б.Сея, А. Маршалла.

А.Сміт [140] формулює концепцію “економічної людини”, яку наділяє такими рисами, як підприємливість у реалізації господарських задумів, компетентність у веденні справ, поєднання розважливого ризику та обережності. У А.Сміта “економічна людина” (капіталіст-підприємець) – це активно діючий економічний агент, власник, який сам планує, організовує виробництво, розпоряджається його результатами, діє раціонально і з розрахунком.

Новий підхід до вивчення особистості підприємця сформував французький економіст Ж.-Б.Сей, який вбачав у підприємцеві людину, яка береться власним коштом і на власний ризик виробляти який-небудь продукт [132]. На його думку, підприємець має бути “людиною заможною, відомою своїм розумом, розсудливістю, любов'ю до порядку, чесністю, і щоб завдяки цим властивостям вона могла отримувати капітали, яких ще не має” [132, 60]. До інших обов'язкових рис, що необхідні для виконання підприємницьких функцій, Ж.-Б. Сей відносив розуміння довколишніх обставин, вміння правильно передбачати значущість продукту та суспільні потреби, які підприємець збирається задовольняти. Він зазначав, що успішна підприємницька діяльність має також ґрунтуватися на наявності таланту керувати, здатності долати численні перешкоди і виправляти невдачі, на винахідництві нових прийомів виробництва. Водночас, Ж.-Б.Сей виключно важливого значення надає вмінню поєднувати теоретичні знання з практичним життєвим досвідом [132, 61].

Значної уваги підприємцеві було приділено в теорії А.Маршалла, згідно якої підприємець виконує дві різні специфічні функції – управління

виробництвом і збутом та управління робочою силою. “Тому він має володіти подвійною здібністю. Перша з них передбачає глибинне знання усіх закономірностей функціонування своєї галузі, вміння передбачати загальні тенденції розвитку виробництва і споживання, здатність до швидких суджень та сміливого ризику” [76, 382]. Друга – “бути природженим керівником людей, вміти правильно підбирати собі помічників, спонукати до дій їх підприємливість та ініціативу” [76, 382].

Німецький соціолог В.Зомбарт [48] стверджував, що якщо підприємець прагне досягти успіху у своїх справах, він має виступати, водночас, у 3-х іпостасях. Перша з них – це завойовник, умовою чого є наполегливість, готовність до ризику, вміння складати і реалізовувати план. Потім – організатор, що передбачає правильну оцінку людей і налагодження їх роботи. Третя – торговець, що визначається вмінням проводити переговори, викликати зацікавленість покупця.

Загальний прорив у розумінні феномену підприємництва наступив на *другому етапі* його становлення з появою концепції економічної динаміки Й. Шумпетера, що ґрунтувалася на створенні “нових комбінацій”. Центральна роль в ній відводилася вже особистості підприємця як продуценту соціально-економічних змін. Функція підприємця, на думку вченого, полягає, головним чином, у тому, щоб “реформувати чи революціонізувати виробництво, використовуючи інноваційні технологічні рішення для випуску нових товарів або виробництва старих товарів новим способом, відкриваючи нові джерела сировини та матеріалів або нові ринки, реорганізуючи при цьому галузь” [172, 183]. Так, саме Й.Шумпетер дав сучасне визначення підприємця як новатора та підприємництва як особливої соціально-особистісної функції, що полягає у здійсненні нових комбінацій. Дослідник наголошував: “Для того, щоб діяти впевнено за межами звичних рамок... необхідні особливі здібності, що притаманні лише невеликій частині населення, і саме ці здібності визначають як підприємницький тип, так і підприємницьку функцію” [172, 184]. На його думку, підприємця відрізняють, по-перше, особливий погляд на речі, причому головну роль відіграє не стільки інтелект, скільки воля і здатність відокремлювати певні моменти дійсності і бачити їх у реальному світі; по-друге, здатність йти вперед на самоті, не лякаючись пов’язаних з цим невизначеностей і можливого опору; по-третє, його вплив на інших людей, тобто те, що називають “мати авторитет” [172, 185].

Інша теорія, що поставила в центр своєї уваги особистість підприємця, належить відомому американському економісту Ф.Найту [93]. В обґрунтуванні особливих підприємницьких якостей він виходить із того, що кожна ділова ситуація є унікальною і не може прогнозуватися заздалегідь, тобто знаходитись у стані невизначеності. Саме тому, основні властивості суб’єктів підприємницької діяльності Ф.Найт вбачає в інтуїтивному передбаченні, у вірі в правоті своїх суджень, у внутрішній впевненості у необхідності і доцільності прийняття ризикованих рішень.

Третій період наукової інтерпретації підприємництва – це сучасні погляди на підприємництво, яке функціонує і розвивається в умовах, що постійно змінюються. Починаючи з другої половини ХХ століття, увага вчених здебільшого спрямована на зростання масштабів підприємницької діяльності, що пов'язувалося із збільшенням кількості малих фірм в економічно розвинутих країнах Заходу та Сходу. Це стало можливим завдяки цілому ряду чинників, серед яких особливо виділялися: посилення технологічної конкуренції і розширення можливостей використання нововведень, зміни стилю життя і ціннісних орієнтацій різних соціальних груп і перш за все молоді в напрямку самореалізації і особистої свободи, підвищення рівня освіти, зростання платоспроможності населення. Так, за Д.Мак-Клелландом, підприємець – це енергійна людина, яка діє в умовах помірної ризику. Використовуючи порівняльний метод, вчений намагається відповісти на питання: “Чому деякі суспільства є більш сприятливими до появи підприємництва, ніж інші?”. Основним висновком у нього є те, що набутий досвід у дитинстві формує особливий психологічний фактор, який Д.Мак-Клелланд назвав “потребою у досягненнях”. Цей чинник, на його думку, відповідає за економічне зростання або економічний занепад. “Прививання” мотиву досягнення є можливим за умов виховання дитини, яке наголошує на стандартах високої якості, впевненості у собі, забезпечує материнське тепло і незначне домінування батька [215].

П.Друкер вбачає в особі підприємця людину, яка використовує будь-яку можливість з максимальною для себе вигодою. Підприємлива людина, стверджує П.Друкер, “наділена здібністю самостійно генерувати нові ділові ідеї, відшуковувати можливості для створення чогось незвичного, використовувати нетрадиційні шляхи та брати на себе відповідальність за ризик при реалізації цих ідей” [37, 32].

Як бачимо, дослідження проблеми особистісних детермінант успішного підприємництва має тривалу історію свого існування в працях економістів, соціологів, філософів. Проте в розрізі проблеми особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців для нас важливими є дослідження, що проводилися саме в галузі психології.

Огляд наукової літератури з економічної психології [181], [187], [211], [219], [230], [233] дозволяє виділити 2 основні традиції визначення об'єкта дослідження психології підприємництва. Суть першої з них, що умовно позначається як “об'єктна”, зводиться до осмислення предметної сторони діяльності підприємця шляхом виділення критеріїв успішного підприємництва [191], [193], [199], [233]. На основі виділених критеріїв успішності підприємницької діяльності описуються функції та характеристики її суб'єкта, тобто в непрямій формі зазначається, що підприємець – це той, хто представляє підприємництво.

Узагальнюючи широкий спектр визначень підприємницької діяльності в рамках об'єктної традиції вітчизняних вчених, відзначимо, насамперед, полісемантизм у поглядах, що є наслідком багатоаспектності проявів і функцій

підприємництва. Зауважимо, що право на існування мають різні визначення підприємництва. Мова тут йде лише про різні рівні аналізу і узагальнення підприємницького феномена, що обумовлено конкретними умовами його реалізації.

Наведемо лише деякі з визначень, які є характерними для сучасного розуміння феномена підприємництва в об'єктному підході. Підприємництво – це особливий, пов'язаний з ризиком, вид діяльності по організації нової, потенційно прибуткової справи. Це – творча активність в економіці [113]. На творчий характер підприємницької діяльності вказує і І.Ясін. Він розглядав підприємництво як вид творчої діяльності, суть якого полягає в тому, щоб в умовах невизначеності приймати рішення, знаходити можливості найкращого використання обмежених ресурсів і добиватися реалізації цих можливостей на практиці [174].

Дещо подібний підхід до підприємництва як типу поведінки проглядається у працях О.М.Омарова [89], [90], [91]. “Для підприємливої людини характерні творчий та відповідальний підходи... ініціатива при рішенні поставлених завдань” [90, 38]. Підприємливість, на його думку, містить елемент новизни і реалізується в діяльності, спрямованій на пошук, прийняття та реалізацію високоефективних рішень. “Підприємливість – це здібність до самостійних та неординарних (нетипових) дій” [90, 169].

Близьким до попередніх є також визначення В.П.Позняка: “Підприємництво – це інноваційна діяльність, що здійснюється в умовах ризику і спрямована на отримання прибутку” [108, 14].

Вдалим бачиться підхід до сутності підприємництва С.І.Кретьова: “Підприємництво – це ризик, непередбачувана діяльність, спрямована на подолання існуючих стереотипів господарювання” [113, 46]. Хоча тут і не вказано на всі суттєві якості, що визначають спрямованість особистості підприємця, проте підкреслюється революційний характер його діяльності, що важливо.

Найбільш повне, на нашу думку, визначення підприємництва дає Н.М. Лисенко: “Підприємництво – це ініціативна, систематична, самостійна діяльність громадян, спрямована на виробництво продукції, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється на свій страх і ризик і під свою майнову відповідальність... До того ж, це не просто особливий вид діяльності. Це і особливий стиль та тип поведінки, спосіб мислення і дії, складові якого – ініціатива, пошук нетрадиційних рішень, масштабність і ризик, ділова активність” [70, 4-8]. Підприємництво – це пошук і розробка нових технологічних, організаційних і ринкових можливостей, які стимулюють масове новаторство, незалежно від ресурсів, що контролюються в даний момент. Це особливий, новаторський стиль господарської поведінки, в основі якої лежить постійний пошук нових можливостей, спрямованість на нововведення, вміння залучати і використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси із найрізноманітніших джерел [114].

Обґрунтовані погляди на сутність підприємництва вбачаємо у працях Н.А. Побірченко [102], [103], [104], [105], [106], [107]. На думку науковця, сутність підприємництва “полягає у спроможності людини до активної, самостійної, вільної дії – з реалізації власної ідеї, інтересу, плану і т.п. – в конкретній ситуації” [102, 13]. Виходячи з цього визначення, Н.А.Побірченко зазначає, що підприємець – це “людина ініціативна, інтелектуально працездатна і творча, з врівноваженою емоційно-вольовою сферою, має стійку потребу в самостійності пошуку нових сторін розвитку суспільства” [102, 81]. Новоутвореннями в особистості такої людини є: економічність мислення, раціональність поведінки, виражені мотиви вигоди, готовність йти на виважений ризик з почуттям особистої відповідальності [106, 1].

Комплексний підхід з позицій досягнень економічної, історичної, соціологічної, філософської, психологічної наук дає підстави говорити про сучасне підприємництво як про особливий тип підприємницької поведінки, яку, на думку Ю.Ф.Пачковського, характеризують наступні складові:

- особлива чутливість до змін і прагнення щось змінити у своєму житті (елемент ініціативи);
- прийняття на себе відповідальності за можливі невдачі і поразки, готовність ризикувати (елемент ризику);
- сприяння реалізації і використанню нових технологічних можливостей шляхом впровадження у виробництво винаходів та інновацій; організація або реорганізація соціально-економічних механізмів з тим, щоб з вигодою використати наявні ресурси і конкретну ситуацію (елемент новаторства);
- спрямованість на діяльне перетворення навколишнього світу, побудову нових відносин; вміння випереджувати події і вести конкурентну боротьбу (елемент активності) [93].

Таким чином, такі особистісні детермінанти успішного підприємництва як здатність до ризику, до інноваційного типу мислення, творчості та активності відрізняють підприємницьку діяльність від консервативної орієнтації, обумовлюють її спрямованість на динамічне зростання. Всякий індивід, чия поведінка характеризується пошуковим стилем, є потенційний підприємець. Підприємець перестає бути підприємцем, коли заснована ним справа починає функціонувати в умовах кругообігу [172].

Здійснений огляд наукової літератури в розрізі психології підприємництва показав, що об’єктний або функціональний підхід до визначення особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців залишає поза увагою врахування “внутрішнього моменту” підприємницької діяльності, а саме те, що дозволяє фахівцю її здійснювати, ефективно виконувати підприємницькі функції. Підприємництво – не стільки професія, скільки специфічний спосіб життя, а підприємець є його носієм як цілісна особистісна система. На цій основі аналіз феномену підприємництва повинен включати розгляд особистісних передумов вибору такого стилю життя, якостей особистості, які детермінують успішність підприємницької діяльності.

Подібний підхід до аналізу підприємництва, який позначається як “суб’єктний”, частково реалізується лише в деяких сучасних підходах зарубіжної психології [53], [150], [166]. В межах даної дослідницької традиції проблема підприємництва розглядається не з позицій структури професійної діяльності, а з точки зору структури особистості, її психотипу, який дозволяє людині продукувати і здійснювати інновацію в економічній сфері, спираючись лише на власні сили. Для позначення підприємця як суб’єкта такої діяльності використовуються, переважно, не наукові, а описові визначення: “людина, яка створила себе сама”, “працює на себе”, “робить те, що вважає за потрібне” та ін. В рамках суб’єктного підходу людина постає як суб’єкт діяльності, що впроваджує в життя певну систему цінностей, ідеалів, власну індивідуальність. Саме тому аналіз підприємництва доцільно здійснювати з позицій суб’єктного, особистісного полюса діяльності, а не з позицій предметного змісту професійних функцій.

Однак, суб’єктний підхід до аналізу підприємництва у вітчизняній психології знаходиться лише на початковій стадії свого розвитку, а тому є не реалізованим на емпіричному рівні. У вітчизняній психології в останні роки з’явилась тенденція вивчення людини як “суб’єкта власної діяльності, схильного до цілеспрямованого перетворення об’єктивної дійсності та творчого саморозвитку” [57]. Ідеї суб’єктного розвитку відображені у вітчизняній психологічній літературі теоретико-методологічного рівня як вихідні абстрактно-пояснювальні моменти досліджень [1], [21], [24], [57], [69], [71], [144].

З точки зору вітчизняної психології людина як суб’єкт – це “вища системна цілісність всіх його складних і суперечливих властивостей” [24, 10]. “Суб’єктність людини проявляється в її діяльності, особливій активності, шляхом якої вона відтворює себе, своє власне буття у світі. Це, по-перше, життя людини як відтворення її психофізичної цілісності, іншими словами, її *життє*-діяльності. По-друге, відтворення світу в собі та себе у світі при здійсненні пізнавальних та практичних актів, - це так звана предметна діяльність. По-третє, відтворення спільності з іншими людьми, - діяльність спілкування. І, нарешті, по-четверте, це відтворення себе як носія свідомості. – діяльність *cogito* (“Я мислю”, - самопокладання у рефлексії)” [101, 8]. Прикладом одного з суттєвих проявів суб’єктності людини є її “довільна усвідомлена активність, що спрямована на досягнення поставлених цілей” [57, 6]. У понятті суб’єктності акцентується “активний, діяльний початок людини, реалізуючи який, вона здійснює свої реальні стосунки з дійсністю [57]. Суб’єктність розглядається у вітчизняній психології як найважливіша системна якість людини, як здатність “...бути творцем власної історії: ініціювати та здійснювати практичну діяльність, спілкування, пізнання та інші види людської активності, творчої та моральної” [24, 3].

Принциповим методологічним положенням вітчизняної психологічної науки є твердження про нетотожність понять “суб’єкт” та “особистість” [101],

звідки робимо висновок про існування різних типів суб'єктності або типів особистості, що характеризується різними рівнями суб'єктності, навіть до безсуб'єктності.

Носієм суб'єктності є суб'єкт як “особа, спроможна обрати тип діяльності, конкретну роль для себе серед інших суб'єктів, до установлення власних цілей та засобів їх досягнення” [116, 24]. Його вирізняють, насамперед, суверенність. Суверенність А.І.Пригожин трактує як “можливість і бажання самому визначати власну долю, стиль життя, прагнення збільшувати межі реальної незалежності та компетентності”. Головною ознакою суверенності є “діяльнісна самосвідомість, тобто розуміння своєї власної ініціативи як суб'єктивно можливої і суспільно значущої основи власного існування” [116, 23].

Критерій суверенності розглядається прихильниками психоаналітичного напрямку в економічній психології в якості центрального фактору в процесі вибору між працею по найму і створенням власної справи. У даному трактуванні суверенність постає як підсвідома тенденція, в якій переважає або бажання знаходитись у підпорядкуванні, виконувати роботу за вказівками, або бажання виконувати роботу за своєю ініціативою. Американський психолог М.Маккобі підкреслює, що “найчастіше, навіть в безвихідному матеріальному становищі, індивід не обирає шлях підприємництва не лише тому, що боїться ризику, невизначеності, не має капіталу або знань, а й тому, що його психологічний світ вимагає підпорядкованості патронажно-клієнтарним зв'язкам” [73, 34]. Дослідження М.Маккобі говорять, що така підсвідома тенденція особистісної безсуб'єктності має настільки сильний вплив на особистісну поведінку, що їй підкоряються не лише рядові працівники, а й висококваліфіковані спеціалісти та експерти. Працюючи по найму, такі експерти, поряд з високим професіоналізмом, володіють так званою “примхливістю”: вони вимагають самостійності, але одночасно шукають схвалення зі сторони. Суттєвою рисою особистісної безсуб'єктності є надання індивідом переваги так званому “повноважному контролю”, тобто така особа передає контроль над особистісною стороною свого життя “компетентним іншим”. На думку А. Бандури, подібна відмова від особистого контролю є “засобом позбавлення від обтяжливої сторони особистого контролю – відповідальності, ризику і необхідної роботи по саморозвитку, що вимагає витрат часу, зусиль та ресурсів” [176, 141], дозволяє набути бажану безпеку, що базується на компетентності та популярності інших.

Протилежна тенденція – особистісна суб'єктність, - на думку французького психоаналізу, реалізується в різних збоях групової ідентичності – професійній, організаційній, соціальній, оскільки “підприємець, що започатковує свій власний бізнес, в цілому робить це, бо йому важко працювати виконавцем, він – “важкий працівник”, він не здатний працювати “на інших”, підкорятися авторитетам та приймати організаційні ролі” [201, 51]. Підготовчий період підприємництва часто супроводжується конфліктами з авторитетами, труднощами адаптації до організаційної структури і непередбачуваним “перестрибуванням” з одного виду

діяльності на інший, тобто різними збоями організаційної ідентичності. Труднощі виникають і при формуванні професійної ідентичності, оскільки, за словами М.Ф. Кетс-де-Вриза [201, 54], не ототожнюючи себе з соціальними групами, потенційний підприємець не зважає і на загальноприйняті в цих групах рольові моделі, в тому числі і професійні.

Збої групової ідентичності можуть проявлятися і на наступних етапах професіоналізації підприємця – в ході управління створеної ним організаційної структури. Сприймаючи створену ним організаційну реальність як продовження власного “Я”, вважаючи себе не членом організації, а її власником, підприємець не може випустити контроль зі своїх рук, змінити індивідуальні моделі рішення на групові.

Таким чином, основними ознаками суб’єктності є відмова від групової ідентичності і перевага особистого контролю повноважному. На думку А. Бандури, повноважний контроль є результатом функціонування “центрального механізму глобального Я-образу, зокрема, низької само-ефективності” [176, 132]. Спеціалісти в галузі економічної психології, описуючи поведінку суб’єктів успішного підприємництва через діяльність “контролю”, шукають її першопричини також в структурах самоконцепції. Так, Б.Стасей розглядає відчуття “власності” як інтегральну частину Я-образу, котра визначає фундаментальні мотиваційні конструкти особистості такі як “особистісна ефективність” та “особистісна компетентність”, тотожна достатку, спроможності у різних сферах” [226, 171]. Багато авторів пов’язують відчуття “власності” з високим рівнем суб’єктивного контролю в галузі міжособистісних стосунків та в соціальному оточенні в цілому” [232, 223].

Таким чином, психологічна структура суб’єктності та безсуб’єктності задається насамперед структурою “Я” як системоутворюючою основою особистості в цілому. Саме система “Я”, на нашу думку, визначає характер групової ідентичності та рівень особистого контролю.

Критерій функціональності А.Пригожин вводить для позначення здійснення суб’єктом “внеску в будь-яку сумісну діяльність, здатності бути повноважним партнером у міжсуб’єктних стосунках, де він (суб’єкт) сприймається з точки зору своєї корисності, виконуючи ініціативно-інноваційну функцію” [116, 23]. Розкриваючи зміст функціональності як фундаментального поняття ринкових стосунків і ринкової свідомості, А.Хараш розглядає його як взаємний обмін якісними послугами в просторі міжособистісних стосунків, де кожний партнер сприймається з позицій його корисності.

В концепції “людини ринку” А.Хараша вводиться також критерій самоцінності, який базується на тому, “як реагує на мене оточуючий світ, в якому я живу, як до мене ставляться люди, чи призначена за моє життя тверда ринкова ціна” [154, 35]. На нашу думку, окрім зовнішньої витоки, самоцінність має і внутрішню передумову свого виникнення за рахунок суб’єктивного сприйняття порівняльної цінності власного та інших “Я”. Суб’єкта вирізняє саме висока самоцінність власного “Я”, сприйняття себе як компетентного та повноважного

партнера у міжособистісних стосунках.

Важливим критерієм суб'єктності є також спроможність суб'єкта до побудови власних життєвих програм та цілей за рахунок порівняння себе не з іншими людьми, а з соціальними еталонами, тобто наявність власної системи орієнтування, внутрішніх стимуляторів ділової, соціальної та трудової активності [154]. Порівняння себе з іншими людьми при наявності такої системи самостимуляції породжує не заздрість, а домагання. На наш погляд, функціонування системи самомотивації у підприємців проявляється в наявності суб'єктивної моделі економічного успіху, що включає певні символи успіху та уявлення про способи їх досягнення.

За всіма щойно наведеними параметрами суб'єктності стоїть проблема само-детермінації особистості, яка, на нашу думку, визначається передусім центральною субстанцією – Я-образом. При наявності певних характеристик Я-образ створює передумови для формування відчуття контролю, суверенності та самоцінності, виконує мотивуючу функцію, формує глибинну потребу досягнення, задає основні параметри суб'єктивної моделі етико-економічної поведінки.

Виходячи із загальнотеоретичного аналізу особистісних детермінант успішної підприємницької діяльності, найбільш відповідає предмету, завданням нашого дослідження визначення підприємництва, побудоване з позицій суб'єктного підходу, враховуючи об'єктні традиції вивчення даного феномену: *під підприємництвом в даному випадку розуміємо реалізацію в економічній сфері діяльності, що вимагає ризику, створення нового та отримання задоволення від досягнутого у вигляді матеріального здобутку, специфічної якості особистості – суб'єктності*. Саме тому системний підхід при визначенні особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, який ми намагались реалізувати в даному дослідженні, передбачає в подальшому розгляд не окремих психологічних характеристик, а цілісних систем індивідуального функціонування особистості у сфері підприємництва, з детального опису та аналізу яких починається дослідження будь-якої особистісної проблеми. В якості такої системи, що детермінує успішність підготовки майбутніх підприємців, пропонується особистісно-професійна суб'єктність.

1.2. Основні теоретичні підходи до дослідження особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців

Серед досліджень з психології підприємництва найвагоміше місце займають праці, в яких містяться ті чи інші переліки психологічних характеристик, що входять до складу “підприємницького особистісного профілю” [199], [200], [202], [203], [218], [219], [227], [231]. Звичайно, кожен з них не вичерпує собою всіх якостей, необхідних для забезпечення ефективності підприємницької діяльності.

На основі проведення контент-аналізу вітчизняної і зарубіжної літератури, ми побудували теоретичну модель комплексу бажаних (необхідних) особистісних рис успішного підприємця (рис.1.1). 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.

1.2.1. Етико-мотиваційні механізми особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців

Першим психологічним дослідженням особистості підприємця є дослідження мотивації досягнення у бізнесменів, здійснене Д.Мак-Клелландом на початку 60-х років [213], [214], [215]. Дослідження, теоретичну основу якого склала теорія мотивації досягнення, було першою спробою виявити, чи мають підприємці тенденцію до створення специфічного “психологічного класу”, який суттєво відрізняється від решти популяції не-підприємців.

Д.Мак-Клелланд відстоював беззаперечність мотиву досягнення як значного спонукання до бізнесової діяльності, а підприємців вбачав у людях, які здатні брати на себе високу відповідальність. Підприємець характеризується найвищим рівнем мотиву досягнення, який пов’язаний з його прагненням до реалізації цілей, або детермінованих соціальними нормами, або поставлених самостійно. Аналізуючи умови формування мотивації досягнення, він виділяє 4 основні групи чинників, що цьому сприяють: самоаналіз, вироблення оптимальної тактики цілеутворення, міжособова підтримка, формування синдрому досягнення, що передбачає у своїй перспективі ряд дій, серед яких – надання переваг середнім за складністю цілям, досягнення яких залежить від навичок та здібностей самого

діючого суб'єкта; уникнення як занадто легких, так і занадто важких цілей; взяття особистої відповідальності за результат справи; уникнення ситуацій, в яких мета задається іншими людьми.

Д.Мак-Клелланд, керуючись необхідними емпіричними даними стверджує, що підприємці повинні мати високорозвинуту потребу в досягненні, яка, в свою чергу, обумовлює певний набір поведінкових характеристик і особистісних рис. Особам з мотивацією досягнення, на думку Мак-Клелланда, властиві наступні характеристики: впевненість в успіху справи, активний пошук інформації для оцінки власного успіху, готовність брати відповідальність і рішучість у ситуаціях невизначеності, велика наполегливість у досягненні поставленої мети, прагнення до розумного ризику, середній, реалістичний рівень домагань, підвищення рівня домагань після досягнення успіху та зниження після невдачі [213].

Емпіричні дослідження майбутніх фахівців щодо прояву у них мотивації досягнення включали три етапи. В ході першого етапу лонгitudного дослідження Д.Мак-Клелланд виявив, що учні з високими оцінками рівня мотивації досягнення демонстрували перевагу професійного статусу бізнесмена по відношенню до професійного статусу спеціаліста. Другий етап дослідження показав, що 83% школярів, які стали зрештою підприємцями, мали високі показники мотивації досягнення на першому етапі дослідження, і лише 21% учнів, що обрали професії не пов'язані з бізнесом, демонстрували аналогічні показники 17 років тому. Тестування колишніх студентів коледжу через сім років після його закінчення показало подібні результати: 60% підприємців у порівнянні з 41% не-підприємців мали високий рівень мотивації досягнення, коли були першокурсниками.

На основі цілого ряду подібних даних Д.Мак-Клелланд робить висновок про те, що високий рівень мотивації досягнення впливає на формування рішення займатися підприємництвом.

Третій етап дослідження, проведений в рамках тренінгових програм розвитку мотивації досягнення у бізнесменів показав, що у 48% випадків підвищення мотивації досягнення в результаті тренінгу призводить до різкого зростання ділової активності, і як результат, до підвищення успішності підприємницької діяльності. Одержані дані привели автора концепції до висновку, що високий рівень мотивації досягнення не лише прогнозує професійний вибір, а й забезпечує успіх підприємницької діяльності.

Концепція особистості підприємця Д.Мак-Клелланда розглядає його поведінку як спрямовану до реалізації певної мети – успіху. Подібну тенденцію дослідження особистості вітчизняна психологія характеризує як адаптивну [13]. Дана модель виділяє лише спонукальний рівень мотивації, коли як “для людини більш специфічним та ієрархічно більш високим є змістовно-смысловий рівень мотивації. На цьому рівні здійснюється мотиваційна регуляція найбільш складних форм людської діяльності, для яких є характерним активне, “ініціативне” ставлення до дійсності, а не лише адаптивне” [25,56].

Концепція Д.Мак-Клелланда викликала значний інтерес у науковців, і майже всі практичні дослідження сьогодення з особистісної психології містять

результати вимірів індексу мотивації досягнення у підприємців [185], [189], [190], [192], [234].

Дослідженням впливу домінування того чи іншого мотиву – мотиву досягнення, афіліації, влади – на успішність підприємницької діяльності займалися зарубіжні психологи Б.Вайнер, І.Рубін [231]. Ними було встановлено, що економічному успіхові фірми сприяє високий мотив досягнення (у керівників) та низький мотив афіліації, величина ж мотиву влади є неістотною. Проте за результатами інших досліджень роль мотиву влади розглядається інакше, оптимальним вважається або середній [155], або високий її рівень [209]. Однак, усі дослідники підкреслюють значущість вираженості мотиву досягнення у підприємців для успішного завершення справи та негативну кореляцію останнього з мотивом афіліації.

До подібних висновків підводять нас результати дослідження вітчизняного вченого М.Міщенка [82], який встановив, що у психологічно конкурентоспроможних підприємців більше, ніж у “слабких”, виражена орієнтація на активно-діяльне життя, що, на наш погляд, є однією із складових мотивації досягнення, а в “слабких” – на наявність добрих і вірних друзів, що є чинником мотивації афіліації.

Узагальнюючи експериментальні дані у галузі мотивації успіху, можна погодитися з Б.Вайнером [231] у тому, що серед індивідів з яскраво вираженим прагненням до досягнення у випадку невдачі мотивація лише посилюється, а у випадку досягнення успіху вона зменшується. І, навпаки, при низькому рівні потреби в досягненні успіх посилює мотивацію, а невдача послаблює її.

Таким чином, аналіз змістовних теорій мотивації може пояснити окремі аспекти мотиваційних установок індивіда на заняття підприємництвом. Ці теорії спрямовані на аналіз факторів, що впливають на поведінку людини, її трудову активність через досягнення задоволення її власних потреб. Спільним для них є те, що вони визначають основу мотивації через потреби конкретних людей. Ці потреби в свідомості людини трансформуються в інтереси, мотиви, які власне і спонукають її до певних цілеспрямованих дій. Оскільки ключовим елементом всіх змістовних теорій є виявлення впливу різних потреб на поведінку людини в трудовій діяльності, то на основі аналізу результатів сучасних експериментальних досліджень спробуємо виділити саме ті первинні спонукання, рушійні сили, що мають значення для залучення індивіда у нову для нього сферу соціальної активності.

Користуючись термінологією німецьких психологів Б. і Х.Швальбе [168], Ю.Ф.Пачковський [94] в даному випадку веде мову про так звану інтровертну мотивацію, яка, на його думку, відображає дії, що є усвідомленими і здійснюються за власним вибором людини. На противагу інтровертній, екстравертна мотивація обумовлена матеріальними винагородами, соціальним статусом, престижем і регулюючим чином впливає на діяльність особи.

Аналіз мотиваційної сфери підприємців економічно розвинутих країн засвідчує, що гроші, матеріальне благополуччя – не є самоціллю підприємців.

Важливим для них є прагнення швидко стати заможним, з метою отримати більше свободи у своїх подальших починаннях [159]. На думку американських дослідників, в структурі мотиваційної сфери мотив набуття через підприємництво власної незалежності є визначальним, а решта мотивів відіграє лише допоміжну роль [158]. Близькими до цієї думки є погляди британських вчених, які зазначають, що основним спонукальним мотивом до підприємництва є мотив “незалежності” – бажання бути господарем власної долі, можливість самому обирати рід занять і місце праці. Мотив “фінансових переваг” посів друге місце [32].

В монографії німецьких авторів [168] широко обговорюється проблема “економічної людини” з точки зору психологічних передумов діяльності та механізмів її регуляції. Згідно висновкам, зроблених авторами, сучасний підприємець прагне до максимального використання можливостей особистісного зростання.

Дослідження Б.Асверус [59] показують, що в оцінці особистісної значущості цінностей підприємницької діяльності, такий мотив як прагнення до прагматичного успіху – гроші і матеріальні набутки як кінцева мета – займають місця нижче п'ятого. Найбільше у своїй роботі підприємці цінують можливість обміну думками з колегами і сумісну розробку процедури прийняття рішень. Рівень професіоналізму вони пов'язують з можливостями самоактуалізації і отримання задоволення від своєї роботи.

Подібний розподіл мотивів є дещо характерним і для представників нашого бізнесу. Виділена О.Є.Чириковою [161] ієрархія мотивів підприємницької діяльності вказує на помітне домінування в структурі мотивації бізнес-еліти власне професійних характеристик і компонентів самоствердження при значному, проте не провідному мотиві матеріальної захищеності.

За даними А.Л.Журавльова і В.М.Познякова [42], для суб'єктів підприємницької діяльності констатовано найбільшу спонукальну силу мотивів, пов'язаних із прагненням до особистої незалежності і бажанням реалізувати свої професійні здібності. Такого висновку доходять і дослідження, проведені серед вітчизняних підприємців, під керівництвом Т.А.Нельги [88]. Результати соціологічного опитування вказують на те, що людей у підприємстві здебільшого приваблює “можливість діяти самостійно”, “можливість проявити свої здібності, займаючись при цьому цікавою справою” і лише потім “високі доходи”.

Беручи до уваги дещо суперечливий характер мотиваційних спонукань, що лежать в основі активності суб'єктів підприємницької діяльності, Ю.Ф. Пачковський [94] проаналізував їх у часовому вимірі. Динаміка розподілу відповідей у хронологічному порядку засвідчила домінування мотиву, пов'язаного з прагненням бути більш незалежним і самостійним. На другому місці за рейтинговими показниками – мотив матеріального спрямування, а саме прагнення через підприємництво досягнути матеріального достатку і більш високого рівня життя. Третє місце посів мотив самореалізації, розкриття функціональних здібностей, творчого та інтелектуального потенціалу. Не мають визначального впливу на процес залучення до підприємницької діяльності стимули, що несуть в собі інтерес до економічних знань, бажання змінити

існуючий професійний статус.

Таким чином, в основі мотиваційно-динамічної стратегії дослідження особистості підприємців лежить теоретичне положення, що мотивація досягнення є головною особистісною детермінантою, що визначає успішність професійної підготовки майбутніх підприємців. Складність проблеми створення системного психологічного уявлення щодо мотиваційних тенденцій, які лежать в основі підприємницької активності, дозволяє нам зробити припущення, що підприємництво невід'ємно пов'язане з усвідомленням самореалізації, особистісного зростання та власної незалежності і самостійності у діях саме через діяльність даного спрямування, яке і є тим джерелом активності, що визначає діяльність і поведінку ділової людини, складає основу її мотивації, зокрема мотивації досягнення.

1.2.2. Теорія локусу контролю в контексті досліджень особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців

Момент прийняття на себе відповідальності та контролю над обставинами був розроблений у багатьох дослідженнях підприємництва, що здійснювалися в руслі теорії локусу контролю Дж.Роттера, на думку якого висока мотивація досягнення пов'язана насамперед з інтернальним локусом контролю. Виходячи із досліджень Д.Мак-Клелланда, Дж.Роттер стверджував, що, з однієї сторони, люди з високою мотивацією досягнення схильні до впевненості у своїй спроможності контролювати результати власних зусиль, а з іншої сторони, люди з інтернальним локусом контролю з більшою вірогідністю будуть боротися за досягнення, ніж люди з екстернальним локусом контролю [233].

Ряд досліджень підтвердив гіпотезу щодо інтернального типу локусу контролю у підприємців [191], [216], [218]. Водночас було доведено, що інтернально контрольований підприємець більш активний та ініціативний, ніж екстернал [233]. Р.Борланд зазначив, що впевненість у власній спроможності контролювати події є навіть кращим провісником підприємницьких намірів, ніж висока мотивація досягнення [181]. Р.Брокгаус виявив, що потенційні підприємці мають більші показники інтернальності, ніж студенти, які планують стати менеджерами [181]. Цим же автором встановлено, що успішні підприємці значно більш інтернальні за неуспішних.

Окрім вказаних існує ціла ланка досліджень локусу контролю у підприємців, результати яких досить неоднозначні. Деякі дослідники висунули у зв'язку з цим припущення, що висока мотивація досягнення та інтернальний тип локусу контролю не вирізняють підприємців від інших професійних груп, проте розділяють їх на успішних та неуспішних [198].

Суперечливість результатів дослідження локусу контролю, як і мотивації досягнення, а також інших рис та характеристик особистості підприємця, ще раз свідчить про марність зусиль по виявленню універсального підприємницького профілю поза культурним та особистісно-смісловим

аспектом. У зв'язку з цим не випадковий інтерес багатьох психологів до крос-культурних аспектів проблеми. Наприклад, було встановлено, що в ряді країн існують впроваджені в культуру інтернальні або ж екстернальні установки. Так, в деяких культурах переважають фаталістичні установки на протипагу південноамериканському оптимізму. Екстернальний тип атрибуції, а звідси “невпевненість у майбутньому та песимістичний економічний погляд можуть перешкоджати інвестиціям і призвести до втрати підприємницьких можливостей” [193, 59], що і відбувається в латино-американській та африканській культурах, де відсутня як цінність потреба у довгострокових інвестиціях та у матеріальному накопиченні.

1.2.3. Схильність до ризику як особистісна детермінанта успішної професійної підготовки майбутніх підприємців

Параметр ризику як невід’ємна характеристика особистості успішного підприємця підлягає аналізу у багатьох дослідженнях та публікаціях [44], [60], [113], [126], [181], [193], [199], [201], [203], [208], [233], однак результати досліджень даного аспекту підприємницької діяльності досить суперечливі.

Обґрунтованим на емпіричному рівні вважається положення Д.Мак-Клелланда, який зазначає, що запорукою успішності підприємницької діяльності є переважно середній рівень ризику, характерний для підприємців [213]. Р.Брокгаус взагалі не виявив різниці за цим параметром між підприємцями та менеджерами [181]. Причину слід шукати в складності феномену ризику, в існуванні окрім рівня ризику різних його видів, компонентів та аспектів. Даний дослідник виділяє три компоненти ризику – загальну схильність до ризику, сприйняття вірогідності невдачі та сприйняття наслідків невдачі. К.Вернерид пропонує поєднати теорію атрибуції з теорією сприйняття ризику [233], у зв'язку з чим підкреслює, що доцільніше говорити про сприйняття ризику підприємцем, а не про ризик, ступінь якого оцінюється “об’єктивним” зовнішнім спостерігачем. На думку К.Вернерида, підприємці активно діють лише в ситуаціях суб’єктивно низького ризику, коли сприймають себе господарями ситуації, будучи впевненими у тому, що володіють достатніми здібностями, щоб опанувати ситуацію. Обґрунтованість такої “ілюзії контролю” визначається характером суб’єктивного сприйняття оточуючих умов та особистих здібностей підприємця.

Р.Редлич запропонував теорію ризику, яка вирізняє тих, хто вносить специфічний ризик у вже існуюче, і тих, хто приймає на себе цей ризик [193]. Він розглядає підприємця як людину, котра приймає на себе ризик, пов’язаний з управлінням та прийняттям рішень, у зв'язку з чим підприємець протиставляється менеджеру. О.Докторс і К.Юрис доводять, що людина з підприємницькою спрямованістю бере на себе високий ризик, щоб досягти певних цілей, тоді як менеджер надає перевагу стабільності, безпеці і передбачуваності ситуацій в організації [193]. Підприємцям досить часто приписують також соціально-психологічну функцію “поглинання” ризику, яка

полягає у створенні для інших людей в організації “ілюзії” абсолютної гарантії успіху [221].

Таким чином, аналіз досліджень особистості підприємців в контексті схильності до ризику не дає однозначного погляду, що свідчив би на користь виділення даної характеристики в якості універсальної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

1.2.4. Когнітивні структури особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців

Здійснений огляд літератури показав, що особистості підприємця науковці часто приписують наявність специфічних особливостей когнітивного стилю, зокрема, переважання інтуїтивного мислення над раціональним [113], [201], інноваційність мислення на противагу адаптивності [204], [205], [206], функціонування особливого роду “евристик”, що визначають креативність його мислення [233].

У загальних рисах інноваційний тип підприємницької поведінки визначається високою готовністю до подолання різних перешкод при реалізації нововведень, стійкою здатністю працювати в екстремальних ситуаціях підвищеного ризику та невизначеності, особистим вмінням нейтралізувати консервативні стереотипи, опозиційні настрої. До числа значущих особистісних рис суб’єкта інноваційної поведінки відноситься управлінська майстерність у мобілізації всіх чинників виробництва, в тому числі залучення всіх однодумців у свою команду, та постійний пошук можливостей [97].

Інноваційну поведінку, характеризують також такі складові:

- цілеспрямованість як прагнення досягати визначеної мети;
- умотивованість як прагнення особистості до активного пошуку нового, удосконалення існуючого;
- цілісність, під якою розуміють повноту особистісних властивостей і рис, що забезпечують здатність особистості виступати в ролі суб’єкта перетворюючої діяльності;
- організаційність особи – упорядкованість, зібраність, підпорядкованість певному порядку виконання дій, здатність діяти відповідно до розробленого та установленого плану;
- результативність (продуктивність, ефективність) інноваційної поведінки [110].

М.Кіртоном [206] була запропонована концепція інноваційності-адаптивності як основних характеристик когнітивного стилю підприємців і менеджерів. Автор концепції розглядає інноваційність підприємця як специфічний когнітивний стиль, для якого властивим є “продукування “розривів” у звичних паттернах мислення і поведінки, змінює речі, робить їх іншими, а не покращує старе до безкінечності” [206, 622]. Інноваційності підприємця М.Кіртон протиставляє адаптивність когнітивного стилю менеджера, котрий схильний вирішувати проблеми звичним шляхом, вносити будь-які зміни лише в рамках

встановлених організаційних норм.

Р.Ронен [233] вважає, що підприємці порівняно з іншими людьми функціонують по-іншому, адже володіють особливими евристиками та особливим характером функціонування цих евристик в ситуації ризику. Наявність когнітивних евристик допомагає підприємцю приймати неординарні, творчі рішення в економічній сфері діяльності. Так, застосовуючи до контекста підприємництва запропоновану когнітивною теорією евристику “репрезентативності”, К.Вернерид висловлює думку, що підприємці “здійснюють опір репрезентативності”, який провокує приймати рішення на основі схожості ситуації та об’єкта з певним класом ситуацій чи об’єктів, а не на основі статистичних оцінок частоти їх зустрічальності. Підприємці створюють власні “ніші” або класи ситуацій чи об’єктів, що суттєво відрізняються від загальноприйнятих.

Когнітивна теорія пропонує також евристику “конкретності”, яка полягає в тому, що люди схильні пам’ятати інформацію точно в такому ж вигляді, в якому вона була ними одержана. К.Вернерид [233] вважає, що на основі реальних випадків досягнення успіху в підприємстві, відомих з власної або чужої практики, підприємці здатні перетворювати нову інформацію так, що для них відразу існує можливість корекції чи зміни стандартного способу дій у відповідності зі своїми уявленнями, переконаннями та власним стилем етико-економічної поведінки.

Незважаючи на достатню теоретичну і методичну розробленість когнітивного підходу до особистості підприємця, результати досліджень когнітивних структур особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців є досить суперечливими. Якщо когнітивний та мотиваційно-когнітивний підходи розглядають підприємця як раціональну, наділену аналітичним мисленням та унікальними інформаційними характеристиками людину, то психоаналітичний підхід характеризує когнітивні процеси підприємця як “пошкоджені”. У.Гесс, наприклад, порівнюючи когнітивні характеристики підприємців та менеджерів, приписує підприємцю “обмежену часову перспективу”, конкретність мислення та інтерес до подробиць, відмічає, що “раціонально-менеджерська ідеологія бізнесу має тенденцію до більш складних, інтегрованих способів мислення, порівняно з інтуїтивно-підприємницькою ідеологією, де переважають прості когнітивні структури” [193, 66].

Таким чином, віддаючи належне логічності і слушності виділенню рядом науковців найбільш типових особистісних детермінант успішної підприємницької діяльності (високий рівень мотивації досягнення, готовність до ризику, інтернальний тип локусу контролю, інноваційність у поведінці), відзначимо, що їх аналіз не дає однозначних висновків, які свідчили б на користь виділення їх як універсальних підприємницьких психологічних характеристик, або ж як тих, що могли б виступати особистісними детермінантами успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

Висновки до I розділу

Професійна підготовка майбутніх підприємців, викликана радикальними соціально-економічними перетвореннями в Україні, поступово стає невід’ємною ознакою успішного функціонування підприємців у сфері бізнесу, а особистість майбутнього підприємця набуває всебічного вивчення у багатьох суспільних науках. Узагальнення результатів теоретичного аналізу наукової літератури з проблеми особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців показало наявність багатьох підходів до її розв’язання. Однак більшість розглянутих концептуальних моделей особистості підприємця базуються на окремих пояснювальних принципах, рідко описують особистісні детермінанти його професійної діяльності у цілісності, з урахуванням етичних аспектів. Їх вирізняє відсутність єдиного методологічного підходу до проблеми, концентрація уваги на окремих особистісних рисах та характеристиках, що детермінують успішність професійної підготовки.

Здійснений огляд наукової літератури показав, що об’єктний або функціональний підхід до визначення особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців залишає поза увагою врахування “внутрішнього моменту” підприємницької діяльності, а саме те, що дозволяє фахівцю її здійснювати, ефективно виконувати підприємницькі функції. Особистість майбутнього підприємця слід розглядати як носія певного способу життєдіяльності з характерними для підприємницького професійного етносу світосприйняттям, цінностями та ідеалами, стереотипами та символами. Саме тому системний підхід при визначенні особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, який ми намагались реалізувати у даному дослідженні з позицій суб’єктного підходу, передбачає в подальшому вивчення не окремих психологічних характеристик, а цілісних систем індивідуального функціонування майбутніх фахівців у сфері підприємництва. В якості такої системи, що детермінує успішність підготовки майбутніх підприємців, пропонується особистісно-професійна суб’єктність.

Результати першого розділу представлені у таких публікаціях автора:

1. Кульбіда Н.М. Підприємництво та соціальна роль підприємця: психологічна ретроспектива // Психологія. Збірник наукових праць НПУ імені М.П. Драгоманова. – Випуск 17. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2002. – С.258-262.
2. Журавльова Л.П., Кульбіда Н.М. Теоретичні та прикладні аспекти мотивації діяльності підприємців // Педагогіка і психологія професійної освіти. – № 4. – Львів: Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України, 2002. – С. 138-143.

3. Кульбіда Н.М. Тенденція розвитку підприємницької спрямованості молоді в умовах ринкових відносин // Спрямованість особистості сучасних школярів. Збірник наукових праць / За ред. О.Л. Музики, Л.М. Король. – Житомир: ЖДПУ імені І.Франка, 2001. – С.52-56.
4. Кульбіда Н.М. Підприємець сьогодні: штрихи до соціально-психологічного портрета // Крок у майбутнє: тези доповідей учасників II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених за підтримки Київської міської державної адміністрації (22-24 травня 2002р., м. Київ) / Уклад. Є.А.Дрок. – К.: ІВЦ “Політехніка”, 2002. – С.162.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ

ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ В ПРОФЕСІЙНІЙ

ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ

У розділі представлено зміст поняття, специфіку, структуру та критерії діагностування особистісно-професійної суб’єктності як провідної детермінанти успішної підготовки майбутніх підприємців; дається огляд конкретних методик для виявлення становлення структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісної суб’єктності потенційних підприємців; наведено результати констатуючого експерименту щодо особливостей прояву та динаміки особистісної суб’єктності в професійному становленні майбутнього підприємця у вищому навчальному закладі.

2.1. Концептуальна схема аналізу особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців

2.1.1. Поняття особистісно-професійної суб’єктності як провідної детермінанти успішної підготовки майбутніх підприємців

При розробці концептуальної схеми аналізу особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців ми виходили з того, що підприємництво є одночасно і видом професійної діяльності, і певним способом життєдіяльності, що передбачає розгляд в якості об'єкта дослідження цілісного суб'єкта як носія професійного етносу, стилю життя і особистісних передумов індивідуального життєвого шляху в соціумі. У зв'язку з цим в роботі існує спроба розробки системного підходу до особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутнього підприємця, що передбачає розгляд його як інтегрального системного утворення на відміну від виділення однієї або декількох "типових" підприємницьких рис.

Системний підхід до особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців передбачає розгляд цілісних систем індивідуального функціонування фахівців у підприємницькій сфері діяльності в єдності та взаємодії всіх підсистем та особистісних структур [210]. В якості такої системи була виділена особистісно-професійна суб'єктність. *Особистісно-професійна суб'єктність визначається нами як специфічна якість майбутнього спеціаліста, що визначає його спроможність до само-детермінації у підприємницькій сфері діяльності та здійснення функцій економічного самоконтролю.*

Системний підхід до аналізу індивідуального функціонування у підприємстві передбачає здійснення як структурного, так і динамічного аналізу феномену суб'єктності.

Структурний аналіз особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців передбачає виділення елементів, що входять до її складу, і утворюють ієрархію функціонально взаємопов'язаних компонентів – структуру суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

В рамках системного підходу особистісно-професійна суб'єктність майбутніх підприємців розглядається не як окрема риса або особистісна характеристика, що детермінує успішність їх професійної підготовки, а як специфічний паттерн параметрів особистісних структур (детермінант), що утворюють функціональну систему само-детермінації майбутніх фахівців у підприємницькій сфері діяльності та визначають їх спроможність до здійснення функцій економічного самоконтролю. Особистісно-професійна суб'єктність являє собою багатокомпонентне структурно-динамічне утворення, до складу якого, за нашою структурою, входять когнітивні, мотиваційні та поведінкові компоненти.

Паттерн когнітивних характеристик, релевантних проблемі дослідження, складається з параметрів системи Я-образу особистості як системоутворюючої основи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємстві.

Мотиваційний компонент особистісно-професійної суб'єктності являє собою індивідуальну модель економічної поведінки, що наповнює певним

змістом систему мотивації досягнення, та визначається уявленням майбутніх підприємців про цілі-символи досягнення успіху в підприємницькій сфері діяльності.

Поведінковий компонент суб'єктності – реалізацію особистісних характеристик у професійній діяльності. Вибір підприємницької сфери діяльності і є, власне, втіленням особистісних детермінант в досягненні психологічної успішності у діяльності. У контексті вивчення структурних елементів, що входять до складу даного компоненту, то їх ми вбачаємо в індивідуальній моделі економічної поведінки, що визначається уявленням майбутніх підприємців про способи досягнення успіху у підприємстві.

Динамічний аналіз особистісно-професійної суб'єктності передбачає виявлення динаміки розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки.

Метою дослідження є цілісне вивчення та встановлення характеру взаємозв'язку характеристик суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців. Зокрема, необхідним є здійснення аналізу основних структурних компонентів Я-образу підприємця – психологічного і соціального “Я”, в тому числі, параметрів індивідуальної, професійної і соціальної само-ефективності особистості, співвідношення в Я-образі індивідуалістичних та колективістичних конструктів самосвідомості, професійних ауто-стереотипних уявлень потенційних підприємців щодо власної професійної діяльності. Доречним є дослідження системи мотивації досягнення майбутніх підприємців, вивчення її інтенсивності та структури. Необхідним вважається аналіз етико-економічної поведінки потенційних підприємців, що дасть можливість виявити якісну, змістовно-сміслову сутність їх уявлень щодо цілей та способів досягнення успіху у підприємницькій сфері діяльності.

2.1.2. Структурний аналіз особистісно-професійної суб'єктності

Структурний аналіз особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців передбачає розгляд цілісних підсистем індивідуального функціонування особистості у сфері підприємництва – систему Я-образу, систему мотивації досягнення та ціннісно-сміслові структури особистості, що входять до складу індивідуальної моделі економічної поведінки, яка визначається уявленнями майбутніх підприємців про цілі-символи та способи досягнення успіху. Системний підхід до аналізу особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, що пропонується в даній роботі, виходить з того, що системоутворюючою ознакою системи індивідуального функціонування особистості у підприємницькій сфері діяльності є Я-образ. Саме тому, аналіз будь-якого виду діяльності, в тому числі і професійної, необхідно починати не з аналізу спонукальних аспектів мотивації, а з аналізу більш центральної по відношенню до мотиву – системи Я-образу як фактора

формування мотиваційної основи вибору підприємництва в якості професійної діяльності.

I. Структурний та рівневий аналіз Я-образу

Психологічна структура особистісно-професійної суб'єктності задається насамперед системою Я-образу як системоутворюючою основою будь-якої системи індивідуального функціонування. В даному підході Я-образ розглядається як багаторівневе та багатокомпонентне утворення, що складається з двох центральних структур – психологічного і соціального “Я”, а також системи неспецифічних та специфічних ідентичностей – економічного та професійного “Я”.

А) Психологічне “Я”.

Згідно Р.Бернсу, “Я-образ являє собою сукупність всіх уявлень індивіда про себе і включає переконання, оцінки та тенденції поведінки” [20, 66]. Проте, Я-образ, як будь-яку особистісну підсистему, не можна розглядати як одномірне утворення, тобто не можна зводити її до суми конкретних уявлень особистості про себе. У зв'язку з цим Р.Бернс пропонує виділити в структурі “Я” універсалії вищого порядку поруч з елементами більш низького рівня. В якості універсальних аспектів Я-образу Р.Бернс виділяє “владу” та “цінність” Я. “Влада” Я операціоналізується Р.Бернсом як відчуття власної компетентності, ефективності та особистого впливу, а “цінність” Я – як самооцінка в моральному плані, тобто відчуття своєї моральної цінності.

Елементи “влада Я” та “самоцінність Я” утворюють вищий рівень психологічного “Я” особистості.

В розрізі даної проблеми Р.Уайт говорить про “відчуття ефективності”, яке мотивує діяльність, а також про збільшення відчуття компетентності в результаті такої активності” [151,220]. Д.Чармз вводить поняття “причетність”, під яким розуміє відчуття своєї ефективності в якості джерела змін в оточуючому світі” [156, 236].

Автор теорії само-ефективності А.Бандура вбачає виток дієвості “Я” у “переживанні власної ефективності” (само-ефективність), тобто у сприйнятті свого “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює ситуацію досягнення [175], [176], [177]. Принциповим для даної концепції є положення про нетотожність понять “само-ефективність” та “локус контролю”, що впливає з розведення понять очікування ефективності в процесі діяльності та очікування результату діяльності. На думку А.Бандури, процес діяльності можна розглянути як з позицій її результату, так і з позицій очікування ефективності даної діяльності. Суб'єкт може сприймати ситуацію не лише з точки зору залежності чи незалежності результатів діяльності в ній від власних зусиль, але й з точки зору достатності чи недостатності своїх навичок, здібностей та зусиль для оволодіння даною ситуацією. А.Бандура підкреслює, що якщо суб'єкт сприймає себе як основну причину подій, то зовсім необов'язково, що він здатний оволодіти конкретною ситуацією. Суб'єкт з інтернальним типом атрибуції результатів діяльності, може сприймати своє “Я” як низькоефективне в конкретній ситуації і не починати діяльність в ній. На думку А.Бандури, “каузальні уявлення щодо причин подій та

самоефективність відносяться до різних феноменів, внаслідок чого тип локусу контролю може опосередковувати вплив само-ефективності на поведінку” [176, 211].

Важливою характеристикою само-ефективності, що вирізняє її від локусу контролю, є її ситуативний характер. Очікування особистої ефективності не діють як диспозиційні детермінанти діяльності, вони можуть змінюватися залежно від умов і виду діяльності. Якщо локус контролю, навіть будучи співвіднесеним з різними сферами діяльності, передбачає узагальнення, генералізацію каузального приписування в певній сфері, то сприйняття ефективності “Я” може суттєво відрізнитися для різних ситуацій в межах кожної сфери діяльності. Локус контролю зазвичай розглядають як загальну особистісну рису, що набуває стійкості до певного віку, а само-ефективність є типом сприйняття своєї спроможності досягнення в конкретній ситуації і може змінюватися впродовж всього життя під впливом самих різних факторів.

Основною відмінністю само-ефективності від самоцінності “Я” також є її ситуативний характер. У зв’язку з цим Р.Бернс говорить про те, що “самооцінка стійка в ціннісному аспекті (в різних ситуаціях) та мінлива з позицій впливу і влади, тобто відчуття своїх можливостей впливу на обставини змінюється залежно від соціального контексту” [20, 220].

Спеціальне дослідження, проведене Г.Уайттом, показало специфічне співвідношення двох взаємодоповнюючих компонентів Я-образу – само-ефективності та самоцінності “Я” – в їх впливі на поведінку [237]. Г.Уайтт вивчав характер впливу Я-образу на процес прийняття рішень в ситуації ризику. Результати дослідження продемонстрували концептуальну відмінність понять “само-ефективність” та “самоцінність”, причому “само-ефективність виступила як принципова змінна, що впливає на згоду чи відмову від ризику при виборі рішення” [237, 437]. Підвищення само-ефективності призводить до зростання схильності до ризику, оскільки суб’єкт вважає, що власне він сам здатний контролювати ситуацію, а підвищення самоцінності “Я” знижує схильність до ризику, так як “люди з високим рівнем самоцінності мотивовані підтримувати цей рівень, уникаючи занадто ризикованих ситуацій, а люди з низьким рівнем самоцінності можуть більше ризикувати, або для самоствердження, або в силу того, що їм вже немає, що втрачати” [237, 437].

Таким чином, вищий рівень психологічного “Я” включає два компоненти – само-ефективність та самоцінність “Я”, котрі і підлягають аналізу в емпіричній частині дослідження.

Б) Соціальне “Я”

Системний підхід до особистості передбачає, що “особистість має бути одночасно і як унікальна, неповторна, ні на кого не схожа сутність, і разом з тим як гомогенна, уніфікована частка соціального цілого” [6, 201]. Необхідно в’яснити, як співвідносяться в свідомості індивідуальні, особистісні та групові характеристики, “як інтегруються в одній і тій же людині зовсім різні за своєю природою паттерни особистісної та безособистісної свідомості і поведінки” [6, 203]. В контексті дослідження Я-образу такий підхід передбачає здійснення поряд

з психологічним, індивідуальним “Я” таких компонентів Я-образу, котрі визначають соціальний контекст, утворюючи так зване соціальне “Я”.

Соціальне “Я” – не універсальне для всіх індивідів утворення. Воно може включати різні паттерни індивідуальних та групових конструктів мислення в різноманітних варіантах їх кількісного та якісного співвідношення. Один із можливих варіантів розв’язання проблеми індивідуальних та групових елементів самосвідомості пропонує теорія соціальної ідентичності Теджфела і Тернера, які розглядають Я-образ як когнітивну систему, до складу якої входять підсистеми особистісної та соціальної ідентичності. Особистісна ідентичність “відноситься до самовизначення в термінах фізичних, інтелектуальних та моральних особистісних рис”, а соціальна ідентичність “формується з окремих ідентифікацій і визначається належністю людини до різних соціальних категорій...” [6, 204]. В теорії соціальної ідентичності присутня ідея реципрокної взаємодії особистісної і соціальної ідентичності, коли “актуалізація групової ідентичності “гальмує” установки та поведінку, породжувані особистісною ідентичністю, і, навпаки, актуалізація особистісної ідентичності загальмовує “роботу” та “ефекти” ідентичності соціальної” [6, 209].

В даній концепції співвідношення індивідуальних та групових елементів самосвідомості має ситуативний характер, оскільки “з метою пристосування до різноманітних ситуацій “Я-образ” регулює поведінку людини, підсилюючи свідомість чи соціальною, чи особистісною ідентичністю” [6, 206]. Такий механізм розглядається в якості універсального для всіх індивідів без урахування індивідуальних відмінностей у співвідношенні особистих та групових елементів самосвідомості. Системний же підхід до особистості, що пропонується у даній роботі, передбачає розподіл індивідів у гомогенні групи, що різняться між собою індивідуальними паттернами самокатегоризації, в яких співвідношення індивідуальних та групових елементів самосвідомості носить стабільний характер

Вищий рівень соціального “Я” можна розглянути з позицій теорії індивідуалізму / колективізму Х.Тріандіса [228], [229], в якій запропоновано існування індивідуальних відмінностей в тому, які з елементів самокатегоризації – індивідуальні чи групові – переважають в Я-образі. Коли у самосвідомості людини переважають індивідуалістичні конструкти, сприймання соціального оточення здійснюється нею в термінах “індивідів”, тобто власне “Я” порівнюється з окремими особистостями незалежно від їх групової приналежності. У випадку переважання “групових” конструктів в самосвідомості індивід розглядає соціальне оточення як набір “своїх” та “чужих” груп, порівнює себе з іншими індивідами як представниками ін-груп або аут-груп, а себе сприймає як “придаток” ін-групи.

Якщо особистість сприймає соціум в одиницях “індивідів”, то в структурі соціального “Я” переважають конструкти “незалежності” та “унікальності”. Якщо ж особистість сприймає соціум в одиницях “груп”, то в соціальному “Я” переважають конструкти “взаємозалежності” та “схожості”.

“Чистий” колективізм визначається сприйманням власного “Я” як взаємозалежного по відношенню до інших “Я” і максимальною схожістю до них. Для “горизонтального” типу колективізму характерним є підкорення власного “Я” групі, для “вертикального” – підкорення “Я” найбільш авторитетним або компетентним іншим в ієрархії міжособистісних відносин.

При “чистому” індивідуалізмі власне “Я” сприймається як унікальне, абсолютно незалежне від інших. Індивідуалізм “горизонтального” типу передбачає розгляд свого “Я” як рівного до інших “Я” з позицій корисності, функціональності та суверенності незалежно від групової приналежності. Індивідуалізм “вертикального” типу розглядає “Я” з точки зору унікальності, самодостатності, неповторності, а також прагнення довести цю неповторність за рахунок високого рівня індивідуальних досягнень, бажання “бути номером один” у конкурентній боротьбі.

В реальності “чистих” типів не існує, проте паттерн елементів соціального “Я” містить переважну кількість елементів того чи іншого типу.

Слід зазначити, що розв’язання проблеми співвідношення “індивідуалістичних” та “колективістичних” елементів Я-образу не співпадає з етичною дихотомією “добре-погано”. У зв’язку з цим В.С.Агеєв зазначає, що “науковий аспект цієї проблеми лежить не в етичній площині” [6, 203]. Мова має йти лише про тип когнітивного самосприймання та соціального порівняння, про переважання в когнітивній структурі тих чи інших “одиниць” соціального “Я”, що і підлягатиме аналізу в емпіричній частині дослідження.

В) Система специфічних і неспецифічних ідентичностей Професійне “Я”

Розгляд нижчих рівнів Я-образу передбачає аналіз системи специфічних і неспецифічних ідентичностей у всій їх множинності. Ідея множинності психологічної само-ідентичності присутня в роботі ММалленера і КЛейрда, які вважають, що “єдиний Я-образ з віком розпадається на ряд незалежних одна від одної концепцій... - інтелектуальну, фізичну, міжособистісну, пов’язану з рівнем досягнень” та ін. [20, 90]. Ідея множинної структури соціальних ідентичностей присутня і в теорії соціальної ідентичності, в якій зазначено, що різні види групової ідентичності можуть знаходитись в реципрокних відношеннях між собою, наприклад, професійна та статева ідентичність [6].

Структурами, які відносяться до нижчих рівнів Я-образу, є система неспецифічних та специфічних ідентичностей – економічне та професійне “Я” особистості. Економічне “Я” або система неспецифічної ідентичності формується, навіть якщо обрана сфера професійної діяльності не пов’язана з економікою. Формування економічного “Я” є важливим механізмом професіоналізації особистості. Дитина сприймає професії не лише з позицій предметного змісту праці, умов, засобів та характеру трудових операцій, а й з позицій функціональних характеристик професії як джерела економічного, фінансового та соціального статусу. Економічний статус професії вбачає в собі уявлення про суб’єкта професії як носія певної соціальної ролі – “суб’єкта”, “посередника” (агента) або “об’єкта” (співучасника) особистісної сторони свого життя.

Сприйняття себе в якості суб'єкта особистісної сторони свого життя передбачає наявність особистого контролю в економічній сфері – бажання та можливості визначати та контролювати джерела свого існування, об'єкти власності, працювати “на себе”, а не по найму, тобто самому формувати і контролювати свій економічний устрій. У випадку сприймання себе в якості “об'єкта” особистісної діяльності, особистість обирає позицію не особистого, а повноважного контролю, виконує при цьому роль залежного виконавця, передає економічний контроль “компетентним іншим”. Поняття незалежного економічного суб'єкта і залежного виконавця визначають крайні полюси єдиного континуума самосприймання, між яким розташований цілий ряд можливих варіантів економічних само-концепцій. Сприйняття себе в якості “посередника” або агента в економічній сфері займає проміжну позицію на даному континуумі, передбачаючи наявність суб'єктивного сприймання власного “Я” як спроможного до відносно незалежної діяльності при виконанні ряду допоміжних умов.

Економічне “Я” – не статичне утворення, воно знаходиться у постійній динамічній взаємодії з іншими підсистемами, може трансформуватися, зміщуючи суб'єкта в просторі континууму “праця по найму – праця на себе”.

Нижчим рівнем структури Я-образу є професійне “Я”. До складу професійного “Я”, яке формується на основі економічного “Я”, входить декілька підсистем – професійна само-ефективність, система уявлень про свою професійну спільноту (професійні ауто-стереотипи) та система уявлень про інші (“чужі”) професійні спільноти (професійні гетеро-стереотипи).

Підсистема професійної само-ефективності являє собою сприймання власного “Я” як компетентного та ефективного в тій чи іншій сфері професійної діяльності. А.Бандура говорить про різницю між очікуванням ефективності в процесі діяльності та очікуванням її результату. У зв'язку з цим слід оговорити принципову відмінність загальної само-ефективності у кар'єрі – як уявлення щодо своїх можливостей в досягненні значущого результату діяльності – від професійної само-ефективності як суб'єктивного сприймання своїх можливостей щодо ефективного виконання певних професійних функцій.

Проведене американськими психологами Р.Руней та С.Осиповим [224] дослідження щодо професійної само-ефективності у порівнянні з загальною само-ефективністю в кар'єрі показало принципову різницю між цими поняттями. Поряд із суб'єктивною оцінкою своєї спроможності досягти успіху в певних сферах професійної діяльності, в Я-образі присутня оцінка своєї спроможності ефективно виконувати конкретні функції, що необхідні для досягнення даного результату. Коли суб'єкт оцінює свою потенційну успішність в кар'єрі, він базується на суб'єктивному розумінні природи вимог до тієї чи іншої професійної діяльності, по-перше, і оцінює результат діяльності, по-друге. Якщо ж суб'єкт оцінює свою спроможність виконувати конкретні професійні функції, незалежно від загальної результативності діяльності, він оцінює об'єктивну реальність професії, по-перше, та ефективність в процесі, а не в результаті діяльності, по-друге.

Багаточисельні дослідження, проведені в останні роки прихильниками теорії само-ефективності, демонструють вирішальну роль механізму сприймання власної ефективності в процесі діяльності особистості, в тому числі і при виборі професійної кар'єри [179], [180], [184], [186], [188], [194], [195], [196], [197], [207], [212], [217], [220], [222], [225]. Так, в результаті досліджень загальної і специфічної само-ефективності Д.Іден і Дж.Кіннар [186] прийшли до висновку, що само-ефективність є центральним механізмом в очікуванні успіху і в мотивації діяльності. П.Іллен, В.Бірден вважають, що само-ефективність є основним фактором прийняття рішень про інновації [188]. С.Найлс, К.Сова говорять про значну кореляцію мотивації досягнення, загальної і професійної само-ефективності з вибором професійного статусу і приналежності [217].

Важливим компонентом професійного “Я” є система ауто-стереотипних уявлень майбутніх підприємців щодо власної професійної спільноти, про місце власного професійного “Я” в ній поруч з системою гетеро-стереотипних уявлень про інші професійні спільноти. Процес професійної ауто- і гетеро-стереотипізації є важливим механізмом професіоналізації особистості, формування її професійної ідентичності, оскільки саме в ході цього процесу особистість виробляє власні уявлення про психологічні, мотиваційно-ціннісні, моральні характеристики тих чи інших професій.

Дослідження В.С.Агеева і О.О.Тенькова [7] довели, що професійні стереотипи засвоюються дуже рано, ще до початку професійної діяльності. Науковці стверджують, що “відповідні стереотипи починають засвоюватися одночасно з початком ідентифікації себе з групою, з процесом усвідомлення себе її членом”, причому “ці процеси йдуть паралельно і зумовлюють один одного – групова ідентифікація та засвоєння групових стереотипів” [7, 223]. Раннє формування професійних ауто- і гетеро-стереотипів, пов'язаних із сприйманням “своєї” та “чужої” професійної спільноти, а також засвоєння етико-смыслових, ціннісних структур професійного етносу, що суб'єктивно сприймається як “свій”, до початку професійної діяльності, тобто до об'єктивного підключення до неї, дозволяють зробити припущення про те, що “оволодіння цими цінностями і стереотипами тісно пов'язане з успішністю адаптації до професії і розвитком професійної ідентичності людини” [7, 186].

Таким чином в розрізі даної проблеми доцільно виділити такі компоненти професійного Я-образу – професійні ауто-стереотипи, професійні гетеро-стереотипи, професійна само-ефективність. Дані параметри професійного “Я”, зокрема професійна само-ефективність і ауто-стереотипні уявлення майбутніх підприємців щодо власної професійної діяльності, підлягатимуть подальшому вивченню в роботі.

II. Аналіз системи мотивації майбутніх підприємців з позицій феномену суб'єктності

В контексті запропонованого підходу до аналізу особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців феномен особистісно-професійної суб'єктності розглядається як деякий паттерн параметрів особистісних підсистем, функціонально пов'язаних між собою в рамках цілісної системи само-детермінації особистості. Поряд з Я-образом система само-детермінації особистості передбачає функціонування системи мотивації, а в контексті дослідження феномену суб'єктності – системи мотивації досягнення. В рамках системного підходу мотиваційна система особистості має бути розглянута в єдності об'єктної та суб'єктної сторін, як утворення, функціонування якого опосередковується більш центральною особистісною субстанцією – системою “Я”. Крім цього, необхідно розглянути не лише спонукальний аспект мотивації, і її смисловий аспект, котрий реалізується в етико-смислових утвореннях, що мають відношення до діяльності по досягненню економічного успіху – в суб'єктивних моделях економічної поведінки.

Оскільки особистість майбутнього підприємця ми розглядаємо в якості “внутрішнього моменту” діяльності досягнення економічного успіху, необхідно виходити з аналізу не лише мотивації досягнення, а й з аналізу функціонування Я-образу як опосередковуючого механізму саморегуляції і само-детермінації, опосередковуючої ланки між наміром виконати дію та її реальним виконанням. Аналізуючи взаємодію системи Я-образу та мотиваційної системи особистості, необхідно враховувати неоднорідність і складну структуру останньої. Як підкреслюється в системно-динамічному підході до аналізу мотиваційної системи, прийнятому у вітчизняній психології, “діяльність у своєму дійсному обсязі охоплює два полюси – полюс об'єкта і полюс суб'єкта. При цьому полюс об'єкта стосується предметності діяльності, а суб'єктний полюс – особистості як “внутрішнього моменту діяльності”. З об'єктним полюсом діяльності пов'язані конкретні мотиви діяльності, а з суб'єктивним – узагальнені мотиви особистості” [25, 115].

Узагальнені мотиви діяльності опосередковані впливом структур Я-образу вищого рівня – психологічним і соціальним “Я”, а конкретні мотиви особистості – впливом структур Я-образу більш нижчих рівнів – системою неспецифічних і специфічних ідентичностей.

Одним із узагальнених стійких мотивів особистості є мотив досягнення, котрий в даному підході розглядається в якості основного мотиву, що зумовлює виникнення феномену суб'єктності. Мотив досягнення вбачає в своїй основі наявність “тенденції змагатися з найвищим стандартом, досягнутим раніше кимось іншим”. Стандарт досягнення характеризують змістовний аспект (що досягається), соціальний аспект (порівняння з результатами інших), і дієвий аспект (відчуття можливості дій в обраному напрямку).

Дієвий аспект мотивації досягнення задається змістом Я-образу, зокрема структурами психологічного “Я”. Так, якщо в психологічному “Я” переважають елементи суб'єктивного контролю і само-ефективності, які визначають суб'єктивне відчуття власної компетентності та ефективності в діяльності

досягнення, то мотивація досягнення виражена сильніше. Якщо потреба досягнення задає систему “бажання” працювати “на себе”, здійснюючи діяльність досягнення, то психологічне “Я” задає систему “можливості” – “ілюзію контролю” над ситуацією досягнення.

Соціальний аспект мотивації досягнення особистості опосередковується змістом соціального “Я”. Якщо в соціальному “Я” переважають індивідуалістичні конструкти над колективістичними, то мотивація досягнення виражена сильніше, оскільки вона базується на суб’єктивному сприйнятті власної незалежності, пов’язана з прагненням робити “те, що я хочу” незалежно від групових норм та стандартів. При цьому слід зробити припущення про опосередковуючий вплив на мотивацію досягнення індивідуалістичних конструктів “вертикального” типу (сприймання власного “Я” як унікального, не схожого на інших), про їх переважання по відношенню до конструктів “горизонтального” типу, оскільки в соціальному плані мотив досягнення – це прагнення “бути номером один”, перемагати у конкурентній боротьбі, не підкорятися авторитетам.

Предметний зміст узагальненого мотиву досягнення, у відповідності з системно-динамічним мотиваційним підходом до особистості, “має подвійну будову: по-перше, функціональний зміст, що задає загальний предметний характер активності особистості, по-друге, специфічний (або конкретний) зміст” [25, 116]. Слід припустити, що у випадку формування феномену особистісної суб’єктності, на основі вираженої мотивації досягнення, опосередкованої впливом Я-образу і ціннісних структур особистості, в першу чергу формується загальна неконкретизована зона інтересів особистості, пов’язаних з роботою “на себе”, в якості суб’єкта особистісної реальності, а вже пізніше формується специфічний вид мотиваційної спрямованості, пов’язаний з конкретною предметною діяльністю в різних сферах бізнесу.

Конкретні предметні мотиви вибору сфери професійної діяльності опосередковані впливом нижчих рівнів Я-образу, зокрема, впливом системи професійного “Я”, в тому числі, впливом професійної, а не загальної само-ефективності, системою економічного “Я” та ін.

Змістовний аспект мотивації досягнення визначається ціннісними структурами особистості, котрі характеризують предметну сферу реалізації узагальненої потреби досягнення, характерне коло діяльностей, придатних для даного суб’єкта. Мотив досягнення конкретної людини може реалізовуватися не у всіх видах діяльності і не в однаковій мірі в тих, в яких реалізується, тобто говорити про однозначний причинно-наслідковий зв’язок вираженості мотиву досягнення і вибору підприємницької сфери професійної діяльності не слід. Саме по цій причині необхідно здійснити аналіз етико-сміслових особистісних структур у професійній підготовці майбутнього підприємця – структур, які в даному підході умовно позначені як “суб’єктивна модель економічної поведінки”.

III. Суб’єктивна модель економічної поведінки майбутніх підприємців

Етико-психологічний підхід до аналізу особистості, який пропонує вітчизняна психологія, дуже актуальний при аналізі особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців. Специфіка даного явища полягає в тому, що підприємництво являє собою не вузькопрофесійну діяльність, а спосіб життєдіяльності, що характеризується “зоною підвищеного морального ризику” [17, 179]. Саме тому при психологічному вимірі особистісних чинників, що забезпечують успішність професійної підготовки майбутніх підприємців, слід уникати традиційного для більшості наукових досліджень етичного нейтралітету. Підприємницьку професійну спільність слід розглядати насамперед як етнос, а майбутнього підприємця – як носія специфічних для даного професійного етносу етичних норм і цінностей.

При аналізі особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців не можна обмежуватися лише виділенням параметрів Я-образу, системи мотивації досягнення та властивої їм специфічної системи цілей, оскільки “в моральному плані головними є не цілі, а моральна оцінка цих цілей, не успіхи, а засоби, що обрані для їх досягнення” [17, 33].

Структурний аналіз особистісно-професійної суб’єктності передбачає виділення поруч з інструментальними так званих продуктивних компонентів в системі індивідуального функціонування у підприємстві, котрі мають відношення до ціннісно-сміслових аспектів діяльності. Ми виходили з того, що підприємницький етнос являє собою сукупність життєвих сценаріїв економічної поведінки, що реалізуються в індивідуальних моделях досягнення успіху, які, в свою чергу, наповнюють певним змістом мотивацію досягнення і визначаються уявленням особистості про цілі-символи досягнення успіху у співвідношенні зі способами досягнення цих цілей.

Суб’єктивна модель успіху являє собою продукт мотиваційно-ціннісного спрямування особистості в суб’єктивному просторі особистісної культури спільноти та процесу вибору індивідуального етико-економічного стилю діяльності. В запропонованому підході вона розглядається як етико-економічний сценарій поведінки та життя в цілому.

Підприємницька діяльність, як будь-яка інша, носить полімотивований характер, передбачає складну будову мотиваційно-ціннісної сфери, розмаїття сценаріїв економічної поведінки в залежності від переважаючих критеріїв (символів) успіху та уявлень про способи їх досягнення. В предметно-мотиваційній сфері можуть переважати різні групи мотивів – “наївні”, “егоїстичні” або “зрілі”. Саме вони є предметним втіленням узагальненої потреби досягнення і складають перший компонент суб’єктивної моделі успіху підприємця.

Другий компонент суб’єктивної моделі успіху являє собою сукупність способів досягнення успіху, яким надає перевагу суб’єкт, і які вбачають в собі суб’єктивне сприймання цінності інших людей в цьому процесі. Саме переважаючий спосіб ставлення до інших, характер співвіднесення своїх цілей з

цілями інших людей визначає рівень морального розвитку особистості. Так, Б.С. Братусь виділяє декілька рівнів такого розвитку в залежності від характеру співвіднесення самоцінності “Я” з цінністю інших “Я” [23]. “Корисність для себе” співвідноситься з егоцентричним рівнем, що визначається ставленням до себе як до самоцінності, а до інших – зі споживацької точки зору. “Корисність для інших” може бути співвіднесена з групоцентричним та просоціальним рівнем розвитку особистості. Групоцентричний рівень розвитку відрізняється суб’єктивним сприйманням самоцінності людини лише у випадку її приналежності до ін-групи. Для просоціального рівня розвитку особистості є характерним сприймання себе як “самоцінної”, незалежно від групової приналежності. Б.С.Братусь виділяє також есхатологічний рівень розвитку особистості, коли цінність власного та інших “Я” співвідноситься з духовним світом.

В залежності від рівня етичного розвитку змінюється індивідуальна концепція успіху особистості, в досягненні якого іншим людям відводиться певне місце. На першій стадії суб’єктивний успіх – це “особисте благо незалежно від того, щасливими чи нещасними є інші люди”, на другій – процвітання групи, з якою ідентифікує себе особистість, на третій – свій успіх співвідноситься з благополуччям всіх людей, на четвертій – особистий успіх визначається принципами моралі, з вищими духовними цінностями [23].

В основі сприйняття порівняльної цінності власного та інших “Я” лежить структура Я-образу, зокрема соціального “Я”, в якому можуть переважати індивідуальні чи групові елементи. “Вертикальний” тип індивідуалізму передбачає розгляд свого “Я” як унікального, кращого за інші “Я”, “горизонтальний” – як рівноцінного іншим. “Вертикальний” тип колективізму – як менш компетентного у порівнянні з авторитетами, “горизонтальний” – як менш цінного по відношенню до своєї групи.

Однак, колективістичні чи індивідуалістичні структури Я-образу однозначно не визначають морального спрямування особистості. Для визначення рівня морального розвитку майбутніх підприємців доцільно вивчити їх етико-сміслові утворення, які у дослідженні операціоналізуються через суб’єктивні моделі економічного успіху, до складу яких входять суб’єктивні критерії (цілі-символи досягнення успіху) та індивідуальні стилі досягнення.

А) Суб’єктивні критерії економічного успіху майбутніх підприємців

Критерії або мотиви-цілі економічного успіху у підприємницькій діяльності специфічні за змістом, адже конкретизують мотив досягнення в економічній сфері діяльності. Саме вони наповнюють конкретним змістом загальну зону предметної співвіднесеності активності особистості. На думку В.С.Агеєва, існує дві традиції вивчення мотивів трудової діяльності – загальнопсихологічна, що аналізує мотиваційні та сміслові компоненти в загальній структурі діяльності, і соціологічна, котра досліджує ціннісні орієнтації та установки на працю в різних групах населення [6].

В.С.Агеєв пропонує ієрархічну структуру мотивів-цілей трудової діяльності . Первинними є мотиви з вектором від об’єкта до суб’єкта (прагнення дещо

“взяти” від об’єкта), “зовнішні” по відношенню до предмета та змісту праці – “конформний” мотив та “романтичний” мотив. Вторинними є мотиви з тим же вектором, але більш тісно і предметно пов’язані із змістом праці – мотив матеріальної зацікавленості, самоствердження та ін. Наступна фаза розвитку трудової мотивації передбачає перехід до полюсу мотивів з протилежним вектором – від суб’єкта до об’єкта – прагнення не лише щось взяти для себе, але й щось віддати іншим – мотив самореалізації, творчості.

Дана класифікація лягла в основу розробки переліку мотивів-цілей підприємницької діяльності. Перша фаза – “наївних” мотивів – передбачає наявність “романтичних” мотивів величі, слави, а також “конформного” мотиву “престижу”. Специфіка “конформного” мотиву у підприємців полягає в тому, що, будучи орієнтованими на діяльність “індивідуалітету”, заперечуючи будь-який конформізм, вони, як правило, прагнуть досягти образу успішної людини, тобто відповідати стандартам успіху, цінностям даної спільноти. Друга фаза розвитку трудової мотивації – “егоїстична” – передбачає наявність мотивів самоствердження – влади, впливу, незалежності, в тому числі і фінансової. Третя фаза – самореалізації – передбачає наявність мотивів творчості, прагнення “бути самим собою”, реалізовувати через бізнес власні ідеї, цікаві проекти.

Розгорнуту картину суб’єктивної моделі успіху можна отримати на основі співвіднесення мотивів-цілей досягнення успіху з переважаючим стилем його досягнення.

Б) Етико-психологічні стилі економічної поведінки майбутніх підприємців

В межах вивчення особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців у дослідженні використовувалась класифікація етико-економічних стилів поведінки Е.Фромма. Теорія соціального характеру Е.Фромма [153] за основу виділення стилів етико-економічної поведінки бере тип сприймання матеріальних цінностей поряд з типом сприймання інших людей. В моделі Е.Фромма виділено чотири етико-економічні орієнтації – рецептивна (одержує), експлуатуюча (бере), накопичуюча (зберігає) та ринкова (обмінює). Додатково була введена функціональна орієнтація або орієнтація “послуги”. Кожний стиль поведінки визначався через перелік характеристик, що проявлялися при взаємодії суб’єкта з іншими людьми та власністю в процесі особистісної діяльності. Передбачалося, що кожній орієнтації відповідають різні установки на тип соціальної взаємодії, різне сприймання цінності свого та інших “Я” [153]. Зокрема, *рецептивній* орієнтації відповідає схильність підкорятися авторитету, відданість, підлеглість, коли “інший” сприймається як “компетентний експерт”. *Експлуатуючій* орієнтації відповідає схильність до маніпуляції, управлінню іншими людьми та використанню їх в якості досягнення власного економічного успіху. Домінуючими характеристиками при цьому є авторитетність, зверхність. *Зберігаючій* орієнтації відповідає схильність до ізоляції інших, самодостатність, відчуженість, що базується не на очікуванні одержати речі з зовнішнього джерела всіх благ, а на очікуванні, що їх можна накопити, не витрачаючи. Будь-який тісний контакт з зовнішнім світом та іншими “Я” являє загрозу для цього виду

самодостатньої системи безпеки. *Ринкова* орієнтація ототожнюється зі схильністю відстоювати свою самоцінність і заснована на віддаленості від інших людей, проте віддаленості не деструктивної, а байдужої, передбачаючи легкість міжособистісних контактів, поверхневність зв'язків при глибокому емоційному відчуженні від інших “Я”. *Функціональній* орієнтації властива толерантність по відношенню до людей, переважання функціональних відношень “корисності” над емоційно-ціннісними. Орієнтація “*послуги*” передбачає розгляд інших людей як незалежних виконавців певних корисних функцій (послуг), котрі суб’єкт одержує в обмін на власні функції або послуги. Суб’єкт не байдужий, а толерантний по відношенню до всіх людей в рівній мірі, відчуваючи взаємну необхідність в інших, проте не емоційну, а функціональну.

Сукупність мотиваційно-ціннісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців є специфічною, адже утворює собою так званий підприємницький етнос як елемент суб’єктивної культури бізнесу та підприємництва. Зрозуміло, його не можна розглядати як гомогенне утворення, він включає ряд “ідеальних” моделей, що відрізняються один від одного за цілим рядом параметрів, проте в цілому можна говорити про специфічність підприємницької спільноти на відміну від суміжних професійних сукупностей – менеджерів, економістів, працівників економічного сервісу та ін.

2.1.3. Динамічний аналіз особистісно-професійної суб’єктності

Система індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємницькій сфері діяльності не є застиглою структурою, в якій системи Я-образу та мотивації назавжди незмінні, стабільні. Якщо на кожному з етапів діяльності особистісні структури – Я-образ, мотивація досягнення, життєві плани та суб’єктивні сценарії етико-економічної поведінки – здійснюють визначальний вплив на формування елементів діяльності, то при зміні функціонально-сміслових аспектів діяльності відбувається трансформація елементів Я-образу та мотивації, коректуються життєві позиції, плани, моделі поведінки.

Крім того, особистісно-професійна суб’єктність у підприємців не виникає відразу, а формується в ході соціалізації та професіоналізації по мірі становлення особистості як системи. Очевидно, різниця в параметрах особистісної суб’єктності існує на всіх етапах її розвитку. Виходячи з цього, динамічний аспект аналізу особистісно-професійної суб’єктності передбачає дослідження розвитку суб’єктності та специфіки її прояву на різних етапах професійної підготовки.

В основі розвитку особистісно-професійної суб’єктності особистості лежить становлення цілісної системи Я-образу та мотивації досягнення, а потім – формування етико-економічних сценаріїв поведінки. В роботі ми виходимо із припущення про поетапне формування системи Я-образу саме через систему мотивації досягнення, що визначає параметри суб’єктності особистості. Спочатку

формується структури Я-образу вищих рівнів, пізніше – різного роду ідентичності, зокрема, професійно-особистісна, котра займає в структурі Я-образу нижнє положення. При цьому економічне “Я”, пов’язане з вибором місця на континуумі “робота на себе – робота по найму”, відноситься до системи неспецифічних ідентичностей та формується раніше за професійне “Я”, яке пов’язане з вибором конкретної сфери професійної діяльності та відноситься до системи специфічних ідентичностей.

Таким чином, в розрізі проблеми дослідження системний аналіз особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців передбачає здійснення так званого паттерн-аналізу особистісно-професійної суб’єктності, тобто виділення релевантних особистісно-професійній суб’єктності характеристик та їх поелементного аналізу в рамках цілісної системи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємницькій сфері діяльності. Необхідно здійснити аналіз окремих систем для визначення функціональної ролі кожної в рамках системи само-детермінації особистості у підприємстві. В якості особистісних змінних, релевантних проблемі дослідження – особистісно-професійної суб’єктності – в роботі були виділені: система Я-образу як багаторівневе та багатокомпонентне утворення, система мотивації досягнення та суб’єктивна модель економічної поведінки, що визначається уявленнями майбутніх підприємців про цілі-символи та способи досягнення успіху.

2.2. Вивчення критеріїв діагностування та рівнів становлення особистісної суб’єктності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки

Виходячи з теоретичних засад дослідження і на цій основі запропонованої нами структури особистісно-професійної суб’єктності ми визначили такі критерії діагностування рівня її становлення у майбутніх підприємців в процесі професійної підготовки:

- 1) особливості системи Я-образу як системоутворюючої основи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у сфері підприємництва (когнітивний компонент);
- 2) індивідуальна модель економічної поведінки, що наповнює певним змістом систему мотивації досягнення майбутніх підприємців та визначається їхніми уявленнями про цілі досягнення успіху у підприємстві (мотиваційний компонент);
- 3) індивідуальна модель економічної поведінки, що визначається уявленнями майбутніх підприємців про способи досягнення успіху у підприємницькій сфері діяльності (поведінковий компонент).

Відповідно до розроблених критеріїв було підібрано 7 методик для діагностування кількісних та якісних показників рівня становлення структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісної суб’єктності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки. Зміст методик

розкривається у відповідних підрозділах.

У констатуючому експерименті взяли участь 138 студентів денної форми навчання Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, з них 68 осіб, які навчаються на другому курсі, і 70 осіб, які навчаються на п'ятому курсі.

2.2.1. Аналіз змістових характеристик когнітивного компонента особистісно-професійної суб'єктності потенційних підприємців

На першому етапі дослідження ми ставили своїм завданням вивчити змістові характеристики Я-образу особистості майбутніх підприємців, які визначаються нами через аналіз психологічного “Я”, соціального “Я” і професійного “Я”.

Аналіз психологічного “Я” був спрямований на вивчення особливостей прояву у вибірці потенційних підприємців само-ефективності – загальної та соціальної. Для реалізації поставленого завдання нами було використано тест-опитувальник само-ефективності М.Шерер і Дж.Маддукс [223].

Психометрична адаптація даної зарубіжної методики включала аналіз внутрішньої узгодженості пунктів теста-опитувальника, оскільки при їх розробці було використано саме такий спосіб побудови. Для оцінки надійності тестів, побудованих за принципом внутрішньої узгодженості завдань, у психометриці використовується коефіцієнт консистентності Кронбаха “альфа”, розрахунок якого здійснюється за формулою:

$$\alpha = \frac{K}{\sum S_j} \left(1 - \frac{\sum S_x^2}{K-1} \right) \quad (2.1)$$

де K – кількість пунктів теста;

S_j – дисперсія по j -му пункту теста;

S_x – дисперсія сумарних балів по всьому тесту [112].

Для опитувальника загальної і соціальної само-ефективності М.Шерер-Д.Маддукс величина коефіцієнта консистентності Кронбаха склала 0,744, що свідчить про достатню надійність-узгодженість даного тесту і можливість використання його результатів у дослідницьких цілях.

Досліджуваним студентам пропонується за 10-бальною шкалою оцінити 23 твердження, 17 з яких характеризують прояви їх загальної само-ефективності, 6 – прояви соціальної само-ефективності (див. дод. А.). Оцінка “+5” відповідає ситуації, коли студент повністю погоджується з запропонованим йому пунктом, “-5” – коли він повністю його заперечує. В залежності від ступеня своєї згоди-незгоди з кожним із тверджень, студенти можуть використовувати проміжні значення шкали з позитивними чи негативними знаками відповідно. Результати тестування за даним тестом представлені трьома індексами – сумарним балом по тесту (СЕ), балом по шкалі загальної само-ефективності (СЕз) і балом по шкалі

соціальної само-ефективності (СЕС).

Для прикладу наведемо декілька пунктів із опитувальника, які відображають прояви загальної та соціальної само-ефективності особистості. Загальна само-ефективність визначає спроможність особистості до сприйняття свого “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює її досягнення. Соціальна само-ефективність вбачається у бажанні працювати з іншими людьми для досягнення власної мети.

Так, для оцінки загальної само-ефективності майбутніх підприємців призначені такі твердження:

- коли я щось планую, я завжди впевнений у тому, що зможу це зробити;
- якщо мені не вдається виконати роботу з першого разу, я продовжую спроби до тих пір, поки не завершу її;
- якщо мені здається щось складним, я не буду намагатися виконати це як-небудь.

На вивчення особливостей прояву соціальної само-ефективності спрямовані такі пункти опитувальника:

- якщо я зустрічаю людину, з якою мені приємно було б поговорити, я йду до неї сам, не очікую, коли вона сама до мене підійде;
- якщо мені не вдається стати близьким другом цікавої для мене людини, я, скоріш за все, припиню спроби спілкування з нею;
- я набув усіх друзів завдяки своїй здібності встановлювати контакти.

З наведених прикладів розуміємо, що кожне твердження опитувальника сформульоване в термінах “початку дії” і “ефективності перед невдачами” та змістовно може бути співвіднесене з будь-якими життєвими ситуаціями, пов’язаними з діловою та соціальною сферою.

Відображені у табл. 2.1 результати теста-опитувальника само-ефективності, демонструють в цілому наявність вищих показників само-ефективності п’ятикурсників у порівнянні з само-ефективністю другокурсників, як загальної, так і соціальної. Середньогруповий індекс загальної само-ефективності у вибірці другокурсників – 5,71, соціальної – 5,84; для п’ятикурсників відповідні індекси сягають значень 7,55 і 7,13 (за максимального значення 10). На нашу думку, ці дані свідчать про недостатній рівень сформованості само-ефективності у вибірці другокурсників, в якій середньогрупові показники загальної та соціальної само-ефективності сягають середніх значень. Для п’ятикурсників, як бачимо, в цілому дані індекси збільшуються у своїх значеннях і характеризуються високим рівнем сформованості дієвості “Я”. Саме тому можна зробити висновок про сприймання власного “Я” як більш “дієвого” у п’ятикурсників по відношенню до другокурсників.

Таблиця 2.1

Результати порівняльного аналізу індексів само-ефективності у вибірках потенційних підприємців

N = 138

	Загальний середньогруповий бал по тесту само-ефективності (СЕ)	Індекс загальної само-ефективності (СЕз)	Індекс соціальної само-ефективності (СЕС)
2 курс	5,76	5,71	5,84
5 курс	7,38	7,55	7,13

Згідно теорії А.Бандури, само-ефективність “Я” реалізується в характері ініціації діяльності, кількості та тривалості зусиль в ситуації досягнення, а також в реакціях на раптові труднощі та невдачі [176]. Виходячи із слухності поглядів А.Бандури, можна відмітити, як показали результати дослідження, вже сформовану у майбутніх підприємців “ілюзію контролю” над ситуацією досягнення, яка реалізується в готовності оперативно приступати до діяльності, докладати багато зусиль для досягнення мети, адекватно реагувати на невдачі. Дана характеристика, що визначає успішність професійної підготовки майбутніх підприємців, як бачимо з табл. 2.2, знаходиться на високому рівні сформованості у 44,1% другокурсників і 44,3% п’ятикурсників.

Таблиця 2.2

Динаміка само-ефективності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки

N = 138

Рівень само-ефективності	2 курс		5 курс	
	Абсолютна кількість	%	Абсолютна кількість	%
Низький	20	29,4	14	20,0
Середній	18	26,5	25	35,7
Високий	30	44,1	31	44,3

Неочікувано великою виявилася група осіб, яка характеризується низьким рівнем сформованості даного психологічного утворення у вибірках обох вікових підгруп (29,4% осіб серед студентів другого курсу і 20,0% осіб серед п’ятого). Отримані дані дозволяють зробити висновок, що за три роки навчання у вузі відбуваються позитивні зміни в розвитку показників само-ефективності майбутніх підприємців, про що свідчить загальна тенденція їх зростання. Однак їх не можна вважати задовільними, оскільки 20,0% студентів-випускників залишаються на низькому рівні розвитку загальної та соціальної само-ефективності. З огляду на це можна стверджувати, що власне сам процес професійної підготовки не спонукає достатньою мірою майбутніх підприємців до

сприймання власного “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює її досягнення, а також до бажання співпрацювати з групою однодумців для досягнення поставленої мети. У зв’язку з цим впливає необхідність пошуку форм роботи з метою підвищення рівня сформованості загальної та соціальної само-ефективності саме в процесі професійної підготовки.

Вивчення психологічного “Я” майбутніх підприємців потребує, окрім вивчення показників само-ефективності, яка забезпечує виникнення “ілюзії контролю” в ситуації досягнення, аналізу показників локалізації суб’єктивного контролю. З цією метою доцільним є використання методики діагностики рівня суб’єктивного контролю Дж.Роттера (адаптація Є.Ф.Бажина, С.А.Голинкіної, А.М.Еткінда) [15].

Процедура проведення даної методики подібна до попередньої. Студентам пропонується оцінити 44 твердження таким чином: поставити напроти кожного з них один з 6-ти запропонованих балів з відповідним знаком “+” (згода) або “-” (незгода”). При цьому повній згоді з пунктом опитувальника відповідає бал “+3”, повній незгоді – бал “-3”. Тобто, оцінка кожного твердження в групі майбутніх підприємців може варіювати в межах від “-3” до “+3”.

Результати тестування рівня суб’єктивного контролю представлені для кожного досліджуваного індексами загального РСК, а також РСК в сфері досягнень, невдач, в діловій сфері та в сфері міжособистісних стосунків.

Результати дослідження особливостей суб’єктивного контролю майбутніх підприємців, які знаходяться на різних етапах професійної підготовки, представлені в табл.2.3.

Одержані дані свідчать про те, що у сфері досягнення середньогруповий індекс РСК приблизно однаковий для другокурсників і п’ятикурсників (5,79 і 5,82 відповідно). Ці дані говорять про загальну сформованість інтернальності суб’єктивного контролю над емоційно позитивними подіями та ситуаціями у житті майбутніх підприємців. Надання переваги інтернальному локусу контролю у сфері досягнення пояснює ситуацію, що студенти обох вікових сукупностей (77, 9% студентів другого курсу і 85,7% п’ятого) сприймають самих себе вже відповідальними за результати діяльності по досягненню успіху, але, як буде показано пізніше, успіх розуміється ними по-різному, та, власне, саме поняття “досягнення” наповнюється ними різним змістом.

Таблиця 2.3

Результати порівняльного аналізу індексів суб’єктивного контролю у вибірках майбутніх підприємців

N = 138

	Середньогруповий індекс загального РСК	Середньогруповий індекс РСК досягнення	Середньогруповий індекс РСК невдачі	Середньогруповий індекс РСК виробничий	Середньогруповий індекс РСК міжособистісний
2 курс	4,83	5,79	4,68	5,24	5,46

5 курс	5,26	5,82	5,23	4,43	6,78
--------	------	------	------	------	------

Привертає увагу той факт, що локус контролю у сфері невдачі у вибірці 2-курсників визначається екстернальним спрямуванням (середньогруповий індекс РСК невдачі - 4,68), а вже у вибірці п'ятикурсників він набуває інтернальних значень (середньогруповий індекс РСК невдачі - 5,23). Якщо другокурсники (в 67,6% випадків) більш схильні до приписування відповідальності за невдачі, неприємності, які з ними трапляються, іншим людям, або ж вважають ці події результатом невезіння, то в процесі професійної підготовки відмічаємо зміни у свідомості потенційних підприємців: 74,2% випускників вважають власне самих себе відповідальними за різні негативні події та ситуації, які з ними трапляються. Ці дані наводять нас на думку, що перший професійний досвід, який припадає для більшості осіб саме на період навчання у вузі (часто негативний), і призводить власне до усвідомлення студентами значущості своїх сил, своєї впевненості при вирішенні певних труднощів, що виникають в процесі їх професійної діяльності. З огляду на це можна стверджувати, що інтернальність суб'єктивного контролю по відношенню до різних негативних факторів формується стихійно в процесі професійного становлення майбутніх фахівців.

У діловій (виробничій) сфері характерною є інтернальність у вибірці другокурсників (середньогруповий індекс РСК виробничий 5,24) та екстернальність у вибірці п'ятикурсників (середньогруповий індекс РСК виробничий 4,43). 60,3% студентів, які навчаються на другому курсі, здебільшого вирізняє те, що вони вважають саме свої дії найважливішим фактором при організації власної професійної діяльності. Випускники ж, у 70,0% випадків, при веденні власної справи схильні надавати найбільш важливого значення зовнішнім обставинам – партнерам по роботі, керівництву, тощо. Можливо, це можна пояснити тим, що підприємницька діяльність багато в чому базується на допомозі та впливі сторонніх людей. Власні сили займають не основні позиції, які б забезпечували успіх у веденні власної справи. Саме це характерно для моменту відкриття власного бізнесу, періоду звітування перед відповідними фондами, без чого діяльність суб'єктів господарювання є неможливою. А ці моменти стають помітними лише тоді, коли студент самостійно розпочинає власну справу (чи то поза учбовою діяльністю, чи то в період виробничої практики), що і призводить до усвідомлення ним значущості в його діяльності сторонніх факторів на противагу власним силам.

У сфері міжособистісних стосунків в цілому відмічаємо сформованість інтернального локусу контролю, як серед другокурсників (середньогруповий індекс РСК міжособистісний 5,46), так і серед п'ятикурсників (середньогруповий індекс 6,78). Дана особистісна передумова успішності підприємницької діяльності є характерною для 64,7% студентів другого курсу і 78,6% студентів п'ятого. Дані показники свідчать про те, що переважна кількість майбутніх підприємців вважають себе вже спроможними контролювати власні формальні і неформальні стосунки з іншими людьми та викликати у них повагу та симпатію. Група осіб,

яка характеризується низьким показником сформованості даного психологічного утворення, серед другокурсників – це 10,3%, на п'ятому курсі не виявлено жодної особи, яка б вважала себе нездатною до активного формування свого кола спілкування та вважала свої міжособистісні стосунки результатом активності партнерів. З огляду на це можна стверджувати, що власне сам процес професійної підготовки призводить до зростання інтернальності у сфері міжособистісних стосунків, про що свідчить значне збільшення середньогрупового індексу за цією шкалою на п'ятому курсі у порівнянні з другим курсом та відсутність серед студентів-випускників осіб з низьким рівнем розвитку даного психологічного утворення.

Отже, дослідження виявило, що у вибірці майбутніх підприємців другого і п'ятого курсів переважає змішаний тип локусу контролю особистості в різних сферах життєдіяльності. Так, у сфері досягнення та сфері міжособистісних стосунків для переважної більшості представників обох вікових сукупностей характерним є інтернальний локус контролю, у діловій (виробничій) сфері інтернальність суб'єктивного контролю вбачаємо у вибірці другокурсників, екстернальність – у вибірці п'ятикурсників. Більш інтернальними є майбутні підприємці, які навчаються на п'ятому курсі, і по відношенню до невдач.

З огляду на це можна стверджувати, що інтернальність суб'єктивного контролю як особистісна характеристика, що лежить в основі успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, потребує цілеспрямованої роботи з метою її розвитку. Водночас навчання в університеті не спонукає потенційних підприємців до сприймання власного “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює ситуацію досягнення, до стійкості перед труднощами, до адекватного реагування на невдачі, до великої кількості зусиль для досягнення поставленої цілі, а також до бажання працювати з групою однодумців для досягнення поставленої мети. Звідси випливає необхідність підвищення також рівня сформованості дієвості “Я” майбутніх підприємців, їх загальної та соціальної само-ефективності.

Як діагностичний засіб для дослідження характеру співвідношення індивідуалістичних та колективістичних конструктів у структурі соціального “Я” особистості потенційних підприємців, використовувався тест-опитувальник “індивідуалізму-колективізму” Х. Триандиса [228], що складається з 50 пунктів і 9-бальною шкалою оцінювання (від 1 до 9) кожного з них. (див. дод. Б). Бал “1” ставиться у тому разі, коли студент повністю заперечує зміст твердження; якщо він вагається або вважає, що твердження його не стосується, він виставляє бал “5”; ситуація, коли твердження повністю підтримується досліджуваним, відповідає балу “9”. Залежно від ступеня своєї згоди-незгоди з кожним із пунктів опитувальника необхідно користуватися для їх оцінки проміжними значеннями шкали (2, 3, 4, 6, 7, 8).

В даному тесті закладено 6 шкал, які відображають колективістичні прояви у поведінці особистості (“горизонтального” і “вертикального” колективізму, “взаємозалежності”, “соціабельності”, “близькості до сім'ї” та “сімейної інтеграції”) і 5 шкал “індивідуалізму” (“вертикального” і “горизонтального”

індивідуалізму, “самоопору”, “конкурентоспроможності” та “гедонізму”). Результати тестування по даному тесту представлені індексами у відповідності до виділених шкал.

Для оцінки надійності даного тесту з метою його психометричної адаптації використовувався коефіцієнт альфа-Кронбаха, величина якого за результатами підрахунку склала 0.824. Це, в свою чергу, дозволило нам використовувати результати даної методики в дослідницьких цілях.

Результати теста-опитувальника демонструють чітко виражені показники “індивідуалізму” у 63,8% всієї вибірки потенційних підприємців (57,3% серед другокурсників і 70% серед п’ятикурсників). З огляду на це можна стверджувати, що в структурі самосвідомості переважної більшості студентів (88 осіб із 138) переважають конструкти “незалежності” та “унікальності”. Окрім того, аналізуючи динаміку кількісного розподілу досліджуваних студентів різних курсів за середньогруповим балом по шкалі індивідуалізму (див. табл. 2.4), відмічаємо високий його показник вже у вибірці студентів другого курсу (105,17) за максимального його значення 150. Однак, у студентів п’ятого курсу відповідний бал досягає ще більшого значення (117,11).

Таблиця 2.4

Результати порівняльного аналізу індексів шкали індивідуалізму у вибірці потенційних підприємців

N = 138

	Середньогруповий бал за шкалою індивідуалізму “Г”	Середньогруповий бал за шкалою горизонтального індивідуалізму “ГІ”	Середньогруповий бал за шкалою вертикального індивідуалізму “ВІ”
2 курс	105, 17	59,37	49,11
5 курс	117,11	43,87	54,78

Привертає увагу різниця між студентами, які знаходяться на різних етапах професійної підготовки, за показниками шкал вертикального і горизонтального індивідуалізму. Так, середньогруповий бал п’ятикурсників за шкалою вертикального індивідуалізму (54,78) вищий за середньогруповий бал за цією ж шкалою другокурсників (49,11). Для другокурсників, навпаки, відмічаємо в цілому значно вищий середньогруповий бал за шкалою горизонтального індивідуалізму у порівнянні з п’ятикурсниками (59,37 і 43,87 відповідно). Це означає, що 79% випускників, з характерним для них індивідуалізмом вертикального типу, розглядають своє “Я” з позицій унікальності, самодостатності, неповторності, а також прагнення довести цю неповторність за рахунок високого рівня індивідуальних досягнень, прагнення “бути номером один” у конкурентній боротьбі. Студенти ж другого курсу, більшою мірою, у 68% випадків, сприймають своє “Я” як рівноцінне іншим “Я” з позицій корисності, функціональності та суверенності незалежно від групової приналежності.

На користь такого висновку свідчить і те, що у вибірках студентів другого і п'ятого курсів не співпадають між собою у значеннях і параметри індивідуалізму. З табл. 2.5 бачимо, що вибірка п'ятикурсників характеризується здебільшого високими показниками за шкалою "конкурентності", тоді як для другокурсників високі показники вбачаються у шкалі "самоопору" та "гедонізму". Тобто, якщо для випускників сприймання свого "Я" як незалежного та унікального визначається прагненням "бути номером один", бути кращим за інших, то в більш молодшому віці – прагненням "робити те, що я хочу", не оглядаючись на інших, не підкорюючись нормам та вимогам групи. Останнє, на нашу думку, може спричинити в майбутньому проблему виведення власного "Я" з етично позитивно забарвленого смислового спрямування підприємницької діяльності в етично нейтральне або ж негативне, при якому заперечуватимуться будь-які загальнолюдські моральні норми і цінності.

Таблиця 2.5

Результати порівняльного аналізу індексів підшкал індивідуалізму для вибірки другокурсників і п'ятикурсників

N = 138

	Середньогруповий бал за шкалою "самоопору" (СО)	Середньогруповий бал за шкалою "конкурентоспроможності" (К)	Середньогруповий бал за шкалою "гедонізму" (Г)
2 курс	32,15	30,08	33,15
5 курс	24,20	30,17	27,86

В рамках проблеми дослідження враховуємо і той факт, що в структурі соціального "Я" 20,3% майбутніх підприємців переважають колективістичні конструкти над індивідуалістичними. Аналізуючи динаміку кількісного розподілу досліджуваних студентів різних курсів за сформованістю колективістичних тенденцій у їх поведінці, зазначаємо, що 27,9% другокурсників і 12,9% п'ятикурсників сприймають соціум в одиницях груп. Тобто в структурі соціального "Я" даної групи осіб переважають конструкти "взаємозалежності" і "схожості". Окрім того, із наведених у табл. 2.6 даних, відмічаємо вищий середньогруповий бал колективізму у вибірці другокурсників у порівнянні із середньогруповим балом колективізму п'ятикурсників (100,29 і 94,57 відповідно). На основі наведених фактів можна зробити висновок, що саме серед студентів другого курсу має місце переважання колективістичних конструктів у структурі соціального "Я" по відношенню до студентів, які навчаються на п'ятому курсі.

Таблиця 2.6

Результати порівняльного аналізу індексів шкали колективізму у виборці потенційних підприємців, які навчаються на другому і п'ятому курсах

N = 138

	Середньогруповий бал за шкалою колективізму “КОЛ”	Середньогруповий бал за шкалою горизонтального колективізму “ГК”	Середньогруповий бал за шкалою вертикального колективізму “ВК”
2 курс	100,29	55,43	48,98
5 курс	94,57	49,71	44,86

За цих умов враховуємо і той факт, що у вибірці другокурсників середньогруповий бал за шкалою горизонтального колективізму сягає більших значень по відношенню до середньогрупового балу за шкалою вертикального колективізму (55,43 і 48,98 відповідно). На п’ятому курсі ситуація дещо змінюється: відмічаємо дещо більший середньогруповий бал за шкалою вертикального колективізму у порівнянні з середньогруповим балом за шкалою горизонтального колективізму (44,86 і 42,71 відповідно). Ці дані наводять нас на висновок, що якщо 20,3% майбутніх підприємців і сприймають соціум в одиницях груп, то другокурсники здебільшого сприймають своє “Я” як взаємозалежне по відношенню до інших, до групи в цілому, а випускники переважно підкорюють власне “Я” більш авторитетним або компетентним іншим в ієрархії ділових стосунків. На нашу думку, це закономірно, оскільки процес пізнання студентом студента відбувається поступово в процесі навчання, першого професійного досвіду, впродовж чого виділяється більш успішна, більш спроможна група студентів до здійснення своїх професійних намірів, саме яким особи з колективістичними тенденціями у поведінці починають надавати перевагу і поступово підкорювати власне “Я”.

З огляду на це варто проаналізувати параметри колективізму у вибірках студентів різних курсів навчання. З даних, наведених у табл. 2.7, говоримо про відмінності між студентами другого і п’ятого курсів за такими показниками як “соціабельність” та “сімейна інтеграція”. Середньогрупові бали другокурсників за цими шкалами значно перевищують у своїх значеннях середньогрупові бали п’ятикурсників (25,86 і 20,43; 24,71 і 22,43 відповідно). Показник “соціабельності” вводить у концепції Х.Тріандіса для позначення сприймання власного “Я” як частини різних соціальних груп, що утворюють найближче соціальне оточення, а показник “сімейної інтеграції” – для позначення тенденції побудови життєвих планів в аспекті сімейних традицій. Цілком зрозуміло, що п’ятикурсників більшою мірою вирізняє бачення свого “Я” поза груповим контекстом, в тому числі поза сімейним, насамперед, у тому, що стосується прийняття рішень та побудови життєвих сценаріїв поведінки.

Таблиця 2.7

Результати порівняльного аналізу індексів підшкाल колективізму для вибірки другокурсників і п’ятикурсників

N = 138

	Середньогруповий бал за шкалою “близькість до сім’ї” (БС)	Середньогруповий бал за шкалою “сімейна інтеграція” (СІ)	Середньогруповий бал за шкалою “взаємозалежності” (ВЗ)	Середньогруповий бал за шкалою “соціабельності” (С)
2 курс	24,36	24,71	23,71	25,86
5 курс	23,57	22,43	21,14	20,43

З табл. 2.7 бачимо, що другокурсників у порівнянні зі студентами, які навчаються на п’ятому курсі, є характерними вищі середньогрупові значення по шкалі “взаємозалежності” (23,71 і 21,14 відповідно). Дана шкала містить такі твердження, як “мої стосунки з іншими набагато важливіші за мої індивідуальні досягнення”, “для мене важливим є рішення групи”, “як правило, я надаю перевагу інтересам групи, відмовляючись при цьому від власних”, “перед тим, як я приймаю рішення, я намагаюсь проконсультуватися” та інші. Тобто, якщо другокурсники і сприймають своє “Я” як частину групи (про це свідчить дещо вищий середньогруповий бал по шкалі “соціабельність” за середньогрупові бали інших шкал), то лише як незалежну її частину, здатну не бути тягарем для групи (у цьому нас переконують відносно низькі показники по шкалі взаємозалежності на фоні всіх підшкал індивідуалізму), то п’ятикурсники у переважній більшості випадків взагалі не співвідносять себе з будь-якими групами і не потребують допомоги зі сторони її членів. Таке свідоме ігнорування випускниками групи як такої може призвести у майбутньому до виникнення проблем порозуміння з певними колективами, якщо прийдеться з ними або в них працювати, що в певній мірі може стати перешкодою для успішної реалізації власних професійних намірів.

Таким чином, характер соціального “Я” майбутніх підприємців має схожі параметри, проте у студентів, які знаходяться на різних етапах професійної підготовки є помітною і деяка різниця між ними. Так, схожість полягає, насамперед, в перевазі індивідуалістичних конструктів “соціального Я” над колективістичними. Цей факт є однозначним як для студентів, які навчаються на другому курсі (у 57,3% випадків), так і для тих, хто навчається на п’ятому курсі (у 70% випадків). Однак, для випускників, які здебільшого не співвідносять себе з будь-якими групами, сприймання власного “Я” як незалежного та унікального визначається прагненням “бути номером один”, бути кращим за інших. Другокурсники ж сприймають своє “Я” як частину групи, але лише як незалежну її частину, здатну ні для кого не бути тягарем, і намагаються “робити те, що хочуть”, не оглядаючись на інших, не підкорюючись нормам та вимогам даної групи. В обох випадках, на нашу думку, може виникнути проблема зневажання норм моралі, коли загальнолюдські цінності перейдуть від норм традиційної моралі (альтруїзм, солідарність, колективна взаємодопомога тощо) до акцентування на раціональну реалізацію приватного інтересу. Полярність оцінок ролі етичних норм у підприємстві дозволяє побачити, що для майбутніх підприємців є вже характерною орієнтація на індивідуалістичні

етичні цінності і життєві стратегії. В умовах багатоваріантності персональних цінностей необхідно сформулювати установку майбутніх підприємців на “золоте правило поведінки”, сформульоване Конфуцієм ще 2,5 тис. років тому, – “не роби людині того, чого не бажаєш собі” – уміння шукати компроміси, бути толерантним. Саме на такій основі необхідно вести боротьбу за своє соціальне і фізичне виживання, за свої реальні інтереси – належні умови життя, можливості професійного і особистісного самовизначення і самореалізації. Майбутні підприємці в процесі професійної підготовки мають чітко усвідомити, що підприємницька діяльність не буде успішно функціонувати, якщо у неї не буде могутньої підпори у вигляді норм і цінностей раціональної моралі з універсальними правилами, що прийняті у певній спільноті, та підтримки зі сторони її членів.

Окрім того, успішність професійної підготовки майбутніх підприємців багато в чому залежить і від суб’єктивного сприймання сьогоденнішими студентами своєї спроможності ефективно виконувати функції суб’єктів підприємництва. На основі теорії само-ефективності А.Бандури, а також з використанням результатів та висновків широкого спектру досліджень професійної само-ефективності, здійснених в зарубіжній психології [179], [180], [186], [188], [197], [212], [217], [220], [225], нами розроблено методику для функціональної оцінки сприймання студентами власного “Я” як компетентного та ефективного у підприємницькій сфері професійної діяльності, тобто їх професійної само-ефективності.

Як стверджує А.Бандура, поняття само-ефективності передбачає наявність різних вимірів очікування ефективності [175]. До таких вимірів А.Бандура відносить, по-перше, *інтенсивність або силу* само-ефективності, яка дозволяє рангувати досліджуваних за їх потенціалом ефективності в завданні; по-друге, *узагальненість* само-ефективності, що відображає ситуативність даного поняття, адже професійна само-ефективність є “ситуативною компетентністю” і може бути різною мірою пов’язана з загальною само-ефективністю або із само-ефективністю в інших сферах діяльності.

Введене А.Бандурою поняття сили само-ефективності визначається через ступінь впевненості в своїй спроможності виконувати ту чи іншу функцію. Виходячи з цього, ми розробили перелік функціональних завдань, що складається з 33 професійних функцій, які є характерними для діяльності підприємця і суміжної сфери – діяльності менеджера, і запропонували студентам оцінити, наскільки ефективно вони можуть виконувати їх зараз. Досліджувані спочатку обирають за допомогою відповіді “Так” ті функції, які вони можуть ефективно виконувати. Потім оцінюється ступінь впевненості в ефективному виконанні відібраних функцій за допомогою 10-бальної шкали.

Так, студентам було запропоновано такий розроблений нами перелік професійних функцій, які характерні для діяльності підприємців і менеджерів:

1. застосовувати у роботі економічні знання;
2. працювати з перевантаженнями;
3. прогнозувати ситуацію в економіці;

4. використовувати у роботі економічно-статистичну інформацію;
5. швидко вступати у контакт з людьми;
6. приймати рішення в ситуаціях невизначеності, при нестачі часу та інформації;
7. підбирати спеціалістів для роботи у фірмі;
8. інтерпретувати фінансові та економічні дані;
9. надихати людей на реалізацію своїх ідей;
10. створювати нові фірми;
11. використовувати інформацію із контактів;
12. переконувати інших у продуктивності своїх ідей;
13. часто змінювати завдання своєї діяльності;
14. забезпечувати швидку зміну продукції, технологій, джерел постачання;
15. постійно розширювати фірму, забезпечувати її ріст;
16. створювати команду однодумців;
17. ефективно розподіляти обов'язки між людьми;
18. придумувати образ фірми, формувати її неповторний стиль;
19. постійно придумувати щось нове, більш прибуткове;
20. створювати графіки роботи;
21. встановлювати цілі роботи;
22. розподіляти ресурси у відповідності з планом роботи;
23. придумувати системи контролю за виконанням роботи підлеглими;
24. регулювати збої, порушення у здійсненні планів;
25. розподіляти роботу серед підлеглих;
26. передавати працівникам відповідальність за виконання завдань;
27. повідомляти про плани роботи підлеглим;
28. створювати бази даних, необхідні для прийняття рішень;
29. вести ділові переговори;
30. створювати канали для швидкого одержання необхідної інформації;
31. виявляти відхилення від правильного напрямку розв'язання завдання;
32. перевіряти результати виконання завдань (формально і неформально);
33. вирішувати конфліктні ситуації.

Результати тестування за методикою професійної само-ефективності представлені у вигляді загального індексу “сили” професійної само-ефективності (СЕР) та двох індексів “сили” специфічної професійної само-ефективності – підприємницької (СЕР_п) та менеджерської (СЕР_м).

Порівняльний аналіз професійної само-ефективності потенційних підприємців, які знаходяться на різних етапах професійного становлення, виявив стійку, однак недостатню, тенденцію перевищення “сили” (інтенсивності) даного показника у студентів, які навчаються на п'ятому курсі, у порівнянні з другокурсниками. Так, з табл. 2.8 бачимо, що індекс “сили” підприємницької само-ефективності другокурсників сягає значень 5,19 (за максимального значення 10), п'ятикурсників – 7,64. На нашу думку, ці дані свідчать про недостатній рівень сформованості у студентів другого курсу

впевненості у своїх силах щодо спроможності ефективного виконання функцій із підприємницького блоку, адже середньогруповий індекс “сили” підприємницької само-ефективності сягає середніх значень. У випускників, як бачимо, даний індекс збільшується у своєму значенні і в цілому визначається високим рівнем сформованості даного психологічного утворення.

Таблиця 2.8

Результати порівняльного аналізу “сили” професійної само-ефективності для вибірки потенційних підприємців

N = 138

	Загальний середньогруповий бал “сили” професійної само-ефективності (СЕР)	Індекс “сили” підприємницької само-ефективності (СЕРп)	Індекс “сили” менеджерської само-ефективності (СЕРм)
2 курс	5,84	5,19	6,04
5 курс	7,22	7,64	7,18

На основі отриманих фактів можна зробити висновок, що студенти, які навчаються на п'ятому курсі, більшою мірою, ніж студенти другого курсу, впевнені у своїй спроможності ефективно виконувати функції, характерні для підприємницької діяльності. Це можна пояснити тим, що практичні заняття зі спеціальності, на яких студенти вирішують проблеми, що виникають у підприємницькій практиці, розпочинаються лише на третьому курсі. На перших курсах навчання ознайомлення із функціями суб'єктів підприємництва відбувалося лише на теоретичному рівні їх засвоєння, що не призводить, на нашу думку, до формування у майбутніх фахівців впевненості у спроможності ефективного виконання професійних функцій, а лише до фактичного ознайомлення з ними.

Індекс “сили” підприємницької само-ефективності, що визначає суб'єктивну впевненість особистості щодо успішного виконання підприємницьких функцій, як бачимо з табл. 2.9, знаходиться на високому рівні розвитку в 23,5% студентів другого курсу і у 51,4% п'ятого. Неочікувано великою виявилася група осіб, яка характеризується низьким рівнем сформованості даного показника професійної само-ефективності. 32,4% другокурсників (а це 22 особи з 68) і 15,7% п'ятикурсників (11 випускників із 70) відчують свою невпевненість щодо спроможності ефективного виконання підприємницьких функцій.

Таблиця 2.9

Динаміка показника “сили” (інтенсивності) професійної само-ефективності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки

Рівень розвитку “сили” професійної само- ефективності	2 курс		5 курс	
	Абсолютна кількість	%	Абсолютна кількість	%
Низький	22	32,4	11	15,7
Середній	30	44,1	23	32,9
Високий	16	23,5	36	51,4

Таким чином, середньогруповий індекс “сили” професійної само-ефективності в процесі навчання в університеті, в цілому, збільшується у своєму значенні, однак серед випускників залишається значна кількість осіб, які знаходяться на низькому рівні розвитку даного психологічного утворення. Звідси випливає необхідність цілеспрямованого формування впевненості студентів щодо спроможності ефективного виконання функцій суб’єктів підприємництва, оскільки “успіх у житті визначається очікуваннями людини в кожній із справ, якою б вона не займалась” [150, 60]. Завданням експериментальної роботи має стати підвищення “сили” професійної само-ефективності майбутніх підприємців, за якої вони відчували б свою впевненість при виконанні підприємницьких функцій.

Проведений якісний аналіз одержаних даних щодо показника “узагальненості” професійної само-ефективності, показує, що майбутні підприємці обирають не лише суто підприємницькі професійні функції (приймати рішення в ситуаціях невизначеності, при нестачі часу та інформації, постійно придумувати щось нове, більш прибуткове, прогнозувати ситуацію в економіці, швидко вступати у контакт з людьми тощо), а й вбачають свою спроможність у виконанні функцій із менеджерського блоку (створювати графіки роботи, придумувати системи контролю за виконанням роботи підлеглими, постійно розширювати фірму, забезпечувати її ріст і т.д.). Тобто, підвищена інтенсивність професійної само-ефективності у підприємницькій сфері діяльності поширюється і на суміжні сфери, зокрема, на менеджмент. Випускники, більшою мірою, ніж студенти другого курсу, відчують свою само-ефективність в будь-яких функціях, пов’язаних з організацією та функціонуванням фірми, бо розуміють, що на момент відкриття “власної справи” та для її стабілізації їм потрібно виконувати багато “чужих” функцій, не обмежуючись функціями інновації. Так, індекс менеджерської само-ефективності другокурсників – 6,04, п’ятикурсників – 7,18. На основі високих показників вважаємо збільшення показника “узагальненості” професійної само-ефективності в процесі професійної підготовки майбутніх підприємців достатнім. На користь цього висновку свідчить і те, що серед вибірки студентів п’ятого

року навчання не виявлено жодної особи, яка б вважала себе неспроможною виконувати функції із менеджерського блоку при веденні власної справи, тоді як серед другокурсників відмічаємо 11,8% даних осіб.

Таким чином, такі показники професійної само-ефективності як “сила” (інтенсивність) і “узагальненість” виявилися значно вищими у студентів, які навчаються на п’ятому курсі, по відношенню до студентів другого року навчання. Випускники, більшою мірою, відчують себе компетентними у виконанні не лише своїх, а й “чужих” професійних функцій, зокрема функцій із менеджерського блоку. Водночас серед п’ятикурсників залишається 15,7% студентів, які не впевнені у своїй спроможності ефективно виконувати саме підприємницькі функції. У зв’язку з цим в розрізі проблеми дослідження впливає необхідність пошуку форм роботи зі студентами з метою підвищення показника “сили” (інтенсивності) професійної само-ефективності, їх впевненості у своїй спроможності успішно виконувати функції суб’єктів підприємництва, оскільки в процесі професійної підготовки не відбувається даного становлення достатньою мірою.

Проведений аналіз сукупності потенційних підприємців за параметрами професійного “Я” дозволив зробити певні висновки і щодо смислових структур сприймання підприємницької спільноти, які складають зміст професійних ауто-стереотипів майбутніх підприємців. Для дослідження змісту професійних стереотипів підприємців нами була розроблена спеціальна оцінна матриця, яка призначена для виявлення базових смислових структур, що лежать в основі уявлень майбутніх фахівців про підприємницьку діяльність, та реконструює їх суб’єктивні уявлення, суб’єктивні оцінки, самооцінки, переваги, установки по відношенню до неї.

В якості елементів матриці було запропоновано рольові моделі підприємницької діяльності, що різняться між собою за віком, продуктивністю, успішністю, досвідом роботи. Це:

- типовий вітчизняний підприємець;
- підприємець-початківець;
- успішний підприємець;
- підприємець-невдаха;
- ідеальний підприємець;
- я сам (зараз);
- я сам через 5 років.

В якості конструктів при рангуванні використовувались полярні діади, що відповідають параметрам суб’єктності-безсуб’єктності особистості, точніше її поведінковим характеристикам. Параметр само-ефективності представлений трьома конструктами у відповідності з поведінковими критеріями само-ефективності: характер ініціації діяльності, кількість необхідних зусиль для оволодіння ситуацією та реакція на труднощі і невдачі в процесі здійснення діяльності. Крім цього, конструкти містять такі параметри суб’єктності, як мотивація досягнення, інтернальний локус контролю, тенденція до інновацій,

тенденція до індивідуалізму на протигагу груповій тенденції, схильність до ризику, етичні параметри.

Таким чином, в якості конструктів нами було виділено такі полярні поведінкові характеристики особистості:

- схильний до ризику – обережний, діє напевно;
- прагне до змін – прагне до стабільності;
- постійно ставить високі цілі – обмежується вже досягнутим;
- веде за собою команду – діє наодинці;
- в бізнесі робить ставку на моральність – вважає бізнес етично нейтральним;
- впевнений у своїй спроможності впливати на події – покладається на долю і випадок;
- намагається долати перешкоди – уникає труднощів;
- наполегливий до кінця – вчасно відступає;
- невдачі надихають – невдачі деморалізують;
- завжди готовий приступити до роботи – довго роздумує перед тим, як почати роботу.

Студентам необхідно було оцінити задані елементи матриці по конструктах за допомогою 7-ми бальної шкали (від 1 до 7).

Так, за результатами дослідження у переважній більшості потенційних підприємців усієї досліджуваної вибірки (у 79,7% випадків) конструкт моральності визначається елементами “підприємець-невдаха” або “типовий підприємець”, які при оцінюванні конструктом “в бізнесі робить ставку на моральність” набирали найвищі бали (6-7). Водночас конструкт моральності не пов’язаний ні з образом “Я”, ні з образом успішного підприємця, оскільки визначається найнижчими оцінками (від 1 до 3). Це дозволяє нам прийти до висновку, що у смисловій структурі майбутніх підприємців сприймання власної професійної спільноти через включення категорій морального вибору у підприємницьку діяльність ототожнюється з невдачею, неефективністю. У майбутньому така ситуація, на нашу думку, може призвести до проблеми зневажання моральними нормами і цінностями заради свого особистого збагачення, коли загальнолюдські цінності перейдуть від норм традиційної моралі до акцентування на раціональну реалізацію приватного інтересу. У зв’язку з цим впливає необхідність пошуку форм роботи з підвищення рівня усвідомлення майбутніми спеціалістами значущості етичного ведення власного бізнесу, що лежить в основі успішності діяльності суб’єктів підприємництва.

Конструкт ризику та інноваційності співпадає з елементом “Я в майбутньому”, а протилежні характеристики “обережності та стабільності” – з елементом “починаючий підприємець”. Конструкт “досягнення й контролю” вбачається в елементах “реальне”, “майбутнє Я”, а також “досвідчений підприємець”. Таким чином, ефективність та успішність ототожнюються у смисловій структурі професійної самосвідомості потенційних підприємців насамперед з “раціональними” смисловими характеристиками досвіду – із

наявністю певних знань, умінь і навичок у роботі. Образи “Я в майбутньому” та “ідеальний підприємець” визначаються, здебільшого, поняттями досягнення, наполегливості, цілеспрямованості в досягненні саме раціональних, а не етичних цілей та відносної стабільності.

Результати дослідження демонструють також певну динаміку семантичних структур Я-образу при переході на вищий курс навчання. Зокрема, для 61,7% другокурсників “професійне Я” ще не диференційоване на минуле, теперішнє і майбутнє – воно сприймається як цілісність у взаємозв’язку з ідеалом. Сприймання потенційної професійної сукупності та свого місця в ній здійснюється у даної групи студентів дещо на рівні фантазій щодо майбутніх досягнень. Для 22,1% студентів другого курсу не є актуальними ризик та інноваційність реальної професійної діяльності, тоді як вже 80% п’ятикурсників “Я теперішнє” та “Я через 5 років” визначають саме конструктами “інновації” та “ризик”.

Друга різниця між професійними стереотипами студентів другого і п’ятого курсів полягає у різному змістовному наповненні образу успішного підприємця. Якщо для другокурсників успішний підприємець визначається у 67,7% випадків такими характеристиками, як “уникає труднощів”, “покладається на долю”, то для 70% випускників даний образ містить протилежні характеристики – досягнення, інтернальність, наполегливість та адекватне реагування на невдачі. Дані ауто-стереотипні уявлення майбутніх фахівців щодо сутності підприємницької діяльності, формуються, на нашу думку, поступово, саме в процесі професійної підготовки. Особливу роль при цьому відіграють виробничі практики та практичні заняття, які спрямовані на вирішення проблем, що виникають в процесі діяльності суб’єктів підприємництва.

Таким чином, результати дослідження демонструють високу самооцінку і прийняття власного “Я” у всієї сукупності майбутніх підприємців. Однак, важливим показником такого роду самоцінності “Я” є виведення його з етично забарвленого смислового спрямування в етично нейтральне. Відмічаємо тенденцію подолання етично забарвленого сприймання власного професійного середовища та свого місця в ньому, спробу виведення проблем морального вибору за межі суто раціонального ведення бізнесу у всієї сукупності потенційних підприємців. Звідси випливає необхідність у процесі професійної підготовки майбутніх підприємців пошуку шляхів надання етично забарвленого смислового спрямування їх майбутньої діяльності та підвищення показника “сили” (інтенсивності) професійної само-ефективності майбутніх фахівців, їх рівня впевненості у своїй спроможності успішно виконувати функції суб’єктів підприємницької діяльності. На нашу думку, цього можливо досягти завдяки впровадженню у навчально-виховний процес підготовки майбутніх підприємців активних методів навчання, зокрема, дискусій, ділових, організаційно-діяльнісних ігор, а також різноманітних видів робіт з аналізу, конструювання, обговорення та програвання реальних ситуацій, вилучених з підприємницької практики.

На основі одержаних даних та виходячи зі структури когнітивного компоненту особистісно-професійної суб'єктності, ми розробили критерії рівнів Я-образу як системоутворюючої ознаки індивідуального функціонування майбутніх фахівців у сфері підприємництва:

- особливості прояву загальної і соціальної само-ефективності та показників локалізації суб'єктивного контролю (психологічне “Я”);
- співвідношення індивідуалістичних та колективістичних конструктів у самосвідомості майбутніх підприємців (соціальне “Я”);
- особливості прояву показників професійної само-ефективності (інтенсивності і узагальненості) та професійних ауто-стереотипних уявлень потенційних підприємців щодо власної професійної діяльності (професійне “Я”).

За визначеними критеріями виділено три рівні системоутворюючої основи індивідуального функціонування Я-образу майбутніх підприємців у підприємстві (низький, середній, високий).

На низькому рівні розвитку змістових характеристик Я-образу знаходяться студенти з низькими індексами загальної та соціальної само-ефективності, з екстернальним спрямуванням локалізації суб'єктивного контролю у різних сферах життєдіяльності, з чітко вираженими колективістичними тенденціями у поведінці на протигагу індивідуалістичним. Показники професійної само-ефективності – “сила” і “узагальненість” – сягають низьких значень, а професійне “Я” не диференційоване на минуле, теперішнє і майбутнє. Ауто-стереотипні уявлення щодо власної професійної діяльності не співвідносяться з ризиком та інноваційністю, і, що важливо, виведені з етично забарвленого смислового спрямування в етично нейтральне.

Середній рівень характеризується середніми показниками рівня само-ефективності – загальної і соціальної, змішаними показниками локалізації суб'єктивного контролю у різних сферах життєдіяльності, незначною перевагою індивідуалістичних конструктів над колективістичними у самосвідомості майбутніх підприємців, чи навпаки, а також середніми індексами “сили” і “узагальненості” професійного “Я”. Конструкт “моральності” не усвідомлюється даною групою студентів як один із провідних у підприємницькій практиці.

До групи з високим рівнем функціонально-смилових характеристик Я-образу майбутніх підприємців увійшли студенти з високим рівнем розвитку особистісної само-ефективності, локалізація суб'єктивного контролю яких визначається інтернальними спрямуванням. У структурі соціального “Я” даної групи студентів переважають індивідуалістичні конструкти над колективістичними, та показники професійного Я – “сила”, “узагальненість” – досягають високих значень. Ауто-стереотипні уявлення щодо свого “Я в майбутньому” визначаються поняттями досягнення, інтернальності, наполегливості, адекватними реагуванням на невдачі, помірним ризиком в досягненні раціонально-етичних цілей.

Кількісний розподіл студентів обох курсів за визначеними рівнями представлено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Рівні розвитку функціонально-смыслових характеристик Я-образу майбутніх підприємців у професійної підготовки

N = 138

Рівні	II курс		V курс	
	абс. к-ть	%	абс. к-ть	%
Низький	25	36,8	16	22,9
Середній	29	42,6	29	41,4
Високий	14	20,6	25	35,7

Як видно з табл.2.10 за три роки навчання у вищому навчальному закладі відбуваються певні позитивні зміни у розвитку функціонально-смыслових характеристик Я-образу майбутніх підприємців. Про це свідчать як кількісні показники, так і якісний аналіз відповідей студентів. Однак їх не можна вважати задовільними, оскільки 22,9% випускників залишаються на низькому рівні розвитку даного показника успішності професійної підготовки. І хоча ми цілком свідомі того, що ці дані мають певну відносність, оскільки не завжди ті чи інші критерії співпадали за рівнями і в такому випадку ми відносили студента до певної групи за переважаючою кількістю критеріїв, однак можливі похибки в декілька відсотків суттєво не впливають на загальну картину та висновок про необхідність цілеспрямованої роботи з розвитку функціонально-смыслових характеристик Я-образу особистості майбутніх підприємців як системоутворюючої основи їх індивідуального функціонування у підприємницькій сфері діяльності.

2.2.2. Дослідження мотиваційного компонента особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців

На другому етапі дослідження ми ставили своїм завданням здійснити аналіз індивідуальної моделі економічної поведінки майбутніх підприємців, що наповнює певним змістом їхню систему мотивації досягнення та визначається уявленнями про цілі-символи (критерії) успіху в підприємстві. З огляду на це важливою є проблема виявлення рівня мотивації досягнення потенційних підприємців та вивчення їх уявлень про цілі-символи досягнення успіху у співвідношенні зі способами досягнення цих цілей.

З метою вивчення характеру мотивації досягнення майбутніх підприємців було використано методику з визначення мотивації успіху і страху невдачі А. Реана [122]. Методика являє собою 20 тверджень, кожне з яких мало бути або спростоване досліджуванним або підтверджено. За кількістю набраних балів визначався характер мотивації досягнення особистості.

Аналіз результатів вимірювання мотивації досягнення майбутніх підприємців показав, що для обох досліджуваних груп студентів є чітко виражені індекси мотивації досягнення та мотивації досягнення успіху, значно менш вираженим є індекс мотивації уникнення невдачі. Група студентів з високим рівнем мотивації досягнення серед всієї сукупності потенційних підприємців є найбільшою – 39,9%, що спостерігаємо як серед студентів другого курсу (36,8%), так і серед студентів п'ятого (42,9%). Меншою по кількості є категорія студентів, рівень мотивації досягнення яких виявився низьким – 25,5% (32,4% і 18,6% відповідно). Досліджуваних з середнім рівнем мотивації досягнення з переважанням мотиву уникнення невдачі виявлено 12,9%, а з середнім рівнем мотивації досягнення з переважанням мотиву прагнення успіху – 21,7%. У сукупності (середній з перевагою уникнення невдачі та низький рівень мотиву) 38,4% студентів відрізняються перевагою мотиву уникнення невдачі, а 61,6% студентів – перевагою мотиву прагнення успіху.

Як свідчать дані табл. 2.11, у процесі професійної підготовки співвідношення між рівнями мотивації досягнення студентів другого і п'ятого курсів суттєво змінюється: серед випускників, якщо порівнювати їх з вибіркою другокурсників, відмічаємо різке зменшення кількості осіб з низьким рівнем розвитку мотивації досягнення (з 32,4% до 18,6%) та незначне зростання високого (з 36,8% до 42,9%). Водночас зазначаємо і той факт, що серед випускників зростає кількість студентів (17,1% осіб) з середнім рівнем мотивації досягнення з перевагою мотиву уникнення невдач (на другому курсі відмічаємо 8,8% таких студентів).

Таблиця 2.11

Рівнева характеристика мотивації досягнення майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки

N = 138

Рівні мотивації досягнення	2 курс		5 курс	
	Абс. к-ть	%	Абс. к-ть	%
Низький	22	32,4	13	18,6
Середній з перевагою мотиву уникнення невдач	6	8,8	12	17,1
Середній з перевагою мотиву прагнення успіху	15	22,0	15	21,4
Високий	25	36,8	30	42,9

Отримані дані дозволяють зробити висновок, що за три роки навчання в університеті відбуваються певні позитивні зміни в розвитку показників мотивації досягнення, про що свідчить загальна тенденція їх зростання. Однак їх не можна вважати задовільними, оскільки 18,6% студентів п'ятого курсу залишаються на низькому рівні розвитку даної характеристики та 35,7% випускників

характеризуються перевагою мотиву уникнення невдачі. З огляду на це можна стверджувати, що власне сам процес професійної підготовки не спонукає достатньою мірою майбутніх підприємців до спрямованості на зовнішнє самоствердження, до “прагнення особистості до завоювання схвалення й визнання з боку оточуючих” [100]. У зв’язку з цим впливає необхідність пошуку форм роботи з метою підвищення рівня мотивації досягнення майбутніх підприємців.

Виявлена у структурі мотивації досягнення перевага мотиву прагнення успіху у переважній більшості потенційних підприємців лише констатує сам факт і, звичайно, вимагає вивчення їх професійних намірів, результати чого ми вважали важливими для подальшого дослідження особливостей розвитку мотиваційного та поведінкового компонентів суб’єктності. Для реалізації поставлених завдань студенти мали дати відповідь на питання щодо подальшого свого працевлаштування.

Що стосується професійних планів на майбутнє студентів обох курсів, то перші позиції займають бажання мати свою фірму, відкривши при цьому власну справу. Привертає увагу той факт, що для випускників (частина з яких вже працює і має реальнішу точку зору на можливість працевлаштування) перелік бажаних професійних ролей набагато обмеженіший і реалістичніший. П’ятикурсники здебільшого вбачають свою спроможність у відкритті ресторанного та готельного бізнесу, складів оптово-роздрібною торгівлі, центрів, що надають комп’ютерні та авто-сервісні послуги, у розширенні сфери дії мережного маркетингу з продажу певного виду продукції тощо. Другокурсники ж, на нашу думку, показали вищий рівень досягнення, адже їх наміри виявилися значно цікавішими. Так, для прикладу наведемо деякі з відповідей студентів: “планую відкрити лінію одягу для домашніх тварин”, “займуся впровадженням нового виду стільникового та супутникового зв’язку”, “відкрию Інститут дозвілля людей старечого віку”, “впроваджу мережу магазинів елітного Second Hand” та ін.

Зустрічаються відповіді, як серед студентів другого курсу (у 17,7% випадків), так і серед студентів п’ятого (у 11,4% випадків), які свідчать про наявність випадкового вступу до даного навчального закладу, інфантильність життєвих позицій та цинізм щодо майбутніх планів. Наприклад: “не замислювався над своїм подальшим працевлаштуванням, сподіваюся на допомогу батьків”, “планую виїхати за кордон, адже в нашій країні “нормально” жити нереально”, “спочатку треба мати на руках диплом спеціаліста, а там життя і покаже, наперед загадувати – це безглуздо” та ін.

Окрім того, 22,0% другокурсників та 25,7% випускників вбачають себе у майбутньому директорами фірм, начальниками відділів, керівниками солідних організацій. Цю точку зору, на нашу думку, висловили переважно студенти з низьким рівнем розвитку самоаналізу та самоусвідомлення або ж розмитою, недиференційованою сферою мотиваційних спонукань до підприємницької діяльності, що можна пояснити, як правило, двома чинниками: або студентами на

теоретичному рівні не усвідомлюється різниця між професійною роллю підприємця та менеджера, або ж у випадку негативного досвіду відкриття власної справи вони самостійно прийшли до висновку, що неспроможні до ефективного виконання підприємницьких функцій.

Аналіз проведеної бесіди з даною групою студентів щодо розведення понять “підприємець” і “менеджер” показав загалом відсутність у їх знаннях різниці між цими професійними ролями як на науковому рівні, так і на рівні інтуїтивно-побутового сприймання. У жодному висловлюванні ми не відчували чіткої усвідомленої різниці між функціями суб’єктів підприємницької діяльності та функціями менеджерів, що наштовхує на висновок про необхідність цілеспрямованої теоретичної підготовки з цієї проблеми.

Як уже зазначалося, важливою методологічною засадою успішної професійної підготовки майбутніх підприємців виступає індивідуальна модель економічного успіху як життєвий сценарій економічної поведінки потенційних підприємців, що наповнює певним змістом їх систему мотивації досягнення та визначається їх уявленням про цілі-символи (критерії) успіху. Для виділення основних компонентів сприймання майбутніми фахівцями мотивів-цілей досягнення успіху у підприємстві, ми запропонували студентам прорангувати елементи розробленої нами оцінної матриці за відповідністю з конструктом, починаючи з тих, які найбільше відповідають заданій його характеристиці, і, закінчуючи тими, які відповідають найменше. Рангування відбувалося по мірі убавання відповідності елемента з конструктом (від 1 до 6).

В якості конструктів матриці виступили координати “йде до успіху як Я – йде до успіху інакше” та “ідеал – анти-ідеал підприємця”. В якості елементів матриці визначено рольові моделі етико-економічної поведінки поведінки, що відрізняються один від одного суб’єктивними цілями (мотивами) успіху. Це:

- підприємець, що прагне слави;
- підприємець, що має свій бізнес заради престижу;
- підприємець, що працює заради матеріального збагачення;
- підприємець, що має власну справу, щоб керувати людьми;
- підприємець, що відкрив власну справу, щоб ні від кого не залежати;
- підприємець, що йде в бізнес, щоб реалізовувати свої ідеї, бути самим собою.

Кількісний розподіл студентів 2 і 5 курсів навчання за сферою мотиваційних спонукань до підприємницької діяльності представлено у табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Мотиваційні спонукання до підприємницької діяльності
потенційних підприємців

N = 138

Превалюючі мотиви -цілі	К-ть студентів 2 курсу		К-ть студентів 5 курсу	
	Абс. ранг	%	Абс. ранг	%

Матеріальний достаток	1	27,9	1	31,4
Влада	1	29,4	2	28,6
Престиж	3	20,6	3	21,4
Слава	4	17,7	4	14,3
Незалежність	5	2,9	5	-
Самореалізація	6	-	6	-

З табл. 2.12 бачимо, що для переважної більшості потенційних підприємців обох вікових сукупностей образ “Я” та образ “ідеального підприємця” практично співпадають і визначаються переважно мотивами матеріального достатку (ранг 1), влади (ранг 2), престижу (ранг 3), слави (ранг 4).

Стосовно мотивації потенційних підприємців, дані табл. 2.12 вказують на те, що 31,4% опитаних випускників і 27,9% другокурсників здебільшого керуються намірами за рахунок участі в підприємстві поліпшити власне матеріальне становище. Неочікувано великий відсоток набрав мотив влади, впливу, який 29,4% студентів другого курсу обрали в якості найбільш значущого у власному виборі діяльності підприємця. Як бачимо, зовсім не співвідносяться з образом “Я” мотиви незалежності та самореалізації. Якщо серед 68 студентів другого курсу 2 особи і назвали мотив незалежності головним при власному виборі підприємницької діяльності, то серед випускників не виявлено жодної особи, яку б при виборі даної професії приваблювала “можливість діяти самостійно”, “можливість проявити свої здібності і займатися цікавою справою”. Цей факт має нас насторожити, оскільки мотиви незалежності та самостійності лежать в основі формування мотивації досягнення. Однак для діяльності “ідеального підприємця” частина студентів (11,8% другокурсників і 21,4% випускників) констатують найбільшу спонукальну силу мотивів, пов’язаних із прагненням до особистої незалежності і бажанням реалізувати свої професійні здібності.

Таким чином, діяльність “ідеального підприємця” студенти співвідносять з мотивами самореалізації, творчості, незалежності, а у своїй власній діяльності вони спрямовані, насамперед, на матеріально-забезпечене життя та владу. Це дає можливість констатувати, що під впливом зовнішніх факторів – складної деструктивної соціально-економічної ситуації, переважання індивідуалістичної ідеології, низького рівня добробуту більшої частини населення України – сучасна молодь свідомо відмежовує професійне самовизначення від особистісного.

Отже, результати дослідження показали, що підприємницька діяльність має полімотивований характер, оскільки в суб’єктивній моделі успіху майбутніх підприємців в результаті якісного аналізу даних не виділено якогось одного, найбільш суттєвого мотиву діяльності. Образу “Я” в структурі свідомості потенційних підприємців відповідають так звані “первинні” і

“вторинні” мотиви трудової діяльності. Як зазначалося в концептуальній схемі дослідження, перша та друга фази розвитку трудової мотивації характеризуються переважанням так званих зовнішніх мотивів підприємницької діяльності. Первинні або “наївні”, за термінологією А.А. Агеєва, мотиви престижу, слави та тріумфу входять в образ “Я” підприємців, але займають в смисловій структурі моделі успіху майбутніх підприємців другорядне положення (ранги 3-4). Основні позиції в мотиваційній системі займають вторинні мотиви, що відповідають другій фазі розвитку трудової мотивації – мотиви самоствердження (влади, впливу) та матеріального достатку (ранги – 1-2). Що стосується третьої фази розвитку трудової мотивації, то мотиви самореалізації, творчості і незалежності не відповідають образу “Я” у майбутніх підприємців і, відповідно, займають останні позиції при рангуванні, хоча співвідносяться з діяльністю “ідеального підприємця”.

Узагальнення одержаних даних та кількісне визначення рівнів сформованості мотивації досягнення майбутніх підприємців показало досить високий наявний рівень мотивації досягнення студентів у цілому. Проте 18,6% випускників залишаються на низькому рівні розвитку мотивації досягнення та 35,7% характеризуються перевагою мотиву уникнення невдачі. Звідси впливає необхідність пошуку форм роботи з метою підвищення рівня цього психологічного утворення у навчальній діяльності потенційних підприємців. Отримані дані щодо уявлень студентів про цілі-символи успіху дозволяють зробити загальний висновок, що на перших етапах професіоналізації майбутніх підприємців переважає так звана зовнішня трудова мотивація. З однієї сторони, це твердження повністю співпадає з висновками зарубіжних дослідників, які відмічають, що на перших етапах діяльності у бізнесі основним мотивом і цінністю є гроші, які пізніше поступаються іншим символам успіху [100]. Проте, з іншої сторони, результати показують, що мотиваційна структура діяльності майбутніх підприємців характеризується різноманітністю своїх проявів. Вона являє собою розмаїту мотиваційну систему, що включає до свого складу ієрархію різноманітних мотивів-цілей прагнення до успіху. Цілеспрямованої роботи зі студентами вимагає, на нашу думку, актуалізація мотивів самореалізації і незалежності як таких, що лежать в основі успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

2.2.3. Вивчення поведінкового компонента особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців

На третьому етапі дослідження ми ставили своїм завданням здійснити аналіз індивідуальної моделі економічної поведінки, що визначається уявленнями майбутніх підприємців про способи досягнення успіху у професійній сфері діяльності. Аналіз смислових структур, що лежать в

основі уявлень потенційних підприємців щодо способів досягнення економічного успіху, здійснювався шляхом виявлення характеру співвідношення “Я” з характеристиками етико-економічних стилів професійної діяльності. За основні стилі економічної поведінки ми обрали виділені Е. Фроммом [153] п’ять етико-економічних орієнтацій особистості – “рецептивна”, “експлуатуюча”, “накопичуюча”, “ринкова” та “функціональна” (або “орієнтація послуги”). Кожний стиль поведінки визначається рядом характеристик, що проявляються при взаємодії суб’єкта з іншими людьми та власністю в процесі діяльності.

На даному підґрунті було розроблено оцінну матрицю, в якій за конструкти було обрано характеристики основних стилів етико-економічної поведінки. Це: “поступливий”, “скромний”, “чутливий”, “відповідальний”, “оптиміст”, “самовпевнений”, “ініціативний”, “гордий”, “імпульсивний”, “терплячий”, “уважний”, “відданий”, “стриманий”, “охайний”, “передбачливий”, “обережний”, “наполегливий”, “врівноважений”, “економний”, “вільнодумачий”, “допитливий”, “кмітливий”, “комунікабельний”, “недогматичний”, “інноваційний”, “самодостатній”, “конкурентоспроможний”, “раціональний”, “ні з ним себе не порівнює”. Додатково для уточнення місця власного образу “Я” в просторі моделей етико-економічної поведінки в оцінну матрицю був введений конструкт “такий же як Я”.

Студентам необхідно було оцінити елемент матриці “успішний підприємець” по виділених конструктах за 7-ми бальною шкалою (від 1 до 7). Якщо студент оцінював образ успішного підприємця певним конструктом балом від 5 до 7, то ми вважали, що характеристика, яка відповідає даному конструкту, входить до складу відповідного стилю етико-економічної діяльності. Такий підхід дозволив нам зробити кількісний розподіл характеристик економічної поведінки в сукупній моделі способу досягнення успіху у вибірці потенційних підприємців другого і п’ятого курсів, який представлено у табл. 2.13.

В структуру “Я” п’ятикурсників, як бачимо з табл. 2.13, переважно входять характеристики “накопичуючого” (ранг 1) і “функціонального” (ранг 2) стилів професійної діяльності, тоді як у другокурсників в сукупну модель діяльності досягнення успіху в підприємстві входять здебільшого характеристики “накопичуючого” (ранг 1) у поєднанні з “ринковим” стилем (ранг 2). У вибірці ж п’ятикурсників “ринкові” характеристики займають останнє місце в ієрархії стилів етико-економічної поведінки.

<i>Таблиця 2.13</i>				
Розподіл характеристик стилів економічної поведінки у сукупній моделі способу досягнення успіху у вибірці потенційних підприємців				
N = 138				

Стилі економічної поведінки	% характеристик стилю в образі "Я" 2-курсників	Ранг стилю в сукупному образі переважаючого способу досягнення успіху	% характеристик стилю в образі "Я" 5-курсників	Ранг стилю в сукупному образі переважаючого способу досягнення успіху
"рецептивний"	19,1	3	12,8	4
"експлуатуючий"	8,8	5	20,0	3
"накопичуючий"	41,2	1	37,1	1
"ринковий"	23,5	2	10,0	5
"функціональний"	14,7	4	24,3	2

Суттєвою також є відмінність між студентами другого і п'ятого курсів по характеристиці "експлуатуючого" стилю: для потенційних підприємців випускного курсу дані характеристики займають ранг "3", тоді як у другокурсників вони займають в ієрархії останнє місце. Таким чином, образ "успішного Я" носить функціонально-накопичуючий характер з елементами експлуатуючого у п'ятикурсників і ринково-накопичуючого – у другокурсників. Поєднання характеристик двох стилів підтверджує думку, що жоден із стилів діяльності, що входить в модель успіху, не може розглядатися ізольовано від решти стилів, оскільки в реальності не існує так званих "чистих" типів або стилів поведінки.

У трактуванні Е.Фромма, будь-який соціально-психологічний стиль діяльності включає два змістовних компоненти – соціально-психологічні характеристики і переважаючий спосіб одержання матеріальних засобів. Перевага у поведінці потенційних підприємців характеристик "накопичуючого" стилю, за Е.Фроммом, говорить про їх психологічну відчуженість від соціального оточення, про ізольованість їх власного "Я" від інших людей, з однієї сторони, та прагнення акумулювати матеріальні засоби за рахунок їх накопичення, збереження, економії, з іншої.

Виявлена схожість суб'єктивних моделей успіху другокурсників і п'ятикурсників обмежується лише однаковим рангом (1) характеристик "накопичуючого" стилю діяльності. Однак, змістовний аналіз даного стилю діяльності показує суттєві якісні відмінності в характеристиках, що співвідносяться з образом "Я".

З табл. 2.14 бачимо, що у п'ятикурсників в образі "успішного Я" переважають характеристики "обережного, наполегливого, врівноваженого, терплячого, стриманого та економного" накопичувача (коефіцієнти кореляції конструктору "такий же як Я" з характеристиками даного стилю 0.918, 0.864, 0.780, 0.760, 0.743, 0.631 відповідно), а у вибірці другокурсників переважають характеристики "відданого виконавця" (терплячий, уважний, відданий, стриманий, передбачуваний, обережний з коефіцієнтами кореляції 0.842, 0.761, 0.705, 0.685, 0.

555, 0.550 відповідно). “Накопичуючі” характеристики випускників, як бачимо, демонструють перевагу “раціонального” стилю діяльності, що забезпечує прибуток і веде до успіху, а для другокурсників серед характеристик “накопичуючого” стилю підкреслюється важливість уважності, охайності, передбачуваності, відданості.

Значні відмінності між студентами другого і п’ятого курсів вбачаємо у прояві в образі “Я” характеристик “обмінюючого” стилю. “Обмінюючий” стиль у трактуванні Е.Фромма реалізується у відчуженості від людей при зовнішній комунікабельності та спілкуваності. Контакти з людьми носять поверхневий характер, оскільки “Я” ізольоване від інших “Я”. Однак, даний тип поведінки потребує постійних контактів з іншими, постійної включеності у ринкові стосунки, де товаром є власна особистість. Така людина намагається дорожче “продати” себе, своє “Я”, обміняти свої особисті переваги та привабливу зовнішність на матеріальні цінності і статус.

Таблиця 2.14

Результати змістовного аналізу стилів економічної поведінки
потенційних підприємців

Хар-ки стилів, що мають місце в сукупному образі “Я” 2-курсників	Коеф. кореляції конструкту “такий же як Я” з хар-ми стилів	Хар-ки стилів, що мають місце в сукупному образі “Я” 5-курсників	Коеф. кореляції конструкту “такий же як Я” з хар-ми стилів
“рецептивний” : поступливий скромний відповідальний	0.826 0.630 0.517	чутливий оптиміст	0.838 0.767
“експлуатуючий”: самовпевнений	0.664	ініціативний гордий самовпевнений імпульсивний	0.890 0.856 0.774 0.684
“накопичуючий” : терплячий уважний відданий стриманий передбачуваний обережний	0.842 0.761 0.705 0.685 0.555 0.550	обережний наполегливий врівноважений терплячий стриманий економний	0.918 0.864 0.780 0.760 0.743 0.631
“ринковий”: вільнодумачий допитливий кмітливий комунікабельний недогматичний	0.825 0.762 0.727 0.683 0.523	толерантний інноваційний	0.853 0.712
“функціональний” : самодостатній	0.697 0.552	не схожий на інших раціональний незалежний	0.836 0.826 0.774

конкурентоспроможний		не порівнює себе з ін.	0.741
----------------------	--	------------------------	-------

З табл. 2.14 бачимо, що для другокурсників є характерний саме “обмінюючий” стиль етико-економічної поведінки, оскільки характеристики даного стилю займають більш високу позицію у порівнянні з п’ятикурсниками (ранг 2 у вибірці другокурсників і останнє місце у вибірці випускників). Окрім того, даний стиль представлений в образі “Я” другокурсників набагато ширше, та серед його характеристик переважають переважно “когнітивні” характеристики – вільнодумачий, допитливий, кмітливий, комунікабельний, не догматичний (коефіцієнти кореляції конструктору “такий же як Я” з даними характеристиками 0.825, 0.762, 0.727, 0.683, 0.523 відповідно), тоді як у п’ятикурсників даний тип поведінки представлений лише двома характеристиками – толерантності та інноваційності (коефіцієнти кореляції 0.853, 0.712 відповідно).

Щодо “функціональних” характеристик, то відмічаємо також певні відмінності в образах “успішного Я” потенційних підприємців другого і п’ятого курсів. Стиль “послуги” або “функціональний” стиль передбачає не стільки обмін товарами, в якості якого може бути використана і власна особистість, скільки обмін функціями, послугами. Особистість сприймає власне “Я” як спроможне до незалежної, самостійної діяльності по виробництву якісних, кваліфікованих послуг, в обмін на які можуть бути одержані необхідні послуги, що здійснюються іншими людьми. Інші люди сприймаються з позицій їх “корисності” для себе щодо виробництва необхідних послуг. Власне “Я” не порівнюється з іншими “Я”, особистість самостійно встановлює собі необхідні життєві цілі. Успіх сприймається, насамперед, як якісне наповнення власної діяльності, в обмін на яку можна отримати все необхідне, в тому числі і матеріальні засоби.

П’ятикурсники більш широко прагнуть реалізувати в своїй діяльності “функціональний” стиль, характеристики якого займають друге місце в ієрархії стилів діяльності (у другокурсників – четверте), демонструючи при цьому унікальність, незалежність свого “Я”, уникнення оцінних суджень чужої діяльності, прагнення лише до раціональних цілей (коефіцієнти кореляції конструктору “такий же як Я” з характеристики даного стилю, що мають місце в сукупному образі “Я” п’ятикурсників, не схожий на інших, раціональний, незалежний, не порівнює себе з іншими 0.836, 0.86, 0.774, 0.741 відповідно). Другокурсники, здебільшого, реалізують у своїй діяльності лише такі характеристики “функціонального” стилю, як самодостатність та конкурентоспроможність, що означає прагнення досягти успіху, бути не гіршим за іншим, а можливо і першим (коефіцієнти кореляції конструктору “такий же як я” з даними характеристиками 0.697 і 0.552 відповідно).

Таким чином, особливості вираженості у майбутніх підприємців схильності до певного стилю економічної поведінки свідчать про те, що превалюючим стилем діяльності для 70,0 % випускників є функціонально-накопичуючий з елементами експлуатуючого, а для 52,9 % другокурсників –

ринково-накопичуючий тип поведінки. Однак, виявлена схожість суб'єктивних моделей успіху другокурсників і п'ятикурсників обмежується лише однаковим рангом (1) характеристик “накопичуючого” стилю діяльності. Змістовний аналіз стилів через коефіцієнти кореляції конструкту “такий же як Я” з характеристиками кожного із стилів етико-економічної поведінки, що оцінювалися майбутніми підприємцями в якості превалюючих, показав, що для випускників характерним є прагнення досягти успіху за рахунок раціональності, кваліфікованості професійної діяльності, економії засобів і якості здійснюваних послуг. Вони не байдужі, а толерантні до всіх людей однаково, відчувають взаємну необхідність, проте стосунки з ними будують на функціональній основі, за принципом “корисності”. На нашу думку, таке поєднання стилів, і відповідно, характеристик, які їх визначають, є оптимальним для підприємницької практики, і, певною мірою, визначатиме у майбутньому успішність сьогоденних студентів в якості суб'єктів господарювання. Для другокурсників більш характерним є прагнення досягти успіху за рахунок добрих виконавських якостей та вміння правильно будувати стосунки з людьми, вміння підносити себе, тобто переважно за рахунок особистісних, а не суто професійних якостей, що, певною мірою, в майбутньому може характеризувати їх як “гарних виконавців”, а не успішних підприємців.

Загальний висновок дозволяє констатувати факт, що власне процес професійної підготовки призводить до підвищення усвідомлення майбутніми підприємцями значущості професійних якостей (раціональності та кваліфікованості) у діяльності суб'єктів успішного підприємництва. Однак, залишається 11,4 % випускників університету, які сприймають себе в якості “об'єкта” економічної діяльності, свідомо обирають позицію не особистого, а повноважного контролю, виконуючи при цьому роль залежного виконавця і передаючи економічний контроль “компетентним іншим”. При цьому стосунки з людьми вони будують не за принципом функціональності, а на емоційній основі, що в майбутньому при насиченості справ підприємця може призвести до синдрому “емоційного вигорання” або ж до ситуації “гарного виконавця”, і аж ніяк не до успішності у сфері підприємництва. З іншої сторони, коли майбутні підприємці схильні оцінювати себе лише в координатах професійної компетентності і орієнтуються лише на власну користь, підприємницька діяльність може носити характер етичного “нейтралітету” і мати прагматичне забарвлення. На нашу думку, в процесі професійної підготовки майбутніх підприємців цілеспрямованої роботи вимагає усвідомлення ними факту, що індивідуальна вигода є функцією не однієї, а, як мінімум, двох змінних – корисності для себе та корисності для інших, що, певною мірою, визначатиме спрямованість майбутнього фахівця на діяльність в етично “зарядженому” просторі.

2.2.4. Рівні становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців

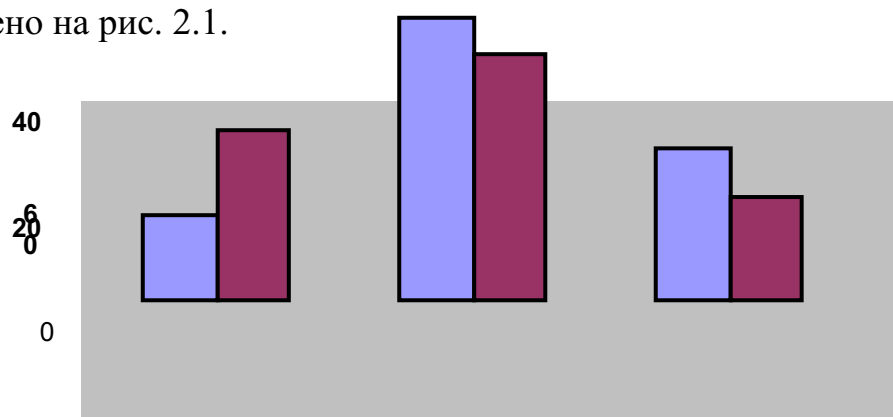
Узагальнення одержаних даних та кількісне визначення рівнів становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців в процесі професійної підготовки являло собою складний процес в силу значної кількості отриманих показників за визначеними критеріями та їх неоднозначності у кожного студента. Однак, ми вважали це необхідним, аби мати можливість кінцевого порівняння одержаних результатів формуючого експерименту.

До високого рівня становлення особистісно-професійної суб'єктності ми в іднесли студентів, у яких в процесі дослідження виявилися яскраво виражені такі показники: високий рівень розвитку змістових характеристик Я-образу як системоутворюючої основи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у сфері підприємництва; високий рівень мотивації досягнення, що характеризується переважанням мотиву прагнення успіху над мотивом уникнення невдачі; прагнення досягати успіху за рахунок раціональності, кваліфікованості професійної діяльності, економії засобів і якості здійснюваних послуг, тобто схильність до функціонально-накопичуючого стилю економічної поведінки (ця група складала 16,2% студентів другого курсу і 32,9% п'ятого).

До групи з низьким рівнем становлення особистісно-професійної суб'єктності увійшли студенти, у яких виявлено низький рівень розвитку сформованості функціонально-сміслових характеристик Я-образу; низький рівень мотивації досягнення, коли мотив уникнення невдачі переважає над мотивом прагнення успіху; переважання у діяльності характеристик підлеглості, відданості, бажання підкорятися авторитету, тобто схильність до рецептивного стилю економічної поведінки (до цієї групи віднесено відповідно 29,4% і 20,0% досліджуваних).

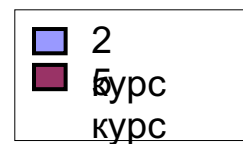
Усіх інших студентів (54,4% і 47,1%) було віднесено до середнього рівня становлення особистісно-професійної суб'єктності. Сюди увійшли студенти з середніми показниками за основними критеріями та ті, у яких деякі показники виражені добре, а деякі гірше і вимагають розвитку.

Кількісний розподіл студентів за визначеними критеріями представлено на рис. 2.1.



%
ос
іб

—



високий середній низький
Рівні становлення особистісно-професійної суб'єктності

Рис.2.1. Кількісний розподіл студентів за рівнями становлення особистісно-професійної суб'єктності

Як свідчать дані рис.2.1, в процесі професійної підготовки відбувається певне підвищення рівня становлення особистісно-професійної суб'єктності як специфічної системи індивідуального функціонування, характерної для майбутніх підприємців (зокрема, високого на 16,7%), проте його не можна вважати достатнім, оскільки біля 20,0% випускників залишаються на низькому рівні, а це означає, що вони неспроможні до відкриття та успішного ведення власного бізнесу.

Окрім того, у розрізі підтвердження гіпотези дослідження істотно інформативними для нас виявилися результати взаємозв'язку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності. У вибірці потенційних підприємців виявлено статистично значущу позитивну кореляцію між показниками мотивації досягнення і показниками індивідуалізму соціального "Я". Так, для 2-курсників найбільш значущим є коефіцієнти кореляції між характером мотивації досягнення і середньогруповим балом за шкалою "горизонтального індивідуалізму" ($r=0,49$; $p<0,05$), між мотивацією уникнення невдачі та шкалою "конкурентності" ($r=0,38$; $p<0,01$). Для 5-курсників значущою є кореляція між показниками мотивації досягнення і середньогруповим балом за шкалою "вертикального індивідуалізму" ($r=0,41$; $p<0,05$). Отримані дані демонструють функціональну динаміку змістовної наповненості мотивації досягнення при переході від нижчого курсу навчання на вищий. Якщо у віці 18-19 років потенційний підприємець прагне до незалежності в досягненні власних цілей, встановлює свій рівень домагань, не орієнтуючись на інших, то у більш старшому віці в мотивації досягнення посилюється соціальний компонент функціонування механізмів "вертикального індивідуалізму". Якщо другоккурсники орієнтуються на інших лише при встановленні "нижньої" цільової планки – риси конкурентності з'являються у них лише під час роздумів про можливу невдачу, то у випускників в мотивації досягнення завжди переважає прагнення бути кращим, перемогти інших у конкурентній боротьбі.

Важливими виявилися результати взаємозв'язку суб'єктивного контролю та мотивації досягнення майбутніх підприємців. Для вибірки випускників характерною є позитивна кореляційна залежність між мотивацією досягнення успіху та інтернальним типом локусу контролю ($r=0,72$) та негативна кореляційна залежність між мотивацією уникнення невдачі і відповідним рівнем суб'єктивного контролю ($r=-0,40$). Зазначені результати корелюють на значущому рівні $p<0,05$. Для студентів другого курсу виявлена статистично значуща позитивна кореляційна залежність між мотивацією уникнення невдачі та інтернальним типом локусу контролю ($r=0,56$) та негативна кореляційна залежність між мотивацією прагнення успіху і відповідним рівнем суб'єктивного контролю ($r=-0,35$). Ці дані є значущими на рівні $p<0,05$.

Результати кореляційного аналізу показують, що між студентами другого і п'ятого курсів існують не лише кількісні, а й якісні відмінності у проявах даних характеристик суб'єктності. Так, окрім підвищеної інтенсивності мотивації успіху у вибірці випускників існує дещо інший характер зв'язку даного параметра мотивації з рівнем суб'єктивного контролю у порівнянні з другокурсниками. Інтернальність вибірки студентів п'ятого курсу пов'язана з підвищенням мотивації досягнення успіху і зниженням мотивації невдачі. Чим більшою мірою вони сприймають себе відповідальними за результати своєї діяльності, тим більше вони прагнуть до успіху і менше замислюються про можливі невдачі. Інтернальність же другокурсників пов'язана зі зниженням мотивації досягнення успіху і підвищенням мотивації уникнення невдачі. Чим більше вони сприймають себе в якості причини результатів власної діяльності, тим більше вони прагнуть уникати невдач, завищених цілей, знижують свої домагання.

Даний паттерн взаємопов'язаних характеристик не може бути вивчено ізольовано від системи Я-образу. Система взаємодії мотивації досягнення і суб'єктивного контролю особистості стає зрозумілою лише при розгляді механізмів опосередковуючого впливу на цей процес системи "психологічного Я" та її основного параметра – само-ефективності "Я". При сприйманні себе як причини подій свого життя мотивуючим ефектом в ситуації досягнення володіє не сам цей факт суб'єктивної відповідальності за результати досягнення, а суб'єктивне сприймання свого "Я" як спроможного оволодіти конкретною ситуацією. У п'ятикурсників само-ефективність є дещо вищою (у порівнянні з другокурсниками), тому зростання інтернальності у них пов'язане зі зростанням мотивації досягнення успіху, оскільки вони сприймають ситуацію досягнення не лише з точки зору її залежності від своїх зусиль і здібностей, а й з точки зору достатності цих зусиль і здібностей для оволодіння ситуацією. У другокурсників показники само-ефективності знижені, тому зростання інтернальності пов'язане у них зі зниженням прагнення до успіху, оскільки, не сподіваючись на зовнішню підтримку чи обставини, вони розглядають своє "Я" як недостатньо ефективне для того, щоб справитися зі зростаючими вимогами. Водночас вони орієнтуються на те, щоб пройти через складну для себе ситуацію з мінімальними втратами – уникати помилок у своїй роботі, а не досягати нових, більш високих цілей.

Мотивація досягнення зростає у них за рахунок екстернальності, коли розглядаючи свої зусилля, навички, здібності як недостатньо ефективні в ситуації досягнення, студенти другого курсу вбачають причину успішності не в собі, а в зовнішніх обставинах.

Таким чином, проведений статистичний та якісний аналіз отриманих результатів дозволив встановити відносно самостійність особистісних підсистем, що були виділені на теоретичному рівні узагальнення в якості детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, з одного боку, та наявність внутрішніх взаємозв'язків між ними – з іншого. Зазначені кореляційні зв'язки виступають певним підтвердженням того, що досліджувані характеристики можуть бути включені до складу єдиної інтегральної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців – особистісної-професійної суб'єктності.

Висновки до другого розділу

Вивчення особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців базується на вивченні особистісно-професійної суб'єктності як специфічної інтегральної якості індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємницькій сфері діяльності в єдності та взаємодії всіх її підсистем та особистісних структур.

Особистісно-професійна суб'єктність майбутніх підприємців розглядається як специфічний паттерн параметрів особистісних структур, що утворюють функціональну систему само-детермінації у підприємницькій сфері діяльності та визначають спроможність до здійснення функцій економічного самоконтролю. Структурно особистісно-професійну суб'єктність потенційного підприємця можна розглядати в єдності когнітивного, мотиваційного та поведінкового компонентів.

Критеріями діагностування рівнів становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців визначено: особливості системи Я-образу як системоутворюючої основи індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємстві; індивідуальна модель економічної поведінки, що наповнює певним змістом систему мотивації досягнення майбутніх підприємців та визначається їхніми уявленнями про цілі-символи успіху та способи досягнення успіху в підприємницькій сфері діяльності.

Рівні розвитку (високий, середній, низький) системоутворюючої основи індивідуального функціонування Я-образу потенційних підприємців у підприємстві відрізняються особливостями прояву загальної і соціальної само-ефективності та показниками локалізації суб'єктивного контролю (психологічне "Я"); співвідношенням індивідуалістичних та колективістичних конструктів у самосвідомості майбутніх підприємців (соціальне "Я"); особливостями прояву показників професійної само-ефективності (інтенсивності і узагальненості) та професійних ауто-стереотипних уявлень досліджуваних щодо майбутньої

професійної діяльності (професійне “Я”). 22,9% випускників залишаються на низькому рівні розвитку функціонально-сміслових характеристик Я-образу як системоутворюючої основи індивідуального функціонування у підприємницькій сфері діяльності.

Достатньо низькі загальні показники зафіксовані і за іншими показниками становлення особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки, що вплинуло, безперечно, на загальний рівень її становлення, що за кількісними даними не відповідає загальним вимогам успішної професійної підготовки майбутніх підприємців. У групах студентів з виявленими рівнями особистісно-професійної суб'єктності (високий, середній, низький) найбільшу кількість складає середній, а динаміка цього процесу впродовж професійної підготовки незначна: 20,0% випускників мають низький рівень розвитку даного психологічного утворення.

Однак, якісний аналіз проблеми свідчить, що чинники утруднень у професійній підготовці майбутніх підприємців породжуються не глибинними психологічними механізмами, які не піддаються корекції, а виникають як результат конкретних життєвих умов та можуть бути усунені в результаті формуючих впливів, що дає нам підстави для пошуку шляхів та засобів розвитку особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців в процесі професійної підготовки.

Результати другого розділу представлені у таких публікаціях автора:

1. Кульбіда Н.М. Структурний аналіз Я-концепції як основи функціонування феномену економічної суб'єктності особистості потенційного підприємця // Психологія. Збірник наукових праць НПУ імені М.П.Драгоманова. – Випуск 20. – К.: НПУ імені М.П.Драгоманова, 2003. – С.215-222.
2. Кульбіда Н.М. Особливості структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик когнітивного компоненту феномена економічної суб'єктності особистості майбутніх підприємців // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія № 12. Психологія: – № 1 (25). – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2004. – С. 272-279.
3. Кульбіда Н.М. Динамічний аналіз феномену економічної суб'єктності як системної якості особистості підприємця // “Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість”: Зб. матеріалів VII Всеукр. наук.- практ. конф., Київ, 15-16 квітня 2004р.; У 7-ми т. / Редкол.: Андрущенко В.П. та ін. – К.: Вид-во Європ. ун-ту. – Т.2. – С.90-93.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ПІДПРИЄМЦІВ

У даному розділі дається теоретичне обґрунтування та визначаються шляхи і засоби розвитку суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, приводиться авторська система роботи, на основі якої і здійснюється розвиток, та обговорюються результати експериментального навчання.

3.1. Теоретичні засади етапів становлення професійної підготовки майбутніх підприємців

Завдання розвитку підприємництва з метою підйому економіки не повинні зводитися лише до забезпечення законодавчо-правової бази. Необхідним вбачається створення соціально-культурного середовища, яке сприяло б формуванню у майбутніх фахівців розвинутого феномена індивідуального функціонування особистісної суб'єктності, який визначається, насамперед, суб'єктним характером системи Я-образу. Такий Я-образ визначається наступними характеристиками: високою загальною та соціальною само-ефективністю психологічного "Я", переважанням у структурі соціального "Я" індивідуалістичних елементів у порівнянні з колективістичними, сформованістю економічного "Я" суб'єктного типу (бажання працювати на себе), високою професійною само-ефективністю. Система мотивації, релевантна феномену суб'єктності, відрізняється від безсуб'єктного типу мотиваційної системи високою інтенсивністю і переважанням мотивації досягнення успіху у порівнянні з мотивацією уникнення невдачі. Результатом функціонування в рамках системи особистісної суб'єктності суб'єктного типу Я-образу і системи мотивації має стати формування індивідуальних сценаріїв економічної поведінки – моделей досягнення економічного успіху, що являють собою етико-мотиваційні утворення і визначаються через структуру мотивів-цілей діяльності досягнення (символів успіху) у поєднанні зі способами досягнення успіху (етико-економічними стилями поведінки).

Історія наукового та методичного забезпечення бізнес-освіти у нашій країні багато в чому подібна до соціально-економічної історії суспільства і може бути представлена у вигляді трьох основних періодів: дореволюційного, радянського і сучасного.

У дореволюційні часи сформувалася налагоджена система економічної вищої (економічні факультети та кафедри) і професійної освіти (реальні та комерційні училища), що зробило свій внесок у фахову підготовку підприємців. Після революції на зміну цієї системи прийшла інша – система політичної освіти,

що задовольняла соціальні потреби радянського суспільства у грамотних економістах та господарниках. Проте, незважаючи на ряд досягнень вітчизняних економістів (Л.І.Абалкіна, А.Г.Аганбегяна, Т.І.Заславської, Т.І.Корягіної, С.В.Шаталіна та ін.), в цілому ця система виявилася недостатньою для забезпечення переходу суспільства на початку 90-х років до ринкових стосунків шляхом підготовки кагорти таких нових для радянської дійсності спеціалістів, як підприємці з необхідним рівнем професійної бізнес-освіти.

Цілком очевидно, що при переході до ринку виникла проблема створення цілісної системи бізнес-освіти – з відповідним соціокультурним проектуванням, науково-методичним і психолого-педагогічним забезпеченням. У зв'язку з цим почали розроблятися різні програми, курси, підручники, методичні посібники та освітні технології, спрямовані дати предметно-педагогічне забезпечення бізнес-освіти, що почала активно розгортатися. Цей, багато в чому стихійний процес, де в чому успадкував застарілі та характерні для традиційної системи політекономічної освіти форми і методи навчання, які відповідають технократичній парадигмі освіти. В цілому подібного роду навчання елементам бізнес-освіти відповідало соціо-технічному принципу проектування соціальних структур, що визначається системою “людина-машина”. У філософському плані цей принцип базується на уподібненні людини машині (зокрема, ЕОМ). Він набув широкого розповсюдження у післявоєнні часи під впливом ідей кібернетики (Н. Вінер, У.Ешбі, В.М.Глушков, Н.М.Амосов) та досягнень комп'ютеризації. У психологічному плані цей принцип базувався на положеннях когнітивізму (У. Рейтман, Ж.Піаже, Г.Флейвелл, Б.М.Величковський), що моделює психічні процеси подібно побудові програм для ЕОМ. У педагогіці цей підхід реалізувався у вигляді технології програмованого навчання (Б.Скінер, П.Я.Гальперін, Н.Ю.Тализіна), яке було асимільовано діяльнісним підходом у психології та педагогіці (С.Л.Рубінштейн, А.В.Брушлинський, А.Н.Леонтьєв, В.В.Давидов, О.К.Тихомиров).

Однак на зміну класичному для післявоєнної науки когнітивізму і програмованому навчанню прийшла в останній третині ХХ століття гуманістично спрямована психологія і педагогіка (К.Роджерс, Е.Фром, К.А.Абульханова-Славська, М.Н.Берулава, М.В.Кларин, В.П.Зинченко, А.В.Петровський, Ф.Н.Семенов), що створило необхідні передумови для гуманізації навчання [95], в тому числі і для реалізації принципу соціокультурного проектування бізнес-освіти

У вітчизняній філософії (в т.ч. методології діяльності) також відбувся перехід від соціотехнічного проектування (В.Я.Дубровський, В.А.Лефевр, Б.В.Сазонов, Г.П.Щедровицький) до соціокультурного (Н.Г.Алексєєв, Ф.Т.Михайлов, В.М.Розін, І.Н.Семенов, П.Г.Щедровицький). Подібні зміни відбулися і у педагогічній психології, де спочатку акцентувався когнітивний аспект формування розумових дій (П.Я.Гальперін, П.П.Кабанова-Меллер, З.І.Калмикова), а потім став домінувати особистісний план організації розумової діяльності (К.А.Славська, А.Н.Леонтьєв, В.Н.Пушкін, С.Л.Рубінштейн, І.Н.Семенов, О.К.

Тихомиров) в її соціокультурному опосередкуванні (В.П.Зінченко, А.Р.Лурія, Д.Б.Ельконін). У педагогіці на зміну концепції програмованого навчання та її оптимізації (Ю.К.Бабанський, П.Я.Гальперін, З.А.Решетова, Н.Ф.Тализіна) прийшов підхід неперервної освіти, спрямований на розвиваючу особистість (В.В.Давидов, А.В.Петровський) у контексті культури (Щ.С.Гозман, В.Т.Кудрявцев, І.Н.Семенов). Все це знайшло своє відображення у сучасній освітній практиці, де почав відбуватися перехід до організації інноваційних форм навчання на основі соціокультурного проектування і гуманізації освіти (М.Н.Берулава, М.В.Кларин, І.Н.Семенов). Проте не слід забувати, що оволодіння підприємницькою діяльністю вимагає відповідних специфіці цієї діяльності професійних здібностей особистості, які формуються у неї в ході тривалої професійної підготовки.

На сьогоднішній день завдання формування культурного середовища підприємництва стало поштовхом до створення системи неперервної економічної освіти, виховання і профорієнтації молоді, основною ідеєю якої є постійний розвиток людини як суб'єкта діяльності, на протиположності спонтанності та безсистемності включення молоді у ринкові стосунки. У сучасній вітчизняній практиці економічної освіти вже існує тенденція спеціальної професійної підготовки у спеціалізованих школах, ліцеях, коледжах економічного спрямування, в різних школах бізнесу та у ВНЗ з підготовки суб'єктів підприємництва.

Необхідність цілеспрямованого профільного навчання школярів основ економіки, розвитку партнерських умінь, навичок, звичок уиверджується в практиці шкільних вчителів (М.М.Волошин, М.О.Крисько, О.Б.Недбайло, О.М.Онаць, Т.В.Хіміна). Так, викладач етичних дисциплін М.О.Крисько при дослідженні методологічних аспектів гуманізації підприємницької освіти, прийшов до висновку, що оскільки головною метою навчально-виховного процесу є створення умов для самореалізації особистістю свого потенціалу, то необхідно змінити власне саму модель освіти, яку він уявляє такою: слухач-вчитель-предмет-учень. Нова структура навчально-виховного процесу, на думку автора, передбачає як зовнішні цілі, так і торкається мотивації життєдіяльності учня, його інтересів і потреб. Тобто, вся структура нової моделі освіти спрямована на змістовне розгортання детермінації від суб'єкта, яка конкретно виражається в пробудженні, актуалізації і подальшій соціальній та предметній реалізації культурно-історичної долі кожного слухача.

З огляду на це актуальною виявилася проблема підготовки учнівської молоді до самостійної трудової діяльності, яку можна вирішити через поєднання в сучасній школі традиційного навчання з виробничою працею школярів (В.М.Мадзігон) та ефективну діяльність міжшкільних навчально-виробничих комбінатів як навчально-виховних комплексів трудової, особистісної і підприємницької підготовки (М.П.Ліфінцев).

Вчені-дослідники з проблеми підготовки молоді до життя та діяльності в умовах ринку пропонують шляхи для успішного здійснення професійної діяльності. Одним з них вбачається формування стратегічного мислення, зміст

якого полягає в утвердженні необхідності спостереження за внутрішнім та зовнішнім середовищем, формування стратегій та рішень, що з них випливають, а також налагодження діяльності по їх здійсненню.

З огляду на це доречно виділити дослідження Сергєєнкової О.П., спрямовані на формування орієнтації сучасної молоді засобами розвитку в них запитування як особливого вияву мислительної діяльності [136]. Систему навчальних ситуацій для формування запитування складають завдання з розвитку прийомів довольного сприймання, способів пошуково-дослідницького мислення, контактного спілкування. Провідною основою в навчанні дітей запитувати є інтерпсихічна взаємодія вчителя з учнями, завдяки якій виникає простір для пошуку, дослідництва, відбору орієнтирів і об'єктів для запитування.

У розрізі проблеми дослідження правомірними, на нашу думку, є вимоги, які висуває Н.А.Побірченко до процесу становлення особистісної позиції та набуття молоддю професійної здатності до підприємницької діяльності в ході професійної підготовки:

1. “Внесення змін у зміст та форми навчання, які б були спрямованими на закріплення потрібної для праці на ринку особистісної позиції.
2. Розробка технологій і здійснення експертного оцінювання сформованості у молоді стійкості професійної здатності до діяльності в ситуації ризику.
3. У межах аналізу поведінки молоді в процесі навчання і під час дозвілля доречно повідомляти їм виявлені взаємозв'язки між особистісним і суспільним ставленням до традиційних і нових цінностей життя” [107, 220-221].

Важливими у цьому плані нам здаються міркування, які висловлює Н.А. Побірченко з приводу організації процесу професійної підготовки майбутніх підприємців. “Формування особистісної готовності учнів до підприємницької діяльності ґрунтується на процесах набуття школярами стану сумісності особистості під час соціально-економічних змін, які відбуваються у зовнішніх умовах близького середовища. Провідними основами формування особистісної готовності є інтегрування змісту навчального матеріалу і методів його подачі учням, неперервність виховних та розвивальних ситуацій в навчанні школярів різного віку. В організації формування особистісної готовності доцільно враховувати ситуаційний характер навчання учнів у школі; вплив сім'ї на розвиток їх інтересів до професій бізнесу та потенційних можливостей в оволодінні вибором сучасної професії. У профільному навчанні школярів важливо створювати умови, які спрямовані на розвиток іміджу знань з економіки, з особистісної психології, основ професійної бізнес-освіти як здобутків особистості, що гарантують їй володіння уміннями розв'язувати складні життєві ситуації та сприяють усвідомленню соціальної ролі власного “Я” в стосунках з діловими людьми. Конкретна спрямованість навчання, його зміст, форми і методи мають включати психолого-діагностичну інформацію про розвиток в учнів підприємницьких схильностей до оволодіння новими професіями, про

професіоналізм та ціннісну орієнтацію вчителів щодо співпраці з учнями” [106, 7].

Зі сказаного випливає, що успішність становлення системи неперервної освіти і профорієнтації молоді залежить від розв’язання багатьох теоретичних проблем, до числа яких входить психолого-педагогічне забезпечення теорії і практики цього процесу. У зв’язку з цим, на нашу думку, виникає необхідність підвищення психологічної компетентності викладачів, що працюють у сфері особистісної освіти і виховання молоді. Необхідною вважається робота по навчанню педагогів психологічним основам процесу особистісної соціалізації і професіоналізації особистості з урахуванням принципу сумісності індивідуальних особливостей особистісної суб’єктності підростаючого покоління з відповідними вимогами до діяльності суб’єктів підприємництва.

Водночас, віддаючи належне логічності і слушності вище сформульованим Н.А.Побірченко вимогам до організації процесу професійної підготовки потенційних підприємців, вважаємо, що у педагогів вищої школи необхідно формувати розуміння процесу професіоналізації студентів не як реактивного процесу, що визначається формуванням предметних інтересів і схильностей, а як особистісного становлення, в якому рівень професіоналізму прямо пов’язаний з можливостями самоактуалізації. Особливо важливим є забезпечення у процесі економічного виховання розширення горизонтів у прийнятті молоддю ніби-то нових етичних принципів відкритого суспільства та запобігання серед економічно спрямованих особистостей етично нейтральних поглядів на підприємницьке професійне середовище. Найбільш важливим завданням у розрізі даного твердження є забезпечення повноцінного орієнтування майбутніх підприємців у різноманітні моделі та стилі етико-економічної поведінки. Економічно спрямовані студенти, на нашу думку, мають проходити період рольового експериментування у професійному середовищі під керівництвом викладачів, що спираються на результати психологічного аналізу міри сумісності юнака з тим чи іншим професійним середовищем. Окрім того, результатом психолого-педагогічного супроводу економічного навчання має стати усвідомлений вибір студентом етико-сміслової моделі власної економічної поведінки, сформованість мотиваційно-ціннісних структур студента до початку його професійної діяльності.

У зв’язку з цим необхідною є розробка спеціальних навчальних програм етико-психологічного змісту, які сприяли б розвитку уявлень педагогів про підприємництво як особливий професійний етнос, що втілює у собі культурно-історичні особливості та традиції вітчизняного і західного бізнесу. Особливо важливим є “розробка і реалізація інтегрованого нового змісту навчального матеріалу; проектування нових програм, комплектування активних методів подачі змісту навчального матеріалу та ефективні прийоми виховної роботи; опосередкований розвиток іміджу знань особистісної психології як необхідної галузі професійних знань в бізнесі; створення психолого-інформаційної служби для відстеження розвитку схильностей учнів в оволодінні основами

підприємницької діяльності та для визначення професіоналізму вчителів в організації співпраці з учнями” [106, 15].

Участь студентів у практичній реалізації таких програм буде сприяти становленню культурного середовища підприємництва, формувати у них повноцінні світоглядні орієнтири до початку реальної особистісної діяльності. При цьому слід використовувати якомога ширший спектр активних методів навчання, оскільки кожен з них є ефективним для певної складової суб'єктності і буде сприяти їх розвитку. Для процесу етико-економічного виховання майбутніх підприємців особливо важливими, на нашу думку, є ігрові методи навчання, базою для організації яких можуть стати дані психодіагностичного обстеження. Виявлені у дослідженні індивідуальні сценарії успіху можуть коригуватися в ігрових ситуаціях. У процесі рольового тренінгу студенти під керівництвом тренера (викладача) можуть розглянути та проаналізувати різні “етичні” концепції бізнесу, співвіднести власні уявлення щодо культури підприємництва з деякими ситуаціями, що розігруються та обговорюються у групі. Для актуалізації власних етичних уявлень в ігровій ситуації студент приховує власне “Я” за зовнішньою роллю, оберігаючи свою систему цінностей від зовнішнього вторгнення чи оцінки.

Маючи дані аналізу суб'єктивних етико-економічних сценаріїв поведінки студентів, психолог чи педагог може найбільш адекватним способом формувати ігрову ситуацію, розподіляти ролі між учасниками тренінгу, заохочувати студентів для участі у грі та до аналізу ситуацій з урахуванням індивідуальних етико-психологічних особливостей кожного з них.

Саме тому процес професійної підготовки майбутніх підприємців в школах, коледжах, ліцеях, ВНЗ економічного спрямування має включати, на нашу думку, два основних блоки – освітній та психолого-педагогічний. Психолого-педагогічний блок визначається розробкою комплексної програми психологічної підтримки і супроводу процесу особистісної соціалізації майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності і являє собою систему профорієнтації і психологічної підтримки особистісного становлення з урахуванням паттерну параметрів особистісних структур, що утворюють функціональну систему само-детермінації особистості в економічній сфері діяльності.

Розв'язання проблеми підвищення функціонування особистісних структур, що утворюють функціональну систему само-детермінації особистості в економічній сфері діяльності, вимагає визначення складових елементів, з яких може складатися система розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців у навчально-виховному процесі.

З цих позицій структурною одиницею системи, на нашу думку, є учбова ситуація, яка активізує стани особистості, що в цілому виступають “будівельним матеріалом” її розвитку. Більш широкою цілісністю є система ситуацій, в якій накопичуються кількісні зміни у розвитку особистості чи її компонентів та властивостей. Послідовність систем утворює етап. Система

етапів, під час яких відбуваються кількісні зміни у розвитку особистості, утворює стадію. Система стадій, що визначається якісними змінами у розвитку особистості чи її структурних компонентів, властивостей утворює цілісний процес [50].

Під учбовою ситуацією як одиницею руху процесу ми розуміємо фрагмент заняття, що здійснює певним чином вплив на структурно-динамічні та етико-мотиваційні характеристики феномену суб'єктності. Саме вона, на нашу думку, виступає як міжсуб'єктна взаємодія, що реалізує систему взаємодоповнюючих засобів та умов.

Власне сама учбова ситуація (система учбових ситуацій) мала розгортатися у відповідності з метою заняття по формуванню суб'єктності. Тобто, головною функцією учбової задачі як одиниці руху процесу мав стати розвиток когнітивного, мотиваційного та поведінкового компонентів суб'єктності майбутніх підприємців. Ця функція і визначила відбір системи засобів, застосування яких мало привести до досягнення поставленої мети.

Саме такою вбачалася нами динамічна структура процесу розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

Цілісність будь-якого педагогічного процесу проявляється у єдності його компонентів. Серед компонентів процесу "...особливе місце належить структурі: ціль – засіб її реалізації – результат" і далі "...єдність цілей" [49]. Саме тому в основі побудови системи учбових ситуацій лежать цілі, які і виступають в якості системоутворюючого фактора системи.

Проектування системи цілей розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців базувалось на положеннях:

1. Ціль має відображати суспільні потреби, включати " в свій зміст уявлення про кінцевий і конкретний предмет діяльності" [151].
2. Ціль має включати два компоненти: перший – розвиток окремих структурно-динамічних та етико-мотиваційних характеристик феномену суб'єктності майбутніх підприємців, другий – взаємозв'язок з цілями розвитку особистості в цілому [50].
3. Сукупності цілей являють собою системну освіту, найбільш оптимальну для даних умов.

На основі цих положень в основу системи роботи з розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців було розроблено основні вимоги до постановки цілей системи учбових ситуацій.

1. Система цілей має відповідати структурі особистості, проектувати прояв , закріплення і генералізацію компонентів суб'єктності у взаємозв'язку з розвитком особистості в цілому.
2. Послідовність цілей має відображати перетворення і зміни компонентів суб'єктності у відповідності з психологічними закономірностями їх розвитку.

Проте “ціль як така, - зазначає Н.Н.Трубніков, - прийнятна лише тоді, коли дозріли можливості для її реалізації і лише у поєднанні із засобами вона є реальною метою діяльності” [151, 67]. Зрозуміло, що наступним компонентом системи ситуацій є система засобів.

У розумінні категорії “засіб” ми виходили з того, що засіб – це річ або комплекс речей, які людина розміщує між собою та предметом праці і які слугують для неї посередником при впливі на інші речі. Виходячи із цього трактування, під системою засобів ми розуміли таке їх поєднання, яке б максимально реалізувало можливості кожного із них і разом з тим впливало на реалізацію іншого, а зміст кожного відповідав би поставленим цілям процесу формування суб’єктності. Послідовність застосування кожної наступної частини системи засобів посилює і закріплює результат попередньої частини системи, сприяючи досягненню найкоротшого шляху до наміченої цілі.

При виборі засобів розвитку особистісних детермінант успішної діяльності майбутніх підприємців у процесі професійної підготовки ми керувалися такими теоретичними положеннями:

1. Вибір засобів має здійснюватися з урахуванням кожної із структурно-динамічних та етико-мотиваційних характеристик особистісно-професійної суб’єктності майбутніх підприємців.
2. Психолого-педагогічні засоби, що застосовуються, найбільш ефективні тоді, коли вони об’єднані у систему, у якій, взаємодіючи між собою, посилюють один одного.
3. Вибір засобів має передбачати певну послідовність, побудовану з урахуванням закономірностей розвитку структурно-динамічних та етико-мотиваційних характеристик суб’єктності майбутніх підприємців.

Виходячи із сформульованих теоретичних положень, які були покладені в основу вибору засобів розвитку суб’єктності як особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, ми скористалися роботами дослідників само-ефективності, які приділяють багато уваги визначенню засобів, якими викладач може підтримати сприйняття само-ефективності в тих, хто навчається [178], [238]. Так, в роботах А.Бандури, Д. Шанка та ін. показано, що підвищити почуття само-ефективності як однієї із складових суб’єктності можна:

- 1) постановкою перед студентами конкретних та складних, але доступних для досягнення цілей;
- 2) моделюванням та нагадуванням ефективних стратегій досягнення успіху;
- 3) забезпеченням зворотнього зв’язку між студентом і викладачем;
- 4) атрибутивними твердженнями, які допомагають студентам цінувати той факт, що вони розвивають свої здібності, приймаючи “виклик” і докладаючи послідовних зусиль [224].

Одним із парадоксальних ефектів розвитку суб’єктності є те, що сприйняття само-ефективності оптимізується, коли воно не є об’єктом пильної уваги. Мається

на увазі, що розвиток протікає більш успішно, коли студенти концентруються на завданні, а не на оцінюванні своєї діяльності і навіть успішності його виконання [183].

Проблема визначення складових елементів, з яких має складатися система розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, в силу своєї актуальності, як бачимо, досліджується багатьма вітчизняними і західними науковцями. Наше розуміння проблеми підготовки підростаючого покоління до підприємницької діяльності сформувалося на поглядах Г.О.Балла, П.С.Перепелиці, Б.О.Федоришина. Дана плеяда науковців прийшла до висновку, що підготовка молоді до участі у підприємницькій практиці вимагає системного розгляду всієї цілісності особистості, змісту і методів організації навчання і виховання її сторін. Нехай, навіть, і дуже важливих, але у відриві від цілісності розвиток якостей особистості буде проходити “наосліп”, само по собі. Молодь не в змозі їх сама систематизувати, а тим більше практично реалізувати в процесі вибору професійної діяльності. Такого висновку доходить і Н.А.Побірченко, яка до психологічних основ формування підприємницької діяльності у школярів відносить наступні:

- “дотримання принципу цілісності в організації процесу розвитку. Це означає, що необхідні для оволодіння підприємницькою діяльністю якості особистості розвивати в контексті діяльності;
- надання пріоритету особистості над діяльністю;
- спрямованість особистості на реальні життєво-діяльнісні цілі, що виявляються в конкретизації мотивів навчання;
- усвідомлення особистістю важливості набуття підприємливості як власної якості, необхідної для досягнення мети в сучасних соціально-економічних умовах життя” [102, 80].

Враховуючи всі вищевикладені концептуальні положення щодо розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, нами була обрана специфічна форма роботи зі студентами, яку ми представили у вигляді програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців”. Вона являє собою модифікований варіант методу активного керованого інтеріндивідуального навчання майбутніх вчителів [35].

Апробований Л.В.Долинською метод активного керованого інтеріндивідуального навчання майбутніх вчителів створює для кожного студента умови засвоєння особистісного досвіду і тим самим полегшує розвиток самосвідомості та сприяє їх особистісно-професійному зростанню. Він базується на “поглибленому дослідженні свого внутрішнього світу при виконанні системи письмових завдань за різними напрямками самоаналізу і переживанні своїх відкриттів з товаришами по групі на основі обміну досвідом. Обмін досвідом є важливим розвиваючим елементом методу, який проявляється в проговорюванні в присутності інших того, що індивід відчуває в даний момент. Ми живемо в умовах культури, яка з дитинства привчає до оцінного взаємообміну інформацією, а не довільного висловлювання

переживань. Висловлюючи свої почуття, студент утверджує своє існування, залишаючись собою, не втрачаючи почуття власної гідності. Кожен виражає себе чесно і відверто і його уважно вислуховують, проникаючись його життям, його переживаннями, відкриваючи для себе часто зовсім іншу людину. Так поступово виникає новий, особливий тип взаємовідносин, який не зникає безслідно, а має ефект віднесеного в часі переносу на інші сфери життя як особистого, так і професійного” [35, 96]. Акцент в роботі групи керованого інтеріндивідуального навчання робиться не на взаємовідносинах між учасниками групи (як у тренінгу), а на самотійному самоаналізі власних якостей, проблем, поведінки, зв’язків з довкіллям, мотивів, життєвих та професійних цілей, цінностей. Це дозволяє кожному заглянути в своє глибинне Я, яке є фундаментом, на якому стоїть особистість кожного на відміну від Я-реального, яке є більш поверховим, усвідомлюваним та сформованим як результат освіти та засвоєння моральних норм. З огляду на це можна стверджувати, що метод активного керованого інтеріндивідуального навчання сприяє особистісно-професійному зростанню майбутніх фахівців і може бути покладений в основу розвитку спроможності майбутніх підприємців до само-детермінації в економічній сфері діяльності.

Основні принципи організації розробленої нами програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців”, а також завдання, форми роботи, зміст занять та результати їх апробації представлено у наступному підрозділі дисертації.

3.2. Організаційні, змістові та результативні аспекти розвитку особистісних детермінант у професійній підготовці майбутніх підприємців

Активний керований інтеріндивідуальний розвиток особистісно-професійної суб’єктності як інтегральної якості майбутнього спеціаліста, що визначає його спроможність до само-детермінації у підприємницькій сфері діяльності та здійснення функцій економічного самоконтролю, являє собою одну з організаційно-дидактичних форм соціально-психологічного навчання з урахуванням специфіки цього феномена.

Загальними принципами його організації є: принцип діалогізації, проблематизації й персоналізації. Принцип діалогізації передбачає забезпечення рівності позицій всіх учасників навчального процесу, право кожного на власну думку, можливість її висловити й захистити. Принцип проблематизації зберігає за всіма учасниками активну дослідницьку позицію, право кожного піддавати критичному аналізу будь-яке положення, судження, тезу, що фіксується в змісті знань. Принцип персоналізації вбачається у наданні кожному учаснику педагогічного процесу особистої відповідальності і авторства в будь-якому висловлюванні, вчинку, дії, що здійснюється в рамках навчальних ситуацій [11].

Загальні принципи діалогізації, проблематизації і персоналізації ми дещо конкретизували у відповідності до теми дослідження. Так, основні принципи проведення експериментального навчання з розвитку особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, ми вбачали у:

1. Поєднанні навчального і тренувального аспектів. Сценарій кожного заняття передбачав як оволодіння студентами новими знаннями, так і психогімнастичні вправи, рольову чи ділову гру та ін. форми роботи при збереженні цільової спрямованості заняття.

2. Комплексному використанні активних групових методів навчання, кожен з яких був спрямований переважно на розвиток певного компонента суб'єктності. Звісно, підбір методів визначався у кожному випадку конкретною темою, але певним методам ми надавали перевагу, виходячи зі специфіки структурно-динамічних та етико-сміслових структур суб'єктності майбутніх підприємців. Таким методами, зокрема, були дискусія, ділова та організаційно-діяльнісна гра.

Групове обговорення проблемних ситуацій, які виникають у практиці суб'єктів підприємницької діяльності, здійснювалось переважно у вигляді дискусії. Дискусія, на нашу думку, допомагає кожному студентові сформулювати власну точку зору, формує навички бачити проблему, навчає взаємодіяти з соціумом на конструктивній основі, а також демонструє багатовимірність можливих рішень у розв'язанні проблеми. Ефективність обговорення проблемних ситуацій підсилювалась і вправами з мотиваційного тренінгу, тренінгу розвитку життєвих цілей, перцептивно-орієнтованого тренінгу, тренінгу особистісного зростання та ігровими елементами з ознаками дидактичної та рольової гри.

Під час ділових ігор, коли ми намагались максимально реально змодельовати професійну діяльність підприємця, студенти обов'язково мали дотримуватись всіх ігрових правил, норм і дій професійних відносин. Це надавало їм можливість проаналізувати різні "етичні" концепції бізнесу, скоригувати та виробити власний стиль етико-економічної поведінки.

При використанні організаційно-діяльнісних ігор процес формування особистісних передумов успішної діяльності майбутніх підприємців максимально наближений до реальної практичної діяльності. Тут присутній ефект "зеркального відображення" театру [99], при якому спеціальними засобами створюється "кероване емоційне напруження". Специфіка проведення ділових ігор полягала у тому, що раціональне рішення є заздалегідь відомим ведучому та могло бути розроблено ще при конструюванні гри. Вимоги нестандартності, адаптивності рішення задовольнялися не шляхом створення "технічно" нових варіантів рішення, а забезпечувалися можливістю вибору однієї або декількох стратегій. Ситуація проведення організаційно-діяльнісних ігор є якісно іншою. Тут вироблення рішення цілком визначається студентами та наслідки від прийнятих рішень не моделюються. Учасники організаційно-діяльнісних ігор обмежуються лише виробленням самих рішень. У даному випадку моделюються переважно кризові для системи стани, що забезпечують підвищену мотивацію учасників до прийняття рішення, яке б виводило систему із кризи.

3. Дотриманні певних норм групової роботи. Основні принципи роботи в групі достатньо обґрунтовані у психологічній літературі [22], [27], [40], [75], [77], а тому лише назвемо ті, яких ми дотримувались, без розкриття психологічного змісту застосування: “тут і тепер”, щирість і відвертість, активність та включеність всіх учасників у роботу групи, конфіденційність кожного з учасників групи, об’єктивізація (усвідомлення) поведінки завдяки зворотньому зв’язку, звертання один до одного на “ти” та можливість присвоїти собі “ігрове ім’я”.

4. Самоаналізі та самодіагностуванні власних особистісних якостей, проблем, поведінки, мотивів, життєвих та професійних цінностей. Ми практикували самоаналіз при виконанні системи письмових завдань за різними його напрямками з поступовим ускладненням. Письмове виконання завдання потребує, на нашу думку, глибшого усвідомлення думки, дає можливість з часом повернутись до написаного, до себе “в минулому” і порівняти із “собою реальним”, а отже, усвідомити ті зміни, які відбулись в свідомості за певний проміжок часу.

5. Вербалізованій рефлексії та емоційній насиченості засобів зворотнього зв’язку, що проявлялося в проговорюванні у присутності інших того, що індивід відчуває в цей момент. Висловлюючи свої почуття, студент утверджує своє існування, залишаючись собою, не втрачаючи почуття власної гідності. Ми намагались дати установку на чесне і відверте самовираження, привчали студентів уважно вислуховувати один одного, ставати на місце іншого. Вербалізована рефлексія завжди супроводжується переживаннями, є емоційно насиченою, що й дає кожному новий досвід споглядання в економічній сфері діяльності.

6. Самому викладачеві, який своєю поведінкою, стилем діяльності мав демонструвати приклади прояву особистісних якостей, що свідчили б про його успішність у сфері економічного простору.

На основі сформульованих принципів організації активного інтеріндивідного розвитку особистісно-професійної суб’єктності майбутніх підприємців були сформульовані його конкретні завдання:

- оволодіння певними соціально-психологічними знаннями, необхідними кожному фахівцю у сфері підприємництва;
- усвідомлення майбутнім підприємцем особливостей своєї соціальної ролі та вимог, які висуваються до неї;
- усвідомлення майбутнім фахівцем впливу своїх особистісних якостей на успішність підприємницької діяльності;
- бачення студентом себе в професійно значущій ролі успішного підприємця, запорукою успішної діяльності якого є функціонування в етично зарядженому просторі;
- вироблення здатності аналізу професійних ситуацій, які зустрічаються у практиці підприємців;

- корекція і розвиток структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності, що забезпечують спроможність майбутніх фахівців до само-детермінації та здійснення функцій економічного самоконтролю у підприємницькій сфері діяльності.

З метою реалізації поставлених завдань було розроблено програму “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців”. Система занять розрахована на 55 год. впродовж зимових канікул студентів (після закінчення III семестру). Ми вважали цей час оптимальним, оскільки він базується на певній психологічній підготовці після оволодіння навчальним курсом “Основи педагогіки і психології” і передувє виробничим практикам. Окрім того, навчання з відривом від звичної робочої обстановки дозволяє учасникам глибоко “зануритися” у зміст програми та більш повно “прожити” його.

Створена програма складається з 5 циклів. Перший цикл – вступне заняття. Його метою є знайомство учасників групи, створення атмосфери довіри та саморозкриття. Тривалість заняття – 4 год. Другий цикл – теоретичний, його мета – ознайомлення з основними психологічними теоріями успішного підприємництва. Тривалість – 5 год. Третій цикл – рефлексивно-цілеутворюючий. Мета – активізація мотиваційного потенціалу учасників програми та створення ними програми нарисів фіксованих ролей успішного підприємця (опис себе як осіб, що наділені високою само-ефективністю психологічного “Я”, переважанням у структурі соціального “Я” індивідуалістичних елементів у порівнянні з колективістичними, сформованістю економічного “Я” суб'єктного типу (бажання працювати на себе), високою професійною само-ефективністю, системою мотивації досягнення, яка визначається високою інтенсивністю і переважанням мотивації досягнення успіху у порівнянні з мотивацією уникнення невдачі тощо). Тривалість – два дні по 5 год. Метою четвертого (розвиваючого) циклу є розвиток сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності як детермінанти успішності підготовки майбутніх підприємців. Тривалість – п'ять днів по 6 год. П'ятий цикл (діагностичний) є завершальним. Його мета – виявлення змін у розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності учасників програми. Тривалість – 6 год.

Для експериментального аналізу ефективності програми “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців” було застосовано формуючий експеримент. Було сформовано дві експериментальні та дві контрольні групи досліджуваних по 17 осіб в кожній. Структурні та змістові відмінності між структурно-динамічними та етико-смісловими характеристиками особистісно-професійної суб'єктності студентів в експериментальній групі до та після участі в програмі слугували мірою її ефективності, а відсутність змін у контрольній групі підтверджувала, що зміни в експериментальній групі викликані фактором участі студентів у заняттях і не є випадковими.

У змісті названих циклів програми “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців” можна виділити такі основні форми роботи, які

здебільшого зустрічалися на кожному із занять (звісно, з варіаціями та змінами згідно кожної конкретної теми):

1. письмове завдання з самоаналізу за напрямком теми заняття, при якому особлива увага зверталась не на логічні виклади, а на аналіз своїх почуттів, вражень при виконанні тієї чи іншої вправи. Письмовий самоаналіз був для нас особливо важливим, оскільки саме він, на нашу думку, активізує всі процеси усвідомлення, які були самостійними завданнями нашого експерименту. Студентам постійно наголошувалося, що кінцеві результати роботи цілком залежать від їх бажання і здатності аналізувати себе;
2. психогімнастичні вправи, які, залежно від змісту заняття були письмовими чи усними, вербальними чи невербальними, виконувались групами по декілька чоловік чи всіма учасниками разом. Цінність психогімнастичних вправ полягає в тому, що вони дозволяють підключити для усвідомлення одного і того ж переживання, однієї й тієї ж проблеми різні рівні психічного відображення. Наприклад, ми пропонували студентам описати успішного підприємця і підприємця-невдачу по черзі письмово, усно і за допомогою певних рухів. Як показав досвід проведення цієї вправи, в результаті такої роботи розширюються можливості усвідомлення, з'являються нові грані сприймання студентами одного й того ж образу;
3. аналіз, конструювання, обговорення та програвання реальних ситуацій, вилучених з практики суб'єктів підприємницької діяльності. Особлива увага надавалась виділенню та усвідомленню студентами всіх параметрів ситуації та усвідомленню себе в ній. Даний вид роботи було покладено в основу проведення ділових та організаційно-діяльнісних ігор;
4. домашнє завдання, яке було продовженням самоаналізу та полягало у фіксуванні результатів самоспостережень власних проявів особистісної суб'єктності в реальному житті. Студенти мали можливість описувати свої враження щодо роботи групи, аналізувати особливості прояву один в одного структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності та характерні для себе та інших людей стилі економічної поведінки.

Вступна і заключна частини заняття приблизно займали третину всього часу, який був відведений на заняття. Решту часу було присвячено основній роботі.

Вступна частина заняття включала обговорення домашніх завдань та 1-2 "розморозувальні" вправи, які допомагали керівнику групи відчувати стан, настрої учасників, щоб скоректувати план заняття. Цьому сприяли і такі питання до студентів: "Що нового (гарного, незвичного) сталося з вами в період між заняттями?", "Які події трапилися з вами за цей час?", "Що запам'яталось вам з минулого заняття?", "Як ви себе почуваете?", "Що вас турбує на даний момент часу?" та ін. У якості "розморозування" групи, як показав досвід, є доцільним

використання різних психогімнатичних вправ, які допомагають учасникам відійти від своїх турбот до роботи у групі, активізуватися, налаштуватися на подальшу роботу, включитися у ситуацію “тут і зараз”, створити працездатність на початку робочого дня. Такі форми роботи вступної частини були присутніми на кожному занятті, тому при подальшому обговоренні занять ми не будемо на них зупинятися.

Кожне заняття ми закінчували колективною вербалізованою оцінкою успішності тих форм роботи і подій, які відбувались на ньому. Як правило, студенти давали позитивну оцінку і це підвищувало мотивацію до подальшої роботи. У той же час ми прагнули викликати після кожного заняття відчуття завершеності, усвідомлення закінчення певного етапу та позитивного настрою. Це досягалось проведенням однієї-двох психогімнатичних вправ та промовлянням вголос всіма учасниками групи девізів, які були винесені в кожного на обкладинку робочого зошита: “Неможливе є завжди можливим!”, “Я впевнений у собі!”, “Я – успішна людина!”, “Підкоряю всі вершини!” тощо.

Вважаємо за доцільне зупинитись більш докладно на характеристиці кожного із циклів програми.

Цикл 1.

День 1 (4 год.). Вступне заняття.

Мета: знайомство учасників групи, створення атмосфери довіри та саморозкриття, створення атмосфери працездатності на початку роботи групи.

Хід заняття:

1. Вступне слово керівника групи (короткий виклад загальних питань і правил роботи групи, мета курсу, схема роботи, роз'яснення особливостей та сутності форм роботи).
2. Для усвідомлення цілей експериментального навчання, в якому опинилися учасники групи, всі вони мали в своїх зошитах дати відповіді на такі питання: “Чому я тут?”, “Чого я очікую від даних занять” і “Чого побоююсь?”, після чого розпочалось обговорення зазначених проблем вголос.
3. На цьому етапі студенти обирають для себе ім'я, яким будуть користуватися під час роботи, та повторюють принципи роботи групи, підтверджуючи, що готові їх дотримуватись.
4. Етап “розморожування” групи, завданням якого є створення теплої, невимушеної атмосфери, підвищення емоційної свободи учасників, відкритості, довірливості у стосунках, зниження тривожності, що властиво початку занять. З цією метою було проведено декілька психогімнатичних вправ.

4.1. Під час виконання вправи “Покажи, хто ти” учасники мали показати себе невербально, яким кожен з них є зараз і яким хоче бути у майбутньому. Акцент робився на тому, що бажано продемонструвати саме ті прояви в своїй емоційно-вольовій та поведінковій сфері, які вирізняють кожного з них від решти людей.

Обговорення вправи проходило спочатку через письмовий самоаналіз у вигляді відповідей на питання: “Що мені важко було показати? Чому?”, “Чому

я не хотів себе показати? Що заважає мені показати себе?”, “Що я відчував, коли показував себе зараз і в майбутньому?”, “Кому важко було показати себе у майбутньому, напишіть, яким би ви хотіли бачити себе через декілька років? Можливо, ви взагалі не хотіли б змінитися?” та ін. Після письмового самоаналізу йшло усне обговорення виконаної справи у вигляді обміну думками, враженнями щодо проявів своєї індивідуальності та планів на майбутнє.

4.2. З метою створення атмосфери працездатності, невимушеності поведінки членів групи доречним стало проведення наступної справи. Той, до кого у руки потрапив м'яч, мав завершити фразу “Ніхто з вас не знає, що я (або – у мене)...”, після чого необхідно було передати м'яч іншому. У кожного із учасників м'яч мав побувати декілька раз. В ході проведення даної справи учасники іноді розкривалися з несподіваної сторони: хтось має хист до малювання, дехто мріє про власний автомобіль, про відпочинок за кордоном тощо. Однак, учасники називали суто зовнішні прояви своєї поведінки, називали свої інтереси, бажання, констатували деякі факти зі своєї біографії, не торкаючись аналізу глибинних рис своєї індивідуальності.

5. Основний етап, метою якого є усвідомлення студентами власних індивідуально-психологічних якостей.

5.1. Вправа “20 Я”. Учасники мали за відведений час двадцять раз письмово дати відповідь на питання “Хто Я”, “Який Я”, використовуючи власні характеристики, риси, інтереси та почуття для свого опису. При цьому кожне нове речення необхідно починати займенником Я. Після цього студенти рангують виділені характеристики за ступенем важливості для себе., виписують окремо ті, які займають перші три позиції, виділяють їх рамкою, під якою пишуть: “Це я на сьогоднішній день! Дата”. Нами було наголошено, що складені портрети у вигляді перших трьох характеристик і визначають сутність студента, його ядро особистості, його життя на сьогоднішній момент.

Під час обговорення учасниками складених портретів, ми намагались спрямовувати їх на висловлювання своїх вражень, відчуттів, які виникали у них під час виконання даної справи. Ми намагались дати установку на чесне і відверте самовираження, привчали студентів вислуховувати один одного, що давало можливість кожному новий досвід споглядання.

5.2. Учасникам програми пропонується уявити собі людину, яка досягла значного успіху у житті, та придумати девіз-вислів, який би орієнтував, спонукав їх на досягнення власного успіху. Поряд з власне складеними (“Перешкоди даються на те, щоб їх долати!”, “Я впевнений у собі!”, “Досягаю найвищу, але з доступних мені цілей!”, “Підкорюю усі вершини!”, “Мінімум витрат – максимум користі!” та ін.) девізами ставали висловлювання видатних людей (“У житті можна стати сотим, як тільки відкинути те, що змушує тебе хотіти бути першим” (В.Аллен), “Бідність – це не особистісна категорія, а стан розуму, широти горизонтів” (Е.Клівер), “Те, що залишилось позаду нас, і те, що очікує нас попереду, незначне у порівнянні з тим, що знаходиться

всередині нас” (О.Холмс) тощо).

На тему, пов’язану з девізом, студенти склали оповідання, яскраво уявляючи ситуації відповідно до девізу, обставин, людей, виражаючи своє ставлення і почуття до них. Ці оповідання зачитувалися і обговорювалися у групі. Девіз виносився на обкладинку зошита і мав надихати учасників програми на подолання труднощів, налаштовуючи студента на наполегливу роботу.

Серед девізів, що виносилися студентами на обговорення, в якості превалюючого девізу проведення подальших занять ми обрали такий: “Я прагну успіху в житті! Неможливе є завжди можливим!”, після чого його тричі було проговорено вголос всіма учасниками.

6. Домашнє завдання учасникам групи: в робочому зошиті описати враження від роботи у групі за день відносно того, що сподобалося, не сподобалося, що викликало, можливо, в когось якісь побоювання тощо.

Цикл 2 (теоретичний).

День 2 (5 год.). Тема заняття: Особистість підприємця у психологічному вимірі.

Мета: усвідомлення особливостей соціальної ролі та вимог, які пред’являються до діяльності підприємців, та специфіки особистісних якостей, що детермінують успішність підприємницької діяльності.

Хід заняття:

1. Вступна частина.
2. Ознайомлення учасників програми на теоретичному рівні узагальнення з концептуальними підходами у дослідженні психології підприємництва. Узагальнення теоретичного матеріалу учасниками програми відбувалося за таким планом:
 1. Психодинамічний підхід до аналізу особистості підприємця.
 - 1.1. Мотиваційний напрямок дослідження особистості підприємця.
 - 1.2. Теорія локусу контролю в контексті досліджень особистості підприємця.
 - 1.3. Проблема схильності до ризику у підприємців.
 - 1.4. Когнітивний напрямок досліджень особистості підприємця.
 - 1.5. Дослідження ціннісних орієнтацій сучасних підприємців.
 2. Соціо-динамічний підхід до дослідження особистості підприємця.
 - 2.1. Рольовий підхід до дослідження особистості підприємця (Р.Хізріч).
 - 2.2. Концепція “підприємницької події” А.Шапіро та Л.Сокол.
3. Мотиваційна теорія “інстинктів” як теоретична основа 2-факторної моделі особистості підприємця (К.-Е. Вернерид).
3. З метою закріплення студентами теоретичного матеріалу, самопізнання, усвідомлення професійно-значущих якостей, що лежать в основі успішності підприємницької діяльності, практикувалась вправа “Яким я бачу себе і яким мене бачать оточуючі”. Впродовж 15 хвилин учасники програми мали скласти список індивідуально-психологічних якостей, що, на їх думку, мав допомогти їм досягти успіху при організації та веденні власної справи. Потім у групах з 3-4 осіб

проходило обговорення висловлювань кожного партнера. Паралельно з власним списком якостей успішного підприємця виникав список якостей, запропонований товаришами по групі.

Визначивши особистісні характеристики, що входять до створеної учасниками програми “Моделі успішного підприємця”, під час дискусії студенти висловлювали своє ставлення до них, ранжуючи запропоновані якості з точки зору їх значущості для себе. Дані самооцінки порівнювалися з психологічним портретом успішного суб’єкта підприємницької діяльності й індивідуально виділялися ті якості, які слід розвинути кожному.

4. Домашнє завдання: співвіднести індивідуально-психологічні якості знайомих студентам підприємців з їх успішністю у діяльності. У чому проявляються особистісні фактори їх успішності? Чи є недоліки у проявах їх поведінки, які заважають ефективному досягненню ними успіху? Які сильні сторони їх особистості?

Цикл 3 (рефлексивно-цілеутворюючий).

День 3 - 4 (10 год.).

Тема заняття: Створення програми нарисів фіксованої ролі успішного підприємця.

Мета: створення програми нарисів фіксованих ролей (опис себе як осіб, що наділені високою само-ефективністю психологічного “Я”, переважанням у структурі соціального “Я” індивідуалістичних елементів у порівнянні з колективістичними, сформованістю економічного “Я” суб’єктного типу (бажання працювати на себе), високою професійною само-ефективністю, система мотивації досягнення визначається високою інтенсивністю і переважанням мотивації досягнення успіху у порівнянні з мотивацією уникнення невдачі тощо).

День 3 (5 год.).

Мета: аналіз учасниками програми власних структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб’єктності як основи успішного функціонування у підприємницькій сфері діяльності.

На даному занятті акцент було зроблено на тих характеристиках особистісно-професійної суб’єктності, на які студенти при створенні “Моделі успішного підприємця” не звернули уваги. Такими характеристиками виявилися:

- високий рівень загальної та соціальної само-ефективності (загальна само-ефективність визначається сприйняттям свого “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює її досягнення, а соціальна само-ефективність вбачається у бажанні особистості співпрацювати з групою однодумців для досягнення поставленої мети);

- побудова майбутніми підприємцями стратегії поведінки на взаємну вигоду на основі особистісно-моральної професійної відповідальності.

Хід заняття:

1. Вступна частина.

2. У розрізі усвідомлення учасниками програми важливості високого рівня загальної та соціальної само-ефективності для успішного ведення бізнесу, з ними

було проведено ділову гру “Заробити на життя” [8], яка моделює кругообіг ресурсів, товарів, умов та грошей.

На початку гри студенти визначили, що в основі особистісної моделі лежать домашні господарства, зацікавлені в одержанні товарів та послуг, і фірми, що зацікавлені в одержанні прибутку. Розглянули базові поняття: кругообіг товарів та послуг, ресурсів та грошей; фактори виробництва (праця, земля, капітал); економічні стимули, роль держави. Зазначили, що особистісна система створює “правила гри”, у відповідності до яких людина грає різні ролі. Саме тому, окрім суто учбових завдань (засвоєння нових понять, формування навичок) перед студентами ставилося завдання визначити свої ролі. Вони:

- а) організовують свою справу (підприємці);
- б) йдуть у магазин (покупці);
- в) влаштовуються на роботу (менеджери);
- г) дивляться телевізор (споживачі).

Група ділиться порівну, кожному учаснику першої половині (підприємцям) вручається значок підприємця і картки грошей на суму 1000 грн., а учасникам другої половини – картки ресурсів (по 15 штук кожному). На одному із столів розміщується “Фабрика Еконо”, де ведучий обмінює підприємцям куплені ними у домашніх господарствах картки ресурсів на картки Еконо, що символізують товари і послуги для населення. Так, у підприємців збираються набори із трьох карток ресурсів (по одному з кожного ресурсу).

Учасники швидко визначили себе у ролі підприємців та продавців ресурсів.

Потім впродовж 25 хвилин йшли пошуки партнерів. Було видно, що гра захопила студентів. Частина “підприємців” об’єднала свої капітали з метою розширення виробництва. Продавці, враховуючи попит на ресурси, піднімали ціну.

Приблизно за 5 хвилин до завершення гри ведучий оголосив: “Фабрика Еконо завершує свою роботу”. Ми прослідкували кількість операцій за ці останні хвилини. Виявилося, що вони склали приблизно половину всіх зроблених домовленостей.

Потім розпочався підрахунок кількості пророблених операцій та одержаного прибутку.

Обговорення результатів гри ми розпочали питанням: “Чим були мотивовані дії обох сторін?”. Частина студентів керувалася такими принципами: “Більше прибутку – більше престижу!”, “Окрім одержання прибутку, необхідно ще й процвітати”. Зіставивши дані відповіді з результатами констатуючого експерименту, виявилося, що вони є характерними для студентів з високим рівнем розвитку суб’єктності як основи індивідуального функціонування в економічній сфері діяльності. Зустрічалися відповіді типу: “Не бути гіршим за інших”. Дана тенденція характерна для студентів з середнім рівнем розвитку особистісної суб’єктності. Студенти з низьким рівнем сформованості даного феномену мотивували свої дії таким чином: “Якщо сказали, значить треба так і робити”.

Як бачимо, створена ситуація стимулювала прояв мотиваційного компоненту суб'єктності здебільшого у студентів з високим та середнім рівнем розвитку особистісної суб'єктності. На нашу думку, причиною тому є відсутність готовності та необхідних навичок, адже в житті переважної більшої студентства подібні ситуації зустрічаються рідко.

Аналізуючи способи, якими учасники досягали своїх цілей, ми виділили наступні:

Тетяна М.: “Я переконувала продати необхідні мені ресурси”;

Оксана О.: “Дістала товар по низькій собівартості, продала по ринковій та отримала прибуток”;

Олексій Р.: “Частина працівників фірми (маркетологи) вивчала ринок, прогнозувала положення на ньому. Коли на фабриці Еконо накопичувалось більше ресурсів, фірма скуповувала їх по низькій ціні та вкладала у виробництво, а частину ресурсів (при підвищенні попиту на нього) продавала по більш високій ціні”.

Як бачимо, створена ситуація по-різному вплинула і на способи досягнення цілі кожним учасником. Студенти, подібно Тетяні, пішли найдоступнішим шляхом, тим, що найчастіше зустрічається у житті. В їх діях відсутні етапи прогнозування, цілепокладання. Вони спрямовані на миттєву вигоду. Поодинокі дії не можуть призвести до стабільного успіху, що у підсумку і підтвердили результати гри – найменша кількість угод.

Друга група учасників в більшій мірі спрямована на ринок. Їх поведінка більш адаптивна. Знання законів функціонування особистісної системи дозволяє їм добиватися успіху. Проте відсутність чіткої структури в межах фірми змушує їх всі обов'язки брати на себе. Вони не розуміють важливості такого вміння як делегування повноважень.

Нарешті, третя група учасників проявила дійсно підприємницькі здібності. Ставши неформальним лідером групи (фірми), вони змогли так організувати роботу, що домоглися найбільшої кількості домовленостей та прибутку. У ході гри вони вирізнялись від інших фірм більшою скоординованістю дій, меншою кількістю невдалих операцій. Тобто, поруч зі знаннями законів економіки вони володіють вміннями ділової комунікації, спроможні мотивувати діяльність членів всієї групи та визначаються високою “дієвістю Я”, тобто “володіють” самою ситуацією та контролюють її досягнення.

Таким чином, на результатах проведення цієї ділової гри студенти мали можливість переконатися у тому, що в основі успішної діяльності підприємців лежить також високий рівень загальної само-ефективності (сприйняття свого “Я” як такого, що “володіє” ситуацією та контролює її досягнення завдяки стійкості перед труднощами, адекватному реагуванню на невдачі, великої кількості зусиль) та соціальної само-ефективності психологічного “Я” (бажання співпрацювати з командою однодумців для досягнення поставленої мети). Зроблений учасниками гри висновок, ми підтвердили концепцією Г.Саймона “обмеженої раціональності”. Основна ідея даної теорії полягає у тому, що одна людина не в змозі прийняти

абсолютно раціональне рішення. Лише група однодумців (фірма, компанія) спроможна прийняти рішення близьке до раціонального. А лідер має лише спрямовувати поведінку її членів, що виконують різні функції (ролі), на досягнення певної мети [129].

3. З метою усвідомлення майбутніми підприємцями побудови стратегії поведінки на взаємну вигоду на основі особистісно-моральної професійної відповідальності з учасниками програми було проведено ділову гру “Угода”.

Учасники гри розбиваються на пари, сідають спиною один до одного і їх попереджають, що контакти з партнером у процесі гри будуть заборонені. Кожен студент отримує по 20 карток: 10 білих і 10 чорних. Поряд з кожною групою ставиться стілець.

Інструкція учасникам гри: “Кожен з вас є підприємцем і, звісно, кожен для іншого виступає конкурентом, оскільки за умовами гри ви обидва робите свій бізнес в одній сфері. У кожного з вас з’явилась вигідна пропозиція, на якій можна добре заробити. Але це – пропозиція кримінальних структур, що, зрозуміло, робить справу ризикованою. Ви можете погодитись на цю пропозицію, а можете і відмовитись. В принципі, і те, і інше рішення може принести вам прибуток, що буде залежати від вибору дій вашого партнера-конкурента”.

Далі учасникам пропонується таблиця.

1-й підприємець	2-й підприємець	3-й підприємець	4-й підприємець
Угода	Угода	-3	-3
Угода	Відмова	+5	-5
Відмова	Угода	-5	+5
Відмова	Відмова	+3	+3

Це означає, що якщо обидва підприємці укладають угоду з кримінальними структурами, то обидва втрачають по три тисячі гривень. Якщо кожен з них складає угоду, а другий відмовляється, то перший заробляє п’ять тисяч гривень, а другий ці ж п’ять тисяч втрачає. І, нарешті, якщо обидва відмовляються від операції, то вони одержують по три тисячі гривень. У грі передбачено 10 ходів. Через кожні 30 сек. по команді ведучого гравці повинні одночасно класти на пустий стілець поряд по одній картці: чорна означає угоду, біла – відмову. Побачивши рішення свого партнера, гравець заповнює свій бланк прибутків.

У графах ходів при укладанні угоди ставиться буква “У”, а при відмові – “В”. У графі результатів учасник фіксує свої прибутки і втрати з відповідними знаком. Завдання гравців – одержати максимальний прибуток. Виграє той, хто зміє заробити максимальну суму.

Бланк для гри

Ім'я учасника		Ім'я партнера	
№ ходу	Хід учасника	Хід партнера	Результат ходу
1.			
2.			
.....			
10.			
Кінцева сума			

Учасникам практично з самого початку очевидно, що, якщо обидва відмовляються від операції, то зможуть одержати свої “чесно зароблені” три тисячі гривень. Але кожен усвідомлює ризик цього рішення: я відмовляюсь, а мій партнер ні, і тоді він виграє. Такі міркування штовхають багатьох на вибір угоди і в результаті обох чекає фінансова катастрофа. З кожним ходом посилюється мотив: якщо я програю, то й він не виграє.

Підведення підсумків виділило серед восьми пар учасників лише одну, яка обрала не шлях обману і недовіри до партнера, а шлях конструктивної взаємодії, що базується на доброзичливості і довіри. Під час підрахунку зароблених грошей, а в даній парі виявилася найбільша сума, учасники мали змогу переконатися, що окрім гри проти когось, коли виграш одного – це обов’язково програш іншого, є ігри, коли виграти можна лише разом, на основі чого було зроблено висновок, що функціонування в етично “зарядженому” просторі також, певною мірою, визначає успішність діяльності суб’єктів підприємництва.

3. Домашнє завдання: уявити себе в якості людини, яка вирішила створити власний бізнес. Написати план-проспект своєї діяльності на основі виділених складових успіху; особливу увагу звернути на особистісні риси та стиль поведінки, які повинні бути властиві успішному суб’єкту підприємницької діяльності.

День 4 (5 год.)

Мета: активізація мотиваційного потенціалу учасників програми та створення ними програми нарисів фіксованих ролей успішного підприємця.

1. Вступна частина.

2.3 метою активізації мотиваційного потенціалу з учасниками програми було проведено вправу “Активізуй уяву”, логічним завершенням якої стало виконання вправи “Успіх у житті” [47].

Вправа “Активізуй уяву” передбачала виконання студентам таких завдань:

1. Уявіть якомога яскравіше, що здійснилася ваша мрія, що ви досягли своєї цілі, що успіх, слава, багатство та щасливе життя нарешті стали реальністю. Створіть картинку приємного, свого щасливого майбутнього.
2. Уявіть, як ви наполегливо (але з приємністю) багато працювали заради вашої мети. Спробуйте якомога чіткіше “прокрутити” в уяві картинку того, як ви з величезною насолодою займаєтесь певною діяльністю. Іноді ви відчуваєте труднощі, проте вам цікаво, і ви прагнете подолати

перешкоди і досягти своєї цілі.

3. Спробуйте дві картинки пов'язати між собою. Наприклад, як результат тривалої роботи і значних зусиль – успіх, щастя, багатство, слава. Спробуйте поєднати ці дві картинки в певній послідовності.
4. Уявіть два шляхи досягнення кінцевої мети: легкий (успіх, як кажуть, “звалився вам на голову”) та важкий, впродовж якого ви наполегливо працювали. Порівняйте, при якому варіанті кінцевий результат буде для вас більш цінним.
5. Створіть в уяві образ людини, яка задовольнила всі свої бажання, і вже немає чого чекати від життя. Уявіть, що вона відчуває.
6. Уявіть, які нові цілі могли б ви намітити при повному досягненні того, що бажаєте сьогодні.

Вправа “Успіх у житті” пов'язана з використанням позитивних емоцій, які пов'язані з успіхом у минулому, для формування нових мотиваційних тенденцій.

Завдання перед учасниками програми:

1. Пригадайте випадок з життя, коли ви пережили значний успіх. Закрийте очі і уявіть це якомога яскравіше. Створіть певну картинку в своїй уяві. Зверніть увагу на розмір, точність і якість цієї картинки, на ті рухи, звуки. Переживання, що створюють та супроводжують її.
2. Потім задумайтеся над ціллю, якої ви б хотіли досягти. Уявіть її чітко. Прокрутіть в уяві картинку її досягнення.
3. Розмістіть в уяві цю картинку туди ж, де знаходиться попередня. Спробуйте накласти їх одна на одну та відчути радість, задоволення від успішного завершення справи (досягнення цілі) у майбутньому так, як ви відчували це в минулому.

3. Етап створення програми нарисів фіксованої ролі успішного підприємця, в основу якого покладена “Програма розвитку часової перспективи і спроможності до цілепокладання” (М.М. Толстих). Робота за даною програмою допомагає учасникам визначити свої життєві плани, прояснити тимчасову перспективу майбутнього, уточнити або скласти план майбутнього розвитку, підвищує спроможність бачити перспективу свого майбутнього життя, самому визначити цілі свого життя, сприяє засвоєнню навичок планування, співвіднесення ближньої та дальньої перспективи. Тимчасова перспектива майбутнього є ментальною проекцією мотиваційної сфери людини і феноменально являє собою різною мірою усвідомлювані нею надії, плани, проекти, прагнення, побоювання, домагання, пов'язані з більш або менш віддаленим майбутнім.

Перед тим як почати роботу, учасникам програми була продемонстрована значущість визначення власних життєвих цілей. Для цього ми скористалися простою метафізичною вправою, запропонованою А.Роббінсом. Учасники встали, поставили ноги на ширину плечей, руки витягнули вперед паралельно полу. Потім всім корпусом повернулися назад і зафіксували поглядом те місце, до якого вдалося повернутися. Вернулися у вихідне положення, закрили очі. Уявили собі, що наступного разу вони зможуть повернути свій корпус значно далі. А потім,

відкривши очі, спробували знов повернутися. Порівнюючи те місце у просторі, в якому вони зараз опинилися, з уявною поміткою на стіні, всі наочно переконалися в реальній силі впливу поставленої перед собою цілі.

Надалі учасники програми працюють у своєму робочому зошиті, дотримуючись виконання наших вказівок .

1. Спробуйте, не ставлячи перед собою ніяких (!) обмежень, намалювати своє майбутнє життя – так, як би ви хотіли, щоб воно склалося, з тими дорогами, по яких би ви хотіли пройти, з тими вершинами, на які б ви хотіли піднятися.

Починайте із конкретного списку того, про що мрієте, чим хотіли б займатися, де жити, що мати. Поступово прийдете до глобальної цілі, де б ви змогли максимально самореалізуватися. Зосередьтесь і впродовж 15 хвилин змусьте свій олівець працювати. Де тільки можливо, скорочуйте слова і переходьте до наступного бажання. Відчувайте себе особою, якій все під силу, дайте волю своїй уяві, відкидайте обмеження. Якщо якісь обмеження, сумніви не даватимуть спокою, уявіть собі, що ви виводите їх з поля, вилучаєте з рингу, тощо .

Записуючи те, чого в результаті хотіли б досягти, притримуйтесь таких правил:

- 1) формулюйте свої мрії в позитивних термінах, не пишійть, чого б ви не хотіли, а лише те, до чого прагнете;
- 2) будьте надто конкретні: намагайтесь чітко уявити собі, як це виглядає, як пахне, звучить, яке на дотик; чим сенсорно багатший ваш опис, тим більшою мірою він задіє ваш мозок для досягнення цілі;
- 3) намагайтесь скласти яскраве уявлення про результат: що саме буде, коли ви досягнете своєї цілі, що ви тоді будете відчувати, що і хто буде вас оточувати, як це буде виглядати, як взагалі дізнатися, що ви досягли того , до чого прагнули;
- 4) важливо формулювати такі цілі, досягнення яких в принципі залежить від вас; не треба розраховувати на те, що хтось або щось повинен зробити і тоді все буде добре; те, до чого ви прагнете, повинно належати вам, йти від вас, бути вашим;
- 5) спроектувавши у майбутнє наслідки ваших сьогоднішніх цілей, подумайте, чи не принесуть вони шкоди іншим людям: ваші результати повинні приносити користь і вам, і іншим, вони мають бути етично “заряджені”.

2. На наступному етапі пропонується переглянути перелік бажань і визначити, в якій часовій перспективі працює кожний з учасників програми: чи прагнуть мати вони все, про що написали, вже завтра, чи, навпаки, цілі відносяться до віддаленого майбутнього. Відповідно, у першому випадку, пропонується подумати про віддалені перспективи, а в другому – про найближчі цілі, плани, кроки. Важливо мати уявлення і про перший крок, і про останній.

3. Тепер з усього того, що написали учасники програми, їм пропонується вибрати найважливіші чотири цілі на цей рік, або те, що у випадку реалізації призведе до величезного задоволення та самореалізації.

Потім пропонується написати, чому кожен з учасників впевнений у тому, що для нього це так важливо. Ці твердження відрізняють звичайний інтерес від суб'єктивної необхідності, обов'язковості цього досягти. На даний момент “чому” набагато важливіше за “як” цього досягти.

4. Тепер, коли складено список із 4 головних, ключових цілей, необхідно знову переглянути їх через призму сформульованих вище правил: чи визначена кожна ціль в позитивних термінах, чи конкретно її формулювання, чи є чітке уявлення про результат, чи під силу досягнення цієї мети самій особистості, наскільки ця ціль етично “заряджена”.

5. Кожному пропонується скласти список необхідних для досягнення цілей ресурсів, які обираються з того, що вже є в наявності. Це можуть бути певні риси характеру, друзі, які здатні підтримати та допомогти, фінансові ресурси, рівень освіченості, енергія, нарешті, час, яким можливо хтось володіє і т.п.

6. Після цього необхідно написати, якою людиною має бути, щоб реалізувати поставлені цілі, досягти успіху в житті. Це передбачає створення учасниками програми образу успішної людини. Важливо почати з характеристик зовнішніх проявів її поведінки, а потім перейти до аналізу її внутрішніх особистісних підсистем; звернути увагу на ті якості, які відрізняють успішну людину від неуспішної (“невдахи”).

7. Здійснити самоаналіз власних особистісних підсистем з опорою на те, чи спроможні вони прогнозувати кожному успішність у досягненні поставлених цілей.

8. Тепер пропонується визначити власні обмеження, тобто проаналізувати, що саме перешкоджає кожному реалізувати власні цілі, досягти успіху у житті.

9. На цьому етапі необхідно для кожної з обраних цілей скласти покроковий план для її досягнення. Доцільно почати з кінцевого результату, а потім крок за кроком спланувати весь шлях аж до того, що можна зробити за цим планом прямо зараз.

На даному етапі було зроблено перший важливий крок. Учасники програми точно знають, чого хочуть: вони описали цей процес як у кінцевому результаті, так і на початкових стадіях; визначили, які сторони їх особистості допомагають, а які заважають досягнути мети, тобто виділили ті особистісні підсистеми, які потребують нагального розвитку з метою реалізації поставлених цілей, досягнення успіху в житті.

4. Домашнє завдання: кожному з учасників програми проаналізувати необхідність змін у власних особистісних підсистемах щодо симптомокомплексу якостей успішного підприємця. Виявити рівень свого бажання для наполегливої, цілеспрямованої роботи над собою.

Цикл 4 (розвиваючий) розрахований на 5 днів роботи по 6 год.

Мета: розвиток структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців як детермінанти їх успішної підготовки.

Всі заняття цього циклу включали обов'язково вступну частину, зміст якої оговорювався раніше, тому в подальшому на ній зупинятися не будемо. Заключна частина заняття виглядала дещо по-іншому.

На нашу думку, коли особистість розпочинає мислити позитивно і впевнено по відношенню до свого життя, вона бере під контроль все, що відбувається з нею. Вона приводить своє життя у гармонію з причиною та наслідком: сіє позитивні причини та пожинає позитивні наслідки. Вона починає сильніше вірити в себе та свої здібності і, відповідно, очікує більше позитивних результатів, а також залучає позитивних людей та ситуації, в результаті чого її зовнішнє життя проходить у відповідності з внутрішнім світом конструктивного мислення. Як бачимо, всі ці трансформації починаються з власних думок. Зміна свого мислення обов'язково призводить до зміни свого життя. Головне, з чого необхідно почати, - це змінити ментальний еквівалент того, що хочеться відчувати у реальному житті. Саме на основі такого бачення кожне заняття розвиваючого циклу "Програми розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців" ми завершували прийомами ментального програмування мозку на успіх [150], в основі яких лежать ментальні закони контролю, причини і наслідку, віри, очікувань, тяжіння, відповідності та ментальної еквівалентності.

Програма ментального програмування передбачає етапи візуалізації, використання тверджень, вербалізації та виконання ролі. Як правило, успішні люди володіють здатністю створювати ясні, чіткі уявні образи самих себе та своїх занять. Для них характерна неперервна візуалізація бажаних результатів. Вони постійно думають про те, до чого прагнуть, у думках постійно програють ідеальний образ майбутнього.

На наших заняттях етап візуалізації передбачав створення учасниками групи в своїй уяві картинки чогось бажаного. У всіх подробицях і без особливого зосередження їм було запропоновано замислитись над власним майбутнім, уявити як буде виглядати дім, на що буде спрямована робота, яким буде рівень життя, уявити своє найближче оточення, стосунки з рідними тощо. Особливу увагу було приділено параметрам візуалізації: частоті створення в своїй уяві образу чогось бажаного; чіткості уявної картини; інтенсивності, тобто кількості емоцій, об'єднаних в одному уявному образі; та тривалості часу, впродовж якого у свідомості утримується картинка чогось бажаного. Наголосили на тому, що посилення кожного з цих параметрів прискорює процес створення фізичного еквівалента уявної картини життя.

Наступний прийом ментального програмування полягає у використанні учасниками програми тверджень у відповідності до поставленої ними цілі або створеної картини бажаного майбутнього. Наприклад: "Я собі подобаюсь", "Я можу це зробити!", "Я вірю у чудовий результат кожної своєї життєвої ситуації"

та ін. Вони мають бути позитивні, відноситись до теперішнього часу і носити особистий характер. Подібні твердження приносять спокій, позитивний настрій, відсутність напруги та спроможні викликати суттєві зміни в Я-образі особистості.

Третій крок полягає у вербалізації, тобто промовлянні особистістю наодинці або в присутності інших тверджень, які відповідають її цілям або створеному уявному образу бажаного майбутнього. Проте заняття закінчувались проговорюванням вголос всіма учасниками програми девізу, який було обрано ними в якості превалюючого у житті: “Я досягну успіху у житті! Неможливе є завжди можливим!”, що слугувало переходом до четвертого завершального етапу програми ментального програмування мозку на успіх – етапу виконання ролі. Даний етап полягав у тому, що учасники програми повинні поводити себе так, ніби вони наділені особистісними рисами успішного підприємця, ніби поставлена ними ціль вже досягнута. Вони мали рухатися, одягатися, говорити і діяти у відповідності зі своїм ідеальним образом, але вже за межами аудиторії, в умовах реального буденного життя.

Дана програма ментального програмування мозку на успіх, як вже зазначалося, завершувала кожне заняття розвиваючого циклу програми (з відповідними варіаціями до кожної з тем заняття). Це ми робили свідомо з метою якомога частішого занурення студентів в створений ними образ успішного підприємця. Завдяки цьому студенти значно глибше усвідомлювали необхідність функціонування певних особистісних підсистем, що детермінують успішність їх діяльності в майбутньому.

Основна частина всіх 5 занять розвиваючого циклу програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців” складалася з 4 блоків, куди входили різні види завдань, спрямовані на розвиток певного компонента особистісної суб’єктності. Так, вправи першого блоку спрямовані на розвиток загальної і соціальної само-ефективності майбутніх підприємців. Вправи другого блоку присвячені проблемі переконуючого впливу людини на іншу людину або групу людей. Ці два блоки проводилися разом та за обсягом витраченого часу зайняли два дні роботи. Третій блок “Ефективні продажі” призначений для закріплення навичок ефективної взаємодії майбутніх суб’єктів підприємницької діяльності з клієнтами в умовах ринку. Даний блок розрахований на 2 дні роботи. Четвертий блок вправ впроваджувався впродовж одного робочого дня групи і ставив своєю метою розвиток вміння людини встановлювати контакти, розуміти свій стан, а також стан інших людей та вміння слухати, що означає вміння повністю сприймати іншу людину у всіх вербальних і невербальних її проявах, розуміти підтекст її висловлювань, а також аналізувати свої реакції, які виникають у відповідь на те, що говорить інший.

Перейдемо до опису кожного з виділених блоків.

Перший блок своєю метою ставив розвиток загальної та соціальної само-ефективності учасників програми. В процесі виконання правил імітаційної комп’ютерної гри “Біля озера” через ситуацію менш драматичну (латентну), в

якій немає привселюдного оголошення результатів, немає банкрутства фірми, ми прагнули надати можливість майбутнім підприємцям побачити проміжні результати своєї діяльності, проявити мотивацію досягнення поки що у вигляді формального рішення - запропонувати систему організаційних заходів. Окрім того, робота з комп'ютером, на нашу думку, ефективна для спостереження, апробації та аналізу проміжних результатів своїх дій, здійснює позитивний зворотній зв'язок.

Поруч з одержанням максимального прибутку для себе студенти шукали компромісне рішення по відновленню озера (очищення води, відтворення чисельності риби тощо). Кожен раунд приносив їм певну кількість балів, так що вони могли по ходу гри кількісно оцінити свої дії. Ми помітили, що більшість студентів низького рівня розвитку суб'єктності спочатку проводила заходи або найбільш ризиковані (скидання неочищених відходів), що призводило до великих прибутків, або надавала перевагу незначним заходам (штрафування), що не приносило їм великих балів. Вже на 4-ому раунді учасники гри усвідомлювали необхідність, з однієї сторони, дотримання етичних норм підприємництва, а з іншої – рішучих, ризикованих дій, що приносять прибуток.

Таким чином, незвичність ігрової ситуації, в якій контроль викладача було замінено підтримкою зі сторони ЕОМ (через текучу інформацію та відображення стану озера на екрані), стимулювала групу студентів, що важливо для нас, з низьким рівнем розвитку особистісної суб'єктності до прояву “дієвості Я” як такого, що спроможне оволодіти ситуацією та контролювати її досягнення, до прояву більш раціональної поведінки, а також підтвердила, що дотримання морально-етичних аспектів лежить в основі успішності підприємницької діяльності.

З метою розвитку само-ефективності майбутніх підприємців, зокрема в ситуації, коли скрутну невизначену ситуацію необхідно використовувати з користю для себе, орієнтуючись при цьому на загальні потреби суспільства, була проведена організаційно-діяльнісна гра “Аукціон з продажу товарів місцевих фірм”. Зокрема, на продаж був виставлений глечик у вигляді птаха, у якого ніби-то під час торгів тріснула ручка.

Ми спостерігали за поведінковою реакцією учасників програми у створеній ситуації. Спочатку гравці хотіли навіть позбавитися даного предмета, і замість нього виставити інший. Але Тетяна М. запропонувала: “Давайте назвемо його таким чином, щоб дефект цього глечика став його надбанням”. Зауважимо, що ця студентка під час констатуючого експерименту виявила низький рівень розвитку особистісної суб'єктності. Таку думку підтримала переважна більшість гравців.

Переможцем конкурсу ідей виявилась назва Олексія Р. “Птах щастя із внутрішнім надломом”. Цей глечик було продано за неймовірно високу у порівнянні з початковою ціну.

Під час обговорення гри, учасники ділилися враженнями, що вони відчували, коли зрозуміли, що ситуація стала кризовою.

Олексій Р.: “Спочатку розгубився. Хотів відмовитися від участі у торгах. А потім вирішив, що в житті можуть зустрітися подібні випадки і слід спробувати знайти нестандартне рішення, обернути недоліки у переваги”.

Тетяна М.: “Подумала про те, що постраждає престиж фірми, мій власний, якщо просто здатися, відмовитися від аукціону. Згадала, як поводять себе у подібних випадках успішні підприємливі люди. Дуже допомогла вправа, яку ви проводили з нами, де ми шукали різні нетривіальні рішення у вигляді інструкцій по використанню предметів”.

Із розмови з учасниками гри ми зрозуміли, що, опинившись у невизначеній ситуації, частина з них шукає подібні приклади з попереднього досвіду, пригадує ситуації-зразки, тобто адаптує вже знайомі рішення до конкретного випадку. Друга ж частина гравців на основі саморефлексії моделює стратегію поведінки, що конструює якісно нові нестандартні рішення. На основі прикладів, взятих з життя відомих успішних підприємців, було зроблено висновок про ефективність використання кожного з цих шляхів розв’язання подібних ситуацій.

Важливою для розвитку соціальної само-ефективності майбутніх підприємців, в розрізі усвідомлення факту, що для ефективного розв’язання проблеми необхідно зважати не лише на власні інтереси, а й на інтереси групи, виявилася вправа “Бути чи не бути” [9].

Учасників було розділено на 2 групи. Кожна команда мала сісти таким чином, щоб утворилося коло. В кожному колі одному з гравців дається картка зі словом *бути*, його сусіду – зі словом *или*, і т.д. поки всім учасникам не будуть роздані слова “Бути или не бути. Вот в чём вопрос” (по одному слову на гравця). Іншій групі учасників був запропонований вільний текст, багатий на засоби емоційного вираження: “Обережно! О, любий, я ж попереджувала тебе про небезпеку!”

Учасники промовляють слова вголос, по черзі, починаючи з першого гравця. Результатом першого разу виконання вправи виявилася серія не пов’язаних між собою слів з довільним наголосом на будь-якому з них. Вправа проводилася до того часу, поки всі учасники не навчилися прислуховуватися один до одного, підхвачувати слово попереднього гравця, додавати своє власне і передавати їх поєднання наступному так, щоб все речення стало ритмічним і осмисленим. У нашому випадку це вдалося зробити з четвертого разу.

З метою підвищення готовності індивідів злитися з групою заради виконання завдання була проведена вправа “Жива піраміда” [9], яка дала можливість попрактикуватися у сумісній роботі для виконання конкретного завдання, використовуючи внесок кожного члена команди.

Учасники розбиваються на 2 команди і їм повідомляється, що кожній треба побудувати живу піраміду. Умови: вершина піраміди має бути вище за найвищого серед членів групи; кожен член команди повинен бути її частиною, і піраміда має бути досить стійкою, щоб простояти хоча б 30 секунд. Не треба говорити про допоміжні засоби – стільці, драбини.

Спостерігаючи за тим, що відбувається, відмічалися наступні моменти, які пізніше обговорювалися у групі. Чи поступалася група комусь з учасників у випадку, наприклад, коли одяг був незручний (білий, тому легко забруднитися; тісний, тому важко піднятися нагору; у когось не згинається коліно, і не можна на нього опуститися і т.д.). Як група використовувала можливості окремих індивідів? Наприклад, чи стали більш сильні учасники опорою, по якій могли підійматися нагору більш легкі члени команди? Чи проявляв хто-небудь при побудові піраміди організаторські здібності? Хто кому допомагав і чому? Ми намагались виділити тих, хто був налаштований на роботу в команді, а хто прагнув залишитися наодинці. Обговорення гри завершилося дискусією про особливості роботи у команді у порівнянні з індивідуальною діяльністю, в основі якої давалися відповіді на питання типу: в чому різниця, чим команда сильніша, в чому полягають переваги індивідуальної роботи.

В основі другого блоку розвиваючого циклу програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців” покладено усвідомлення учасниками програми способів переконуючого впливу однієї людини іншої. З цією метою була проведена сюжетно-рольова гра “Контрабанда” [75], в якій гравець мав переконати групу людей, яка не довіряє йому, у тому, що він заслуговує на їх довіру.

Ведучий повідомляє, що четверо учасників, які виявили бажання брати участь у грі, зараз будуть у ролі туристів, що намагаються через таможню провезти контрабанду. Контрабанда – це конкретний невеликий предмет, захований в одязі одного із “туристів”. Що це за предмет, хто його переховує у себе, вирішать вони самі за дверима. Коли “туристи” повернуться і сядуть перед групою на стільці, решта учасників гри має виявити серед них того, хто перевозить контрабанду. Для полегшення здогадування можна задавати “туристам” будь-які питання, звинувачувати їх, викривати, просити дати правдиві показання та ін. “Туристи” мають відповідати і поводити себе так, як їм захочеться.

Ведучий дещо допомагає за дверима “туристам”, пропонуючи взяти на себе ролі, які відволікатимуть увагу групи. Один з “туристів”, наприклад, може намагатися виглядати схвильованим, балакучим, збудливим, постійно виправдовуватися. Інший – захищати і оправдовувати когось з “співучасників”, коли підозра впаде на нього, і т.д. Завдання справжнього володаря контрабанди – нічим не привертати до себе уваги, залишатись самим собою. Загальне завдання кожного “туриста” – переконати групу у тому, що підозри по відношенню до нього – марні.

Під час обговорення гри “туристи” діляться з групою своїми переживаннями, що виникали у кожного під час допиту. Той член групи, хто виявив справжнього володаря контрабанди, висловлювався з позицій того, що викликало його найбільшу підозру, що кинулося у вічі, привернуло на себе увагу в поведінці “туристів”. Після цього висловлювалася решта. Так, в результаті обговорення учасниками гри було виділено декілька способів переконуючого

впливу один одного. Як правило, у багатьох випадках більш корисним є зосередження уваги на людині в той момент, коли вона тільки заходить в аудиторію або тільки збирається з думками, підбирає слова для відповіді на ще незакінчену фразу.

Інша здогадка стосується відносно змісту питань, що задавалися “туристам”. Виявилось, що твердження типу “я знаю, що ти переховуєш”, “я знаю, що ти знаєш” і т.д. не допомогли виявити справжнього контрабандиста. Коли ж “туристу” вказувалося на певні зміни у його поведінці під час допиту (потирання долоней рук, напружено сидить, очі бігають та ін.), але без особливого натиску на звинувачення, то у відповідь підозрюваний починає відчувати деяку незручність і, як правило, змінює позу. Деякі не витримують і, якщо перевозять “контрабанду”, проговорюються (як трапилося у нашому випадку).

Третє міркування стосується прийомів переконуючої поведінки в атмосфері підозрюваності, подібно тій, що створилася у даній грі. Найбільш переконливими здаються ті люди, які наполягають на своєму по типу “зіпсованої платівки”. Якщо повторення одного і того ж твердження не супроводжується постійним нарощуванням емоцій, що звучать в інтонаціях, то людина сприймається як така, що говорить правду.

У розрізі мети другого блоку розвиваючого циклу програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців” була проведена організаційно-діяльнісна гра, в якій учасники за відведений час мали представити проект (рекламу, бізнес-план) своєї майбутньої діяльності групі експертів. В неї входили – керівник маркетингового відділу компанії “Афілада”, президент приватного підприємства “Пі-клуб”, що займається виготовленням і розповсюдженням очищеної структурованої енергетично насиченої питної Пі-води, та представник преси.

Цікаво, що у групі відразу установилася рівновага ролей. Студенти з високим рівнем розвитку особистісно-професійної суб’єктності виступили в ролі ідеологів інновацій. Середній рівень суб’єктності надав перевагу ролі конструктивного критика. Низький рівень об’єднав учасників, яких ми назвали “пасивна більшість”. Зрозуміло, що під час обговорення плану майбутньої діяльності основна частина пропозицій йшла від студентів першої групи, які, окрім того, по ходу обговорення проводили і рефлексивний аналіз своїх можливостей.

Коли Оксана М. (високий рівень розвитку суб’єктності) запропонувала стати самостійними виробниками продукції (шкільна форма, джинсовий одяг), її колеги висловили побоювання щодо недостатнього фінансування проекту та відсутності сировини. Нарешті, після бурхливого обговорення, вирішили займатися виробництвом і розповсюдженням питної очищеної води, тим паче, що га грі в ролі експерта був присутній президент приватного підприємства, яке надає подібні послуги населенню. Ми звернули увагу на вміння студентів швидко знаходити корисну інформацію (ведучий не акцентував увагу на можливості

ділових контактів з членами експертної комісії).

Учасники гри використовували інформацію про власні обмеження у процесі вибору президента фірми, при делегуванні повноважень між членами робочої групи. На захисті проекту студенти показали високі показники, оскільки визначалися згуртованістю, єдністю цілей. Основну ціль діяльності висловив президент компанії Олексій Р.: “Більше якості, прибутку і престижу!”

Особливу увагу, що важливо, у грі учасники надали налагодженню нових зв'язків. Так, президент приватного підприємства “Пі-клуб” Журавльов В.П., розповідаючи про діяльність свого підприємства, непрямо поскаржився на “нетоварний вигляд” продукції, недостатню рекламу товару. У більшості учасників це не викликало ніякого інтересу. А Оксана О. разом із Світланою М. по закінченню гри запропонували, на думку президента, корисну інформацію. Не володіючи достатньою інформацією про продукт, що виготовляється на підприємстві, а це очищена структурована енергетично насичена питна вода, вони склали приблизний перелік проблем, які необхідно вирішити, щоб покращити положення підприємства на ринку. Серед них – створення логотипу підприємства та самої Пі-води, виготовлення рекламних проспектів у вигляді листівок, брошурок, які б відображали сутність та цінність Пі-води, зв'язок з науковими установами та лікарями, які б наглядно підтвердили позитивний вплив Пі-води на організм людини в цілому або ж на окремі органи, вихід у засоби масової інформації (преса, телебачення), організація Всеукраїнського науково-практичного конгресу, де б виступили науковці, лікарі, самі люди, що переконалися на своєму досвіді в ефективності саме цієї питної води тощо.

Зазначимо, що ці пропозиції викликали значний інтерес у президента ПП “Пі-клуб”, і він запросив їх авторів до співробітництва з підприємством.

В основу *третього блоку “Ефективні продажі”* розвиваючого циклу експериментальної програми “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців” покладено розвиток навичок ефективної взаємодії суб'єктів підприємницької діяльності з клієнтами в умовах ринку. Даний блок розрахований на 2 дні роботи. Перше заняття блоку присвячене психологічним аспектам підготовки до зустрічі з клієнтом; друге – взаємодії з ним у процесі зустрічі.

На початку першого заняття з учасниками програми була проведена вправа, під час якої кожен мав можливість виступити у ролі продавця... “кота в мішку”, символом якого виступив невеликий гумовий м'ячик. Визначаються 4 особи, які виявили бажання побути в ролі продавця.

Інструкція: “Уявіть себе в ролі продавця ось цих гумових м'ячиків. Ваше завдання – продати якомога більшу кількість. Переконайте групу людей, що сидить перед вами, розкупити у вас всі м'ячики”.

При виконанні цієї вправи проявляються індивідуальні особливості стилю поведінки у процесі продажу, особистісні риси учасників як продавців.

Невизначеність ситуації пред’являє підвищені вимоги до бажання працювати на клієнта та разом з ним, а також здійснювати переконуючий вплив з урахуванням його інтересів. В результаті обговорення наслідків продажу... “кота у мішку” 4-ма учасниками, ми виділили наступні етапи успішного продажу, на глибше усвідомлення яких була спрямована вся подальша робота на занятті:

- етап встановлення контакту;
- етап вивчення потреб та можливостей клієнтів;
- презентація комерційного рішення;
- етап роботи з запереченнями;
- етап завершення продажу.

Спочатку кожен із учасників впродовж 4 хвилин намагається дати письмову відповідь на питання: “Що для кожного з них є основною ідеєю продажу?”. Йде опитування учасників, при якому ключові слова кожного виступу виносяться на загальний листок. Потім проводиться аналіз всіх визначень, в результаті чого група прийшла до єдиної думки – взаємне задоволення потреб клієнта і продавця.

Наступний крок полягає у тому, що студенти заповнюють додаток 1 “Робочого зошита” блоку “Ефективні продажі”, який має такий вигляд:

Додаток 1 “Робочого зошита”

1.	зустрічі з Клієнтом Що ми даємо Клієнту?	Підготовка до
Чому наші пропозиції необхідні Клієнту? Чому Клієнту краще працювати з нами, а не з нашими конкурентами? Що Клієнт втратить, якщо відмовиться від наших пропозицій?		

Учасники програми об’єднуються у 3 підгрупи, перед якими постає завдання – проаналізувати індивідуальні висловлювання, виробити єдину для всіх учасників думку та підготувати одного учасника для її презентації. Пізніше йде обговорення у всій групі.

На наступному етапі в процесі дискусії виділяються фактори, що сприяють створенню бажаних стосунків у системі “продавець-клієнт”. Ними виявилися: емоційність; контактність; емпатія; ентузіазм; особисте визнання. Учасники кожен фактор мають описати конкретними діями, які йому відповідають. Наприклад, емоційність може проявлятися у посмішці, в запитанні з

підвищенням інтонації “Як справи?”, у розрядженні напруженої ситуації вдалим жартом чи анекдотом та ін. Після цього розпочинається обговорення у групі.

Подальша робота зводиться до ознайомлення учасників програми з прийомами, які дозволяють “попрацювати” зі своїм внутрішнім станом перед безпосереднім контактом з клієнтом. Кожному роздається додаток 2 “Робочого зошита”, в якому відображені деякі з них. Після цього йде обмін думками: всім учасникам пропонується поділитися із тим, що допомагає кожному особисто “налаштуватися”, наприклад, на важливу зустріч, і як вони при цьому керують власним станом.

Додаток 2 “Робочого зошита”

1. Підготовка до зустрічі з Клієнтом Як “налаштуватися” на Клієнта?

1. “Налаштуватися” на Клієнта як на конкретну людину – визначити, хто він, як тут опинився, які його потреби, проблеми, побоювання та сподівання.
2. Уявно “продивитися” всі моменти діалогу.
3. Представити картину вдалої зустрічі (підписана угода, посмішки, вдячність Клієнта, тощо).
4. Зняти напруження з м’язів обличчя, шиї, живота, ніг.
5. Зробити собі комплімент перед дзеркалом, посміхнутися.
6. Відрегулювати темп дихання і зробити паузу перед початком розмови.

Які ще прийоми допомагають кожному з Вас у роботі?

Метою проведення наступної вправи стало усвідомлення учасниками експериментальної програми установок, які заважають успішному виконанню будь-якої справи, та вироблення навички по “самопрограмуванню” на успіх.

Кожний з учасників заповнює додаток 3 “Робочого зошита”, після чого у групі обговорюються варіанти по кожному пункту і визначаються найвдаліші формулювання.

Додаток 3 “Робочого зошита”

1. Підготовка до зустрічі з Клієнтом Робота з установками	
Негативна установка	Позитивна установка
Я не зможу цього зробити...	
Що буде, якщо я помилюся...	
Я боюся... (наприклад, мені не вистачить витримки)	
Мені не вистачить необхідних доказів...	
Мені довірили таку відповідальну справу, а я можу її завалити...	
З такими людьми неможливо працювати...	
Сьогодні в мене не найкращий вигляд...	

З метою розвитку вміння майбутніх підприємців описувати товар (послугу) на мові клієнта, щоб задовольнити його інтереси, кожний учасник мав заповнити додаток 4 “Робочого зошита”. (Дана вправа пропонувалася в якості домашнього завдання). Друге заняття блоку “Ефективні продажі” розпочалося з колективного обговорення індивідуальних варіантів, в результаті чого обираються найкращі рішення.

З метою створення загальної моделі ефективної аргументації в процесі взаємодії при зустрічі з клієнтом спочатку учасникам пропонується навести з власної практики приклади найбільш вдалих (невдалих) моментів у процесі аргументації. На основі сумісного аналізу цих конкретних ситуацій, група встановлює нереалізовані ресурси, уточнює використовувані формулювання та визначає структуру та умови ефективної аргументації.

Додаток 4 “Робочого зошита”

1. Підготовка до зустрічі з Клієнтом Перетворення характеристик товару в задоволення інтересів Клієнта
Інструкція:
1. Перерахуйте характеристики товару (послуги), який Ви пропонуєте своїм клієнтам;
2. Переформулюйте ці характеристики спочатку в переваги Вашого товару (послуги) перед конкурентним товаром, а потім в інтереси клієнта, які будуть задоволені завдяки співробітництву з Вашою фірмою.
Товар (послуга)

Характеристика	Переваги	Інтерес Клієнта
Товар (послуга)		
Характеристика	Переваги	Інтерес Клієнта

Потім учасникам програми пропонується визначити способи і формулювання, які лежать в основі алгоритму ефективної аргументації, спрямованої на потреби клієнта (додаток 5 “Робочого зошита”). Заповнення кожного рядка відбувається в результаті проведення “мозкової атаки” всієї групи.

З метою розвитку вміння розпізнавати потреби клієнта, частині учасників пропонується обіграти декілька ситуацій, в основі яких лежать різні за змістом висловлювання клієнта. Для прикладу наведемо деякі з них: “Припустимо, що я візьму ваш товар, а покупець не знає, що це таке. Що мені робити далі?”; “Да я наперед знаю, що ви мені запропонуєте. У мене й так всього вдосталь”; “Я, знаєте, люблю працювати на довірі. А для цього мені людину треба пізнати”; “Я вважаю, що в бізнесі треба робити абсолютно все і швидко”; “А в чому для мене користь роботи саме з Вами?”. Решті учасників необхідно визначити ту потребу клієнта, яка лежить в основі кожного із цих висловлювань.

Додаток 5

2. Взаємодія під час зустрічі з Клієнтом Аргументація, спрямована на потреби Клієнта	
Алгоритм роботи	Способи і формулювання
1. Стимулювати Клієнта розповідати про свої інтереси	
2. Уточнити пріоритети в інтересах Клієнта	
3. Визначити особисті потреби, що лежать в основі інтересів.	
4. Підтвердити важливість інтересів Клієнта	
5. Признати значущість потреб Клієнта.	
6. Повідомити про взаємозв’язок Ваших пропозицій з інтересами Клієнта	
7. Показати, як Ваші пропозиції працюють на інтереси Клієнта.	
8. Описати ситуацію, коли інтереси Клієнта будуть реалізовані.	
9. Запросити думку Клієнта.	

Особливу увагу при роботі ми звернули на те, як ефективно реагувати на заперечення клієнта по відношенню до того продукту, послуги, які йому пропонують. Група ділиться на 3 підгрупи по 5-6 учасників у кожній. Перша підгрупа шукає варіанти відповіді на заперечення клієнта типу: “Я вдячна за візит, однак, уже впродовж трьох років я працюю з одним із ваших конкурентів. Співробітництвом з ним я задоволений і не бачу причин для зміни партнера”.

Друга підгрупа працює з таким запереченням: “Гаразд, з ціною вашої системи я ще можу погодитися. Однак мене не влаштовує те, що за кожну послугу я маю сплачувати додаткові кошти. Це для мене дорого!”.

Третій частині учасників запропоноване наступне заперечення клієнта: “Ваша пропозиція занадто ризикована, і реалізувати її буде складно. Ви даєте надто мало гарантій”.

В результаті обговорення шляхів ефективного реагування на заперечення клієнта група доходить до створення алгоритму ефективної роботи на цьому етапі.

У четвертий блок розвиваючого циклу програми “Розвитку особистісної суб’єктності майбутніх підприємців” увійшли вправи з розвитку вміння людини встановлювати контакти, розуміти свій стан та стан інших людей; а також уміння слухати, що означає вміння повністю сприймати іншу людину у всіх вербальних і невербальних її проявах, розуміти підтекст її висловлювань та аналізувати свої реакції, які виникають у відповідь на те, що говорить інший. Розглянемо суть кожної з них.

Вправа 1. Учасники сидять по колу. Декільком з них роздаються картки із позначенням різних емоційних станів, які і пропонується їм зобразити. Решта групи має висловлювати свої думки відносно ознак того стану, який демонструється, а потім назвати його. Таке обговорення дає можливість сформулювати “банк” тих невербальних проявів, на які можна спиратися, визначаючи стан людини. Окрім цього, дана вправа дозволяє розвивати виразність поведінки учасників групи.

Вправа 2. Учасники групи сидять по колу.

Інструкція учасникам: “В житті іноді ми зустрічаємося із ситуаціями, в яких нам необхідно спонукати іншу людину щось зробити. Спроби виявляться результативнішими, якщо ми будемо враховувати особистісні риси людини, до якої звертаємося, а також її настрій, стан під час розмови. Спробуйте зараз пригадати випадок із власного життя, коли ви намагались спонукати когось на певні дії, наприклад, сходити з вами у магазин та ін. А зараз уявно поставте себе на місце людини, до якої ви звертаєтесь, всіх членів вашої групи по черзі і подумайте, як би ви зверталися до кожного, враховуючи його особистісні якості. Можете записати можливі варіанти”.

Після цього учасники працюють у групах по 4-5 чоловік у кожній. Кожен, стисло охарактеризувавши свою ситуацію, звертається по черзі до членів своєї підгрупи, уявляючи їх на місці свого співрозмовника. Кожна розмова триває 1-2 хвилини. В кінці розмови ті, до кого звертаються, висловлюють свої враження,

говорять, що спонукало їх піти назустріч проханню, а що знижувало це бажання.

Після завершення роботи у групах продовжується обговорення “у колі”, під час якого було складено перелік того, що сприяє досягненню успіху в ситуації спонукання іншої людини до певної дії. Називалися такі моменти: вдалося зрозуміти інтереси співрозмовника і врахувати їх в процесі розмови; був встановлений хороший емоційний контакт; допомогла впевненість в собі, яка виявлялася в тональності розмови; відкритість; чіткий виклад причин спонукання.

Вправа 3 виконувалася у групах по 3 чоловіки. Інструкція учасникам групи: “Уявіть собі, що ви вирішили брати участь у конкурсі на посаду персонал-менеджера у великій фірмі. Відбір проводиться у декілька етапів, на кожен з яких збираються різні люди. Зараз у кожній групі хтось один (я пізніше скажу, хто саме) спробує налагодити контакт з кожним із решти учасників вашої підгрупи. При цьому той, хто встановлює контакт, зацікавлений в отриманні інформації відносно процедури відбору, а ті, до кого він звертається, займають приблизно таку ж позицію: ситуація відбору є дуже важливою, і ви прагнете успішно її пройти, тому у вас є важливі причини не відволікатися від ваших роздумів щодо передбаченої співбесіди і даєте це зрозуміти тому, хто до вас звертається. Разом з цим пам’ятайте, що якщо поведінка людини, яка до вас звернеться, викличе у вас бажання вступити з ним у розмову, ви можете це зробити». Далі визначаються учасники, які в кожній із груп повинні на першому етапі роботи спробувати встановити контакт. Через 4 хвилини розігрування ситуації припиняється та стисло обговорюється одержаний результат. Після цього змінюється склад групи і визначаються ті, хто на другому етапі повинен розпочати розмову. Так, кожен мав побувати в активній позиції.

Завершується робота обговоренням у колі, в процесі якого особлива увага приділялася тим вербальним і невербальним аспектам поведінки, які сприяють налагодженню контакту. Окрім цього, дана вправа дає можливість кожному учаснику апробувати та потренуватися в різних способах встановлення контакту, що дозволяє закріпити одержані навички і створює сприятливі умови для їх втілення в реальну діяльність.

З метою усвідомлення майбутніми підприємцями, що саме в поведінці людини допомагає їй співрозмовнику відкрито висловлювати свої думки, а що призводить до потаємності у висловлюваннях, учасників програми було ознайомлено з прийомами активного слухання [123]. Це:

- “ехо” – дослівне повторення основних висловлювань людини, чому передують ввідні фрази типу: “Наскільки я вас зрозумів...”, “Ви вважаєте, що...”;
- “резюме” – відтворення суті висловлювань людини у зжатому та узагальненому вигляді. При цьому можна користуватися такими ввідними фразами як: “Таким чином, вас цікавить...”, “Тобто, найважливішими критеріями відбору для вас є...”;
- “логічний наслідок”, який робиться зі слів співрозмовника. Наприклад: “Якщо виходить з того, що ви сказали, вас цікавить...”;

- “уточнення” деяких положень із висловлювань співрозмовника. Наприклад: “Це дуже цікаво, не могли в би уточнити, як ви розумієте...”;
- подальший розвиток думок співрозмовника – проговорювання підтексту висловлювань співрозмовника.

Для більш усвідомленого сприйняття прийомів активного слухання співрозмовника по спілкуванню, яке відбувалося на теоретичному рівні узагальнення, з учасниками програми було проведено наступні вправи.

Спочатку часникам пропонується така ситуація: “Вчора наш завідуючий знову зробив мені зауваження у присутності моїх колег. Таке враження, що я працюю перший рік, і мені треба пояснювати, як розподіляти обов’язки у відділі. Набридли мені все, час із цим покінчити”. На проблему, що виникла, слід дати відповіді, в основі яких було б покладено прийоми активного слухання.

Наступна вправа виконується у парах і супроводжується такою інструкцією: “Зараз ми будемо виконувати вправу, в процесі якої нам знадобляться правила активного слухання”. Учасникам роздаються картки з надрукованими правилами:

- 1) повністю концентруй свою увагу на співрозмовнику. Звертай увагу не лише на слова, а й на міміку, позу, жестикуляцію;
- 2) перевіряй, чи правильно ти зрозумів слова співрозмовника;
- 3) не давай порад;
- 4) не оцінюй.

“Розподіліть між собою у парі ролі: один з вас буде “говорити”, а другий – “слухати”. Той, хто “говорить” впродовж 5 хвилин розповідає тому, хто “слухає” про свої труднощі, проблеми у спілкуванні. Особлива увага звертається на ті свої риси, які породжують ці труднощі. Той, хто “слухає”, дотримується правил активного слухання і тим самим допомагає тому, хто “говорить” розказувати далі”.

Через 5 хвилин бесіда зупиняється.

“Зараз у того, хто “говорить” буде 1 хвилина для того, щоб сказати тому, хто “слухає”, що в поведінці останнього допомагало йому висловлюватися щиро, розповідаючи про себе, а що ускладнювало цю розповідь. Поставтеся до цього завдання серйозно, тому що саме від вас ваш співрозмовник може зрозуміти, що в його поведінці спонукає інших людей висловлюватися щиро, а що цьому перешкоджає”.

Після завершення виконання цього завдання учасникам дається наступна інструкція: “Тепер той, хто “говорить” впродовж 5 хвилин буде розповідати тому, хто “слухає” про свої сильні сторони у спілкуванні, про те, що допомагає йому встановлювати контакти, налагоджувати взаєностосунки з людьми. Той, хто “слухає”, дотримуючись правил активного слухання, враховує ще й ту інформацію, яку він отримав впродовж попередньої хвилини від свого партнера”.

Наступний етап даного завдання полягає у тому, що за 5 хвилин той, хто “слухав” мав повторити тому, хто “говорив”, що він зрозумів з двох його розповідей про себе, тобто про його труднощі і проблеми у міжособистісній взаємодії та його сильні сторони у спілкуванні. Той, хто “говорив”, в даний

момент виступає у ролі того, хто “слухає”, і киванням голови показує, погоджується він з тим, що йому кажуть, чи ні. Якщо він заперечує, то тому, хто “говорить”, необхідно виправлятися до тих пір, поки не буде підтвердження правильності його слів.

В кінці виконання вправи обговорювалися наступні питання: “Чи дотримувалися під час розмови прийомів активного слухання?”, “Які правила активного слухання було виконувати легше? Які важче?”, “Про що було легше говорити – про свої труднощі та проблеми у спілкуванні чи про сильні сторони?”, “Який вплив чинили дії того, хто “слухав” на того, хто “говорив? Як вони сприймалися останніми?” та ін. Особлива увага приділялася аналізу почуттів учасників програми, що виникали під час розповіді про сильні сторони та труднощі у спілкуванні. Результатом виконання даної вправи є рефлексія процесу слухання, внаслідок чого формується вміння слухати іншого, усвідомлюються такі бар’єри слухання як оцінювання, бажання дати пораду, розповісти що-небудь зі свого досвіду та ін.

Цикл 5 (діагностичний).

День 10 (6 год.). Завершення роботи.

Мета: виявлення змін в структурно-динамічних та етико-сміслових характеристиках особистісно-професійної суб’єктності учасників програми.

Група розпочала свою роботу в останній день експериментального навчання письмовим самозвітом про відображення рівня задоволення результатами навчання та в чому ці результати проявилися. Довільні самозвіти студентів дали цінний матеріал щодо розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісної суб’єктності як детермінанти успішної підприємницької діяльності кожного та змогу планувати подальшу індивідуальну роботу зі студентами.

Приводимо приклади самозвітів.

“Заняття мені надзвичайно сподобалися і були дуже корисними. Так повинні проходити всі предмети. Ми ніби грались, адже було цікаво, а нових знань отримали дуже багато, причому не лише теоретичних, а й практичних. Я так думаю, бо тепер я по-іншому дивлюся на вирішення багатьох проблем, замислююся над тим, як можна вчинити з більшою ефективністю для себе”.

(Тетяна М.)

“Спецкурс приніс мені надзвичайну користь. Я подивилася на себе зі сторони, усвідомила свої слабкі сторони, які неприйнятні у сфері бізнесу. Зрозуміла, якою має бути людина, щоб досягти успіху у житті. На багато проблем я подивилася з іншої сторони, не такими вони виявилися і складними. І взагалі – неможливе є завжди можливим!”

(Олена О.)

“Заняття сподобалися всім, я впевнений! Ми завжди після занять обговорювали, сперечалися. Тут є про що поговорити. Я, наприклад, не можу у малознайомій для мене ситуації привертати до себе увагу, відстоювати свою точку зору, проявляти наполегливість. А це ж важливо! Хоча, як виявилось, мало

хто з групи помітив цю особливість у моїй поведінці. Але мені хотілося б бути більш впевненим у собі і більш рішучим у діях. Я досягну цього!”

(Богдан С.).

Аналіз самозвітів показав, що по завершенню експериментального навчання всіма студентами, за їх суб'єктивним відчуттям, поставлена мета програми “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців” у цілому досягнута. Нами було помічено, що проведення подібного роду занять організувало студентів, стимулювало ініціативність, виробило активну життєву позицію, зробило їх більш відповідальними за свої вчинки. Почалося вироблення адекватного пізнання власних можливостей через навички саморефлексії.

З метою актуалізації особистісних ресурсів учасників програми по завершенню експериментального навчання наприкінці роботи у групі була проведена наступна вправа. Інструкція: “Наша робота підходить до кінця. У кожного з нас є можливість звернутися до двох учасників групи і попросити їх назвати ті риси, які допомагають вам стати успішною людиною (підприємцем), та, які цьому заважають. Учасники, до яких звернулися з питанням, мають подумати, а потім висловити свою думку”.

Позитивний обернений зв'язок, що існував під час проведення цієї вправи, слугував гарним засобом збагачення свідомості учасників програми позитивними, емоційно насиченими образами, пов'язаними з усіма сторонами особистості. Все це в сукупності збільшує “стійкість” особистості, “площу” її опори на себе, що є запорукою успішної взаємодії з довкіллям.

З метою виявлення змін в розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців під впливом експериментального навчання, було проведено повторне обстеження учасників контрольної та експериментальної груп. Структурні та змістові відмінності між компонентами особистісно-професійної суб'єктності студентів експериментальної групи до та після тренінгу слугували мірою його ефективності, а відсутність змін у контрольній групі підтверджувала, що зміни в експериментальній групі викликані фактором участі студентів у заняттях і не є випадковими.

Оцінка ефективності експериментального навчання здійснювалася у двох напрямках:

- 1) перевірка засвоєння теоретичного навчального матеріалу. Порівняння рівня знань студентів контрольних і експериментальних груп показало переваги активних групових методів навчання порівняно з традиційними ;
- 2) оцінка результатів удосконалення особистісно-професійної суб'єктності як провідної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, яка проводилася за повторним вимірюванням прояву тих структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності, які досліджувались в констатуючому експерименті.

У результаті роботи, спрямованої на розвиток структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, значно збільшилася кількість студентів, які сприймають власне "Я" як таке, що "володіє" ситуацією та контролює її досягнення, а також бажають співпрацювати з групою однодумців для досягнення поставленої цілі. Про це свідчить зменшення кількості студентів з низьким рівнем розвитку загальної та соціальної само-ефективності (з 29,4% до 5,9% осіб) та збільшення кількості осіб з високим рівнем відповідної характеристики (з 14,7% до 38,2%). Водночас майбутні фахівці усвідомили, що в основі стабільної та успішної діяльності підприємців мають лежати норми і цінності раціональної моралі з її універсальними правилами нашого суспільства. Це підтверджується тим, що конструкт моральності у 52,9% випадків пов'язується або з образом "Я" або з образом успішного підприємця, тоді як до формуючого впливу цей конструкт переважно визначався елементом "підприємець-невдаха". Мотиви самореалізації, творчості і незалежності, які до експериментального навчання у жодному випадку не відповідали образу "Я" майбутніх підприємців, зараз починають змінювати свої позиції. Вже 17,6% осіб стверджує, що в основі підприємницької діяльності лежить мотив самореалізації, а 32,4% у власній професійній діяльності вбачають реалізацію мотиву незалежності. Водночас, зменшилася кількість студентів, які сприймають себе в якості "об'єкта" економічної діяльності, свідомо обравши позицію не особистого, а повноважного контролю, виконуючи при цьому роль залежного виконавця і передаючи економічний контроль "компетентним іншим" (з 29,4% до 11,8% осіб). Таким чином, порівняльний аналіз показників рівня розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців виявив інтенсивну динаміку у результатах до і після формуючого впливу.

Зведені результати повторного заміру рівня розвитку особистісно-професійної суб'єктності студентів контрольних і експериментальних груп представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Рівні розвитку особистісно-професійної суб'єктності до і після формуючого експерименту

N = 68

Рівні Особистісної суб'єктності	До експерименту				Після експерименту			
	КГ		ЕГ		КГ		ЕГ	
	Абс. к-ть	%	Абс. к-ть	%	Абс. к-ть	%	Абс. к-ть	%
Високий	6	17,7	5	14,7	6	17,6	14	41,2
Середній	18	52,9	19	55,9	19	55,9	19	55,9
Низький	10	29,4	10	29,4	9	26,5	1	2,9

Як бачимо, майбутні підприємці, які увійшли до складу контрольної групи, не показали значних змін у розвитку особистісно-професійної суб'єктності (

впродовж зимових канікул на 3,0% збільшилася лише кількість студентів з середнім рівнем та, відповідно, на стільки ж зменшилася кількість осіб з низьким рівнем).

Серед досліджуваних експериментальної групи 41,2% студентів характеризуються високим рівнем становлення структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності (проти 14,7% на початку експерименту), 55,9% - середнім (до формуючого впливу ця група склала такий же відсоток). Це зумовлено тим, що 26,6% досліджуваних підвищили свій середній рівень суб'єктності до рівня високого, і така ж кількість – з низького до середнього. Звертає на себе увагу значне зменшення кількості студентів, рівень розвитку особистісно-професійної суб'єктності яких до і після експериментального навчання є низьким. В експериментальній групі дана чисельність досліджуваних зменшилася з 29,4% до 2,9%.

Відмінність між показниками становлення структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності членів експериментальної групи до формуючого експерименту та після нього є статистично значущою ($t=3,64$ при $p \leq 0,001$). Це, в свою чергу, є підтвердженням того, що актуалізація особистісно-професійної суб'єктності можлива засобами цілеспрямованого розвитку у майбутніх підприємців її структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик. З огляду на це робимо висновок, що ефективність особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців забезпечується цілеспрямованим організованим розвитком структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності.

Висновки до III розділу

Процес розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців здійснювався у напрямку розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, а саме через осмислення особистісно-професійної суб'єктності як інтегральної якості майбутнього спеціаліста, що визначає його спроможність до само-детермінації у підприємницькій сфері діяльності та здійснення функцій економічного самоконтролю. В рамках розробленої експериментальної програми структура формуючого впливу передбачала конкретизацію даного напрямку у вигляді:

- усвідомлення студентами особливостей системи Я-образу як системоутворюючої основи індивідуального функціонування у підприємстві;
- осмислення індивідуальної моделі економічної поведінки, що наповнює певним змістом систему мотивації досягнення майбутніх підприємців, та визначається їхніми уявленнями про цілі-символи та способи досягнення успіху у підприємстві;

- розширення досвіду прояву всіх структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності у різних сферах життєдіяльності та усвідомлення їх впливу на успішність підприємницької практики.

Система роботи з розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців повинна базуватись на принципах: поєднання навчального і тренувального аспектів, комплексного використання активних групових методів навчання, дотримання загальноприйнятих норм групової роботи, акцентування на самоаналізі та самодіагностуванні, вербалізованій рефлексії та емоційної насиченості засобів зворотнього зв'язку.

Ефективною з розвитку особистісних підсистем індивідуального функціонування майбутніх фахівців у підприємницькій сфері діяльності є програма “Розвитку особистісної суб'єктності майбутніх підприємців”, яка складається з 5 циклів. Структура кожного циклу являє собою послідовну систему занять, що забезпечує нарощування динаміки активних станів особистості та охоплює всі підсистеми особистісної суб'єктності. Система занять включає засвоєння теоретичного матеріалу, роботу з різними напрямками самоаналізу, груповий обмін досвідом, керівну роль викладача з т.з. “педагогічною підприємливістю”, прояв якої слугує студентам певним орієнтиром при виборі власного стилю індивідуального функціонування в підприємницькій сфері діяльності, обмін досвідом, психогімнастичні вправи, аналіз, конструювання, обговорення та програвання реальних ситуацій, взятих із практики суб'єктів підприємницької діяльності, і домашнє завдання.

Результатом впровадження експериментального навчання є як підвищення кількісних показників структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик суб'єктності, так і усвідомлення студентами особливостей майбутньої професії та вимог, які пред'являються до неї, усвідомлення впливу особистісних якостей (сильних і слабких сторін) на успішність індивідуального функціонування у підприємстві, бачення себе в професійно значущій ролі успішного підприємця та прагнення до цього, вироблення здатності аналізу професійних ситуацій, які зустрічаються у практиці підприємців, тощо.

Результати формуючого експерименту демонструють ефективність запропонованого курсу навчання, спрямованого на розвиток особистісно-професійної суб'єктності як детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців.

Результати третього розділу представлені у таких публікаціях автора:

1. Кульбіда Н.М. Розвиток економічної суб'єктності як детермінанти творчого функціонування особистості у підприємницькій сфері діяльності // Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Серія № 12. Психологія. – № 6 (30). – Ч. II. – К.: НПУ імені М.П.Драгоманова, 2005. – С. 225-231.

ВИСНОВКИ

У дисертації представлено теоретичне узагальнення і експериментальне вирішення проблеми особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, яке полягає в обґрунтуванні структурного змісту суб'єктності як провідної особистісної детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців, визначенні критеріїв діагностування, рівнів становлення та динаміки особистісної суб'єктності у процесі професійної підготовки майбутніх підприємців, а також розробці та апробації програми розвитку особистісних детермінант успішної професійної підготовки майбутніх підприємців на засадах структурно-динамічного та етико-смыслового змісту характеристик особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців.

1. В рамках системного підходу до особистості та діяльності майбутніх підприємців особистісно-професійна суб'єктність являє собою специфічний паттерн параметрів особистісних детермінант, що утворюють функціональну систему самодетермінації підприємницької діяльності та визначають самодетерміновану спроможність особистості в здійсненні економічного самоконтролю.

2. Структурний зміст особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців об'єднує когнітивний, мотиваційний та поведінковий компоненти діяльності. В паттерні когнітивних характеристик відображаються функціонально-смыслові складові Я-образу особистості майбутнього підприємця. У мотиваційному компоненті визначається система мотивації досягнень та уявлень майбутніх підприємців про цілі досягнення успіху, які супроводжують їх професійну підготовку. У поведінковому компоненті реалізуються особистісно-детерміновані передумови суб'єктно-орієнтованої успішної підприємницької діяльності. Вибір студентами підприємницької сфери діяльності є показником успішного втілення особистісних детермінант у підготовку майбутніх підприємців.

3. Я-образ особистості майбутніх підприємців як системоутворююча основа індивідуального функціонування їх діяльності характеризується особливостями само-ефективності, локалізацією суб'єктивного контролю, співвідношенням

усвідомлюваних конструктів та професійними ауто-стереотипними уявленнями про власну успішність у підприємницькій діяльності.

4. Становлення особистісно-професійної суб'єктності та її динаміка в процесі професійної підготовки визначається рівнями та критеріями діагностування функціонально-сміслових характеристик системи Я-образу майбутніх підприємців, мотивацією досягнень з переважанням мотиву прагнення успіху за рахунок раціональності, якості здійснюваних послуг, накопичення індивідуального стилю економічної поведінки.

5. Професійну підготовку майбутніх підприємців супроводжують недостатньо сформовані рівні Я-образу їх особистості, мотивація досягнення з переважанням мотиву уникнення невдачі, прагнення майбутніх фахівців до підлеглості, підкорення авторитету, зневажання загальнолюдських норм і цінностей раціональної моралі з її універсальними правилами.

6. Встановлені кореляційні зв'язки між структурно-динамічними та етико-смісловими характеристиками особистісних детермінант професійної підготовки майбутніх підприємців свідчать про те, що ці характеристики можуть бути включеними до складу єдиної інтегральної детермінанти успішної підготовки майбутніх підприємців – особистісно-професійної суб'єктності.

7. Актуалізація особистісно-професійної суб'єктності можлива засобами цілеспрямованого розвитку у майбутніх підприємців структурно-динамічних та етико-сміслових її характеристик. Ефективність розробленої та апробованої експериментальної програми розвитку особистісних детермінант з метою забезпечення успішної професійної підготовки майбутніх підприємців засвідчилася позитивними змінами структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик особистісно-професійної суб'єктності.

Одержані результати дозволяють рекомендувати навчальним закладам введення до навчальних планів підготовки майбутніх підприємців спецкурс з розвитку особистісних детермінант успішної діяльності майбутніх спеціалістів.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у вивченні соціально-психологічних чинників формування особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців, що зміцнюють дану якість, а також забезпечують відповідальність за практичну результативність підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Абульханова-Славская К.А.* О субъекте психической деятельности. – М.: Наука, 1973. – 288с.
2. *Абалкин Л.И.* Предпринимательство: его природа и роль в обновлении общества // Экономика и жизнь. – 1991. – № 29. – С.6-7.
3. *Абалкин Л.И.* Заметки о российском предпринимательстве. – М.: Прогресс-Академия. – 1994. – 160с.
4. *Агеев А., Грачёв М., Кузин Д.* Предпринимательство: стратегия нового поколения // МЭИМО. – 1991. – № 3. – С.115-123.
5. *Агеев А., Кузин Д.* Социализм и предпринимательство: проблемы совместимости // Вопросы экономики. – 1990. – № 3. – С.58-69.
6. *Агеев В.С.* Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. – М.: МГУ. – 1990. – 240с.
7. *Агеев В.С., Теньков А.А.* Содержание, структура и динамика межгрупповых представлений // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. – 1986. – № 1. – С.10-19
8. *Азимов Л.Б.* Преподавание экономики в школе: Основные экономические понятия / Л.Б.Азимов, Е.В.Жуковская, О.Ю.Макарова. – М.: Финансы и статистика. – 1994. – 40с.
9. *Алиева М.А., Гришанович Т.В., Лобанова Л.В., Травникова Н.Г., Трошихина Е.Г.* Тренинг развития жизненных целей (программа психологического содействия успешной адаптации) / Под ред. Е.Г.Трошихиной. – СПб.: Речь, 2002. – 216с.
10. *Альгин А.П.* Новаторство, инициатива, риск. – Л.: Лениздат, 1987. – 64с.
11. *Анисимов О.С.* Сущность педагогического мышления // Проблемы исследования педагогического мышления. – М.: МГУ, – 1987. – С.25-27.
12. *Арсеенко А.* Підприємці в минулому: хто вони? Генеза західних концепцій // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – № 1. – С.80-95.
13. *Асмолов А.Г.* Психология личности: принципы общепсихологического анализа. – М.: МГУ, 1990. – 367с.

14. *Бабаева Л.В., Чирикова Е.А.* Бизнес-элита России: образ мышления и типы поведения // ЭКО. – 1995. – № 1. – С.117-146.
15. *Бажин Е.Ф., Голынкина С.А., Эткин А.М.* Метод исследования уровня субъективного контроля // Психологический журнал. – 1984. – Т.5, №3. – С.152-163.
16. *Бакирова Г.Х.* Психологические аспекты предпринимательства // Предпринимательство и новые формы управления производством. – СПб. – 1993. – С.58-64.
17. *Бахитановский В.И., Согомонов Ю.В.* Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. – Томск, 1992. – Т.1: Игры рынка. – 240с.
18. *Бахитановский В.И., Согомонов Ю.В.* Этика предпринимательства // Вестник Рос. Ак. Наук. – 1993. – Т.63, № 11. – С.981-987.
19. *Балабанов С.С., Воронин Г.Л., Французова Л.Я.* Имидж предпринимателя у педагогов и учащихся // Социологические исследования. – 1993. – № 2. – С.8-12.
20. *Бернс Р.* Развитие Я-концепции и воспитание. – М.: Прогресс. – 1986. – 421с.
21. *Богоявленская Д.Б.* «Субъект деятельности» в проблематике творчества // Вопросы психологии. – 1999. – №2. – С.35-41.
22. *Большаков В.Ю.* Психотренинг. Социодинамика, упражнения, игры. – СПб., 1996. – 379с.
23. *Братусь Б.С.* К проблеме нравственного сознания в культуре уходящего века // Вопросы психологии. – 1993. – № 1. – С.6-13.
24. *Брушлинский А.В.* Проблема субъекта в психологической науке // Психологический журнал. – 1991. – №6. – С.3-11.
25. *Васильев И.А., Магомед-Эминов М.Ш.* Мотивация и контроль за действием. – М.: МГУ, 1991. – 144с.
26. *Васильев В.Н.* Предпринимательская деятельность и факторы успеха // Российское предпринимательство. – 2000. – № 1. – С.39-45.
27. *Вачков И.В.* Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 1999. – 176с.
28. *Верховин В. И., Логинов С.Б.* Феномен предпринимательского поведения // СОЦИС. – 1995. – № 8. – С.62-68.
29. *Герасимчук В.Г.* Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність: Монографія. – К.: Вища школа, 1995. – 265с.
30. *Грачёв М.В.* Предприниматель в современной экономике // Общество и экономика. – № 4. – 1993. – С.28-40.
31. *Грищенко Ж.М., Новикова Л.Г., Лапша И.Н.* Социальный портрет предпринимателя // СОЦИС. – 1992. – № 10. – С.53-61.
32. *Данишевская Г.А.* “Самостоятельные работники” в Великобритании // СОЦИС. – 1992. – №9. – С.124-133.
33. *Даниелянс А.* Мотивация предпринимательской деятельности // Проблемы теории и практики управления. – 1992. – № 6. – С.115-118.

34. *Доброчинская А., Юхневич Ю.* Политика активизации предприимчивости // Вестник МГУ. Серия 6. Экономика. – 1992. – № 1. – С.27-34.
35. *Долинська Л.В.* Особистісно-професійне зростання майбутнього вчителя методом активного керованого інтеріндивідуального навчання: Зб. наук. пр. – К.: НПУ ім. М.Драгоманова, 2000. – С.93-98.
36. *Дрижак В.* Педагогічні основи підготовки старшокласників до підприємницької діяльності: Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – К., 1997. – 20 с.
37. *Друкер П.* Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М., 1992. – 186с.
38. *Дряхлов Н.И., Давыденко В.А., Юрченко И.Н.* Эстетико-этические принципы в развитии современного предпринимательства: теоретико-методологические аспекты // СОЦИС. – 1997. – № 11. – С.90-100.
39. *Емельянов О.* К портрету отечественного предпринимателя // РЭЖ. – 1992. – № 8. – С.89-92.
40. *Емельянов Ю.Н.* Активное социально-психологическое обучение. – Л.: ЛГУ, 1985. – 165с.
41. *Ефективність підприємницької діяльності: Зб. наук. пр. – Вінниця: держ. торг.-ек. ун-т, 1998. – 183с.*
42. *Журавлёв А.Л., Позняков В.П.* Социально-психологические трудности становления малого бизнеса в России (анализ группового мнения предпринимателей) // Психологический журнал. – 1993. – №6. – С. 18- 26
43. *Журавлёв А.Л., Позняков В.П.* Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. – М., 1995. – 128с.
44. *Задорожнюк И.Е., Зозуляк А.В.* Феномен риска и его современные экономико-психологические интерпретации // Психологический журнал. – 1994. – № 2. – С.26-37.
45. *Задорожнюк И.Е.* Инновационное предпринимательство // СОЦИС. – 1991. – № 3. – С.132-142.
46. *Заславская Т.И.* Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // СОЦИС. – 1995. – № 3. – С.3-7.
47. *Занюк С.* Психология мотивации: Теория и практика мотивирования. Мотивационный тренинг. – К., 2001. – 242с.
48. *Зомбарт В.* Буржуа. – М.: Наука, 1994. – 443с.
49. *Ильин В.С.* О структуре педагогической теории / Педагогические основы комплексного подхода к учебно-воспитательному процессу. – Волгоград, 1979. – С.3-16.
50. *Ильин В.С.* Формирование личности школьника (целостный процесс). – М.: Педагогика, 1984. – 144с.
51. *Карлоф Б.* Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. – М.: Экономика, 1991. – 239с.

52. *Карпенко З.* Етнофункціональні передумови підприємницької діяльності в прикарпатському регіоні // Психологія і суспільство. – 2000. – № 1. – С.52-59.
53. *Кийосаки Р.Т., Лектер Ш.Л.* Богатый папа, бедный папа: Пер. с англ. Е.А. Мартынкевич. – Мн.: Попури, 2001. – 272с.
54. *Кийосаки Р.Т., Лектер Ш.Л.* Квадрант денежного потока: Пер. с англ. Е.А. Мартынкевич. – Мн.: Попури, 2001. – 192с.
55. *Кларин М.В., Семёнов И.Н.* (ред.). Гуманистические тенденции в развитии непрерывного образования взрослых в России и США. – М., 1994. – 238с.
56. *Климова С.Г., Дунаевский Л.В.* Новые предприниматели и старая культура // Социологические исследования. – 1993. – № 5. – С.64-69.
57. *Конопкин О.А.* Психическая саморегуляция произвольной активности человека (структурно-функциональный аспект) // Вопросы психологии. – 1995. – №1. – С.5-15.
58. *Корнилова Т.В.* Диагностика и мотивация готовности к риску. – М.: ИП РАН, 1997. – 232 с.
59. *Корнилова Т.В.* О книге Б.Асверус “Философия предпринимательства и личностное развитие” // Вопросы психологии. – 1995. – №4. – С.130-132.
60. *Корнилова Т.В., Булыгина В.Г., Корнилов А.П.* Личностные предпосылки успешности деятельности брокера // Психологический журнал. – 1993. – № 1. – С.90-99.
61. *Красилова Ю.В.* Психологічні чинники підприємницької активності особистості: Автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01. – К., 2004. – 15 с.
62. *Кремлёв А.И.* Настольная книга индивидуального предпринимателя: Учебно-практическое пособие. – М.: Инфра, 1997. – 256 с.
63. *Ксенофонтова Е.Г.* Исследование локализации контроля личности. Новая версия методики “УСК” // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20, № 2. – С. 103-114.
64. *Кузин Ф.А.* Делайте бизнес красиво: Этические и социально-психологические основы бизнеса: Практическое пособие. – М.: Инфра, 1995. – 288с.
65. *Лапуста М.* Предприниматель и предпринимательство: общая характеристика // Проблемы теории и практики управления. – 1994. – № 1. – С.77-81.
66. *Лапуста М.Г., Скалай Л.Г.* Риски в предпринимательской деятельности. Уч. пособие. – М.: Финстатинформ, 1999. – 233с.
67. *Лебедева Н.М.* Базовые ценности русских на рубеже XXI века // Психологический журнал. – 2000. – Т. 21, № 3. – С.73-87.
68. *Левцун О.К.* Соціокультурна детермінація підприємницької поведінки: Автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.08. – К., 1992. – 22 с.
69. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1975. – 304с.
70. *Лисенко Л.М.* Розвиток підприємництва на Україні та його роль в оновленні суспільства. – К.: Знання, 1991. – 20с.
71. *Ломов Б.Ф.* Методологические и теоретические проблемы психологии. – М.: Наука, 1984. – 446с.

72. Малахов С.В. Интраэкономическая модель экономического поведения и «иллюзия прибыльности» // Психологический журнал. – 1991. – № 4. – С.50-60.
73. Малахов С.В. Основы экономической психологии. – М., 1992. – 63 с.
74. Малахов С.В. “Экономический человек” и рациональность экономической деятельности // Психологический журнал. – 1990. – Т. 2, № 6. – С.38-46.
75. Марасанов Г.И. Социально-психологический тренинг. – М.: Совершенство, 1998. – 208с.
76. Маршалл А. Принципы политэкономии: В 3 т. – М.: Прогрес, 1982. – Т.1. – 416с.
77. Макшанов С.И., Хрящёва Н.Ю., Сидоренко Е.В. Психогимнастика в тренинге. – СПб, 1993. – Часть II. – 90с.
78. Макшанов С.И., Хрящёва Н.Ю., Сидоренко Е.В. Психогимнастика в тренинге. – СПб, 1993. – Часть I. – 105с.
79. Мелия М.И., Розин М.В. Формирование позитивного образа предпринимателя в общественном сознании // Вопросы психологии. – 1993. – № 1. – С.54-61.
80. Мельников О.Н. Творческая энергетика рыночной экономики // Российское предпринимательство. – 2000. – № 11. – С.109-111.
81. Мельников О.Н. Творческая энергетика предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2000. – № 10. – С.108-110.
82. Міщенко М. Підприємець сьогодні: штрихи до соціально-психологічного портрета // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – № 6. – С.61-69.
83. Модель И.М., Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя // СОЦИС. – 1997. – № 10. – С.10-15.
84. Мосийчук В., Швець А. О предпринимательском риске // Маркетинг. – 1994. – № 1. – С.55-60.
85. Мусаэлян И.Э., Сливницкий Ю.О. О возможности применения модели актуального конфликта для психологического анализа предпринимательской деятельности // Вестн. Моск. ун-та. Серия №14. Психология, 2004. – № 3. – С. 22-30.
86. Мусаэлян И.Э., Сливницкий Ю.О. Психология предпринимательства – новая область отечественной психологической науки // Вестн. Моск. ун-та. Серия №14. Психология, 1995. – № 1. – С.3-8.
87. Набока О.Г. Роль потреб і мотивів у моральному становленні майбутнього підприємця // Гуманізація навчально-виховного процесу. Наук.-метод.зб. Вип.5 . – Слов’янськ, 1999. – с.260-265.
88. Нельга Т.А. Украинское предпринимательство: исторические предпосылки и социокультурные детерминанты // Философская и социологическая мысль. – 1994. – №7-8. – С.81-89.
89. Омаров А.М. Предприимчивость руководителя. – М.: Политиздат, 1990. – 256с.
90. Омаров А.М. Руководитель. Размышления о стиле управления. – М.: Политиздат., 1987. – 198 с.
91. Омаров А.М. Управление и человек. – М.: Политиздат, 1989. – 237 с.

92. Основы предпринимательского дела / Осипов Ю.М. – М., 1993. – 226с.
93. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва. Навчальний посібник. – Львів: Світ, 2001. – 276с.
94. Пачковський Ю.Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. – Львів: Світ, 2000. – 272с.
95. Пачковський Ю.Ф. Проблема ризику в підприємстві // Практична психологія та соціальна робота. – 2001. – № 2. – С.37-39.
96. Перепёлкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // Социологические исследования. – 1995. – № 2. – С.35-40.
97. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. – М.: МГУ, 1988. – 208с.
98. Петренко В.П., Табахарнюк М.О., Пасічник О.В. Як започаткувати і прозвинути власну справу?! (Практичний посібник підприємця). – І.-Ф.: Лілея, 1998. – 72с.
99. Петрова Н. Тренинг для победителя. – СПб.: Речь, 2002. – 216с.
100. Петровский В.А. К психологии активности личности // Вопросы психологии . – 1975. – №3. – С.26-38.
101. Петровский В.А. Личность в психологии: парадигма субъектности. – Р-н-Д: Феникс, 1996. – 512с.
102. Побірченко Н.А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності. – К.: Знання, 1999. – 286с.
103. Побірченко Н.А. Програма розвитку в учнів особистісної готовності до професій бізнесу. – К.: Вигбос, 1997. – 46с.
104. Побірченко Н.А. Розвиток у старшокласників особистісної готовності до підприємницької діяльності // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 1998. – № 5. – С.245-248.
105. Побірченко Н.А. Теоретична модель розвитку схильностей до підприємливості в учнівській молоді // Психологія: Зб. наук. пр. – К.: НПУ ім. М.П.Драгоманова, 1999. – Вип.1(5). – С.123-129.
106. Побірченко Н.А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності: Автореф. дис. ... д-ра психол. н.: 19.00.04. – К., 2000. – 39с.
107. Побірченко Н.А. Становлення особистісної позиції молоді в умовах змін професійного середовища // Професійне становлення особистості: Проблеми і перспективи: Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції. – Хмельницький: ТУП, 2003. – С.214-221.
108. Позняков В. Новая социальная группа: признаки, мотивы действий, трудности становления // Человек и труд. – 1992. – №4. – С.14-16.
109. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности // Психологический журнал. – 2000. – № 6. – С.38-50.
110. Поляков В.А., Сасова И.А. Непрерывное экономическое образование молодёжи // Педагогика. – 1994. – № 4. – С.19-26.

111. *Попов В.Д.* Социальный психоанализ субъектов российского рынка // Психологический журнал. – 1994. – № 5. – С.30-43.
112. Практикум по психодиагностике. Дифференциальная психометрика (под ред. Столина В.В., Шмелёва А.Г.). – М.: МГУ. – 1984. – 151с.
113. Предприниматель: экономико-психологический профиль // Психологический журнал. – 1992. – Т.13, №3. – С.42-53.
114. Предпринимательство в конце XX века. – М.: Наука, 1992. – 312с.
115. Предпринимательство: нормы и ценности // Тезисы Всероссийской научно-теоретической конференции. Владимир: ВГУ. – 1992. – 310с.
116. *Пригожин А.И.* Проблема субъекта. – в центре процесса приватизации // СОЦИС. – 1992. – №4. – С.22-32.
117. *Прокопенко І.Ф.* Людина в світі економіки та бізнесу. – Х.: Основа, 1995. – 308с.
118. Психологическое обеспечение предпринимательства: Материалы международного симпозиума. Одесса, 8-11 октября 1995 г. / А.Я.Чебыкин, Т.П. Чернявская (ред.); Южноукр. гос. пед. ун-т им. К.Д.Ушинского. – О., 1995. – 126с.
119. Психогимнастика в тренинге / Под ред. Н.Ю. Хрящёвой. – СПб.: Речь, 2000. – 256с.
120. *Радаев В.В.* О некоторых чертах нормативного поведения русских предпринимателей // МЭИМО. – 1994. – № 4. – С.31-38.
121. *Радаев В.В.* Что значит принять «предпринимательское решение»? // Общественные науки и современность. – 1995. – № 1. – С.33-39.
122. *Реан А.А., Коломинский Я.Л.* Социальная педагогическая психология. – СПб.: Питер, 1999. – 416с.
123. *Ребрик С.Б.* Тренинг профессиональных продаж. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 208 с.
124. *Рибалка В.В.* Психологія розвитку творчої особистості: навч. посібник. – К.: ІЗМН, 1996. – 236с.
125. *Рибалка В.В.* Особистісний підхід у професійному навчанні старшокласників / АПН України. Інститут педагогіки і психології професійної освіти. – К., 1998. – 160с.
126. *Роцин С.К.* Психология успешного предпринимательства в США // Психологический журнал. – 1993. – № 5. – С.98-109.
127. *Роцин С.К.* Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психологический журнал. – 1995. – № 1. – С.31-42.
128. *Роцина Я.* Формирование предпринимательского слоя и дифференциация стилей жизни // Вопросы экономики. – 1983. – № 3. – С.114-127.
129. *Саймон Г.* Наука об искусственном. – М.: Мир, 1972. – 234с.
130. *Самоукин А.И., Самоукина Н.В.* Выбор профессии: путь к успеху. – Дубно: Феникс+, 2000. – 192с.
131. *Самоукин А.И., Самоукина Н.В., Шитов А.Л.* Психология бизнеса. – М.: ЭКМОС, 1997. – 272с.

132. *Сей Ж.-Б.* Трактат политэкономии. – М.: Изд-во И.Т.Солдатенко, 1896. – 240с.
133. *Семиченко В.А.* Проблемы мотивации поведения и деятельности человека. Модульный курс психологии. Модуль “Направленность”. (Лекции, практические занятия, задания для самостоятельной работы). – К.: Миллениум, 2004. – 521с.
134. *Серван-Шрайбер Ж.Л.* Ремесло предпринимателя. Десять портретов предпринимателей / Пер. с франц. – М., 1993. – 128с.
135. *Сергеевкова О.П.* Нові спрямування у формуванні соціальної орієнтації учнівської молоді. Наук.-метод. зб. – Х., 1996. – 144с.
136. *Сергеевкова О.П.* Професійно-орієнтований розвиток діловитості в особистості майбутнього спеціаліста ринкової економіки // Психологія. Зб. наук. пр. – К., 1999. – Вип. 2 (15). – С.240-246.
137. *Сидоренко Е.* Мотивационный тренинг. – СПб.: Речь, 2000. – 234с.
138. *Сидоренко Е. В.* Методы математической обработки в психологии. – СПб.: Речь, 2001. – 350с.
139. *Симоненко В.Д.* Менеджмент в деятельности учителя. – Брянск, 1993. – 126 с.
140. *Смит А.* Исследование о природе и причине богатства народов. – М.: Изд-во соц.-полит. лит., 1962. – 677с.
141. *Солнцева Г.Н.* О психологическом содержании понятия “риск” // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. – 1999. – № 2. – С.14-22.
142. *Сухарева Н.И.* Философско-культурологические основы предпринимательства. – Красноярск, 2000. – 197с.
143. *Татенко В.А.* Психология в субъектном измерении. – К.: Просвіта, 1996. – 404с.
144. *Татенко В.О.* Як стати і бути лідером: поради психолога / В.Татенко (автор-упорядник). – К., 1996. – 110с.
145. *Тажурский А.И.* Подготовка менеджеров как средство профориентации школьников. – Красноярск, 1993. – 68с.
146. *Тименко М.П., Закатнов Д.О.* Соціально-педагогічні та психологічні аспекти підготовки старшокласників до підприємницької діяльності // Педагогіка і психологія. Вісник АПН України. – 1994. – № 1. – С.35-45.
147. *Тименко М.П., Закатнов Д.О.* Ростити власних підприємців // Рідна школа. – 1993. – № 9. – С.20-22.
148. *Титарчук М.О.* Трудова поведінка особистості як підприємницька діяльність: соціально-філософський аналіз: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. – К., 2004. – 20 с.
149. *Тополь О.В.* Зміст, форми та методи підготовки старшокласників до вибору професії сфери підприємницької діяльності: метод. посібник / АПН України. – К., 1997. – 87с.
150. *Трейси Б.* Достижение максимума / Пер. с англ. В.Ф.Волченок. – Мн.: Попури, 2000. – 368с.

151. Трубников Н.Н. О категориях “цель”, “средство”, “результат”. – М.: Высшая школа, 1968. – 148с.
152. Фопель К. Сплочённость и толерантность в группе: Психологические игры и упражнения: Пер. с нем. – М.: Генезис, 2002. – 336 с.
153. Фромм Э. Человек для самого себя // Психоанализ и этика. – М.: Республика, 1993. – С.19-109.
154. Хараши А.У. Человек у рынка // Общественные науки и современность. – 1992. – №5. – С.28-38.
155. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: В 2 т. – М.: Педагогика, 1986. – Т.1. – 407с.
156. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: В 2 т. – М.: Педагогика, 1986. – Т.2. – 392с.
157. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения: Пер. с англ. – СПб.: Речь, 2001. – 238с.
158. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха.– М. : Прогресс, 1991. – Вып.1. – 160с.
159. Хруцкий В.Е. Как стать предпринимателем // США: экономика, политика, идеология. – 1992. – № 9. – С.96-99.
160. Червяков В.В., Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социологические исследования. – 1992. – № 10. – С.44-52.
161. Чирикова А.Е. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности. – М.: Институт социологии, 1997. – 203 с.
162. Чирикова А.Е. Личностные предпосылки успешности деятельности российских предпринимателей // Психологический журнал. – 1999. – № 3. – С. 81-92.
163. Чирикова А.Е. Человек больше богатства / Этические измерения лидеров российского предпринимательства // СОЦИС. – 1997. – № 11. – С. 78-90.
164. Чирикова А.Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал. – 1998. – № 1. – С.62-74.
165. Чисхольм П. Уверенность в себе: Путь к деловому успеху / Под ред. Л.Я Княшинской. – М.: ЮНИТА, 1994. – 185с.
166. Чтобы стать миллионером, надо думать как миллионер / Т.Дж.Стэнли: Пер. с англ. И.А.Ляхович. – М.: АСТ, 2002. – 445с.
167. Швалб Ю.М., Данчева О.В. Практична психологія в економіці і бізнесі. – К.: Лібра, 1998. – 276 с.
168. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. – 240с.
169. Шелпакова О.В. Вивчення особистості школярів з метою орієнтації на професії сфери бізнесу: Метод. пос. / Черн. держ. пед. ун-т. – Чернігів, 1996. – 66с.

170. Школа і підготовка учнівської молоді до життя та діяльності в умовах ринку: Науково-метод. зб. / І.Ф.Прокопенко та ін. (головн. ред.). – Харків: Інститут педагогіки і психології професійної освіти, 1996. – 172с.
171. *Шумпетер Й.* Капіталізм, Соціалізм и Демократія. – М.: Економіка, 1995. – 540с.
172. *Шумпетер Й.* Теорія економічного розвитку. – М.: Прогрес, 1982. – 455с.
173. *Яновский А., Яновская М.* Этика предпринимательства // Хозяйство и право. – 1993. – № 4. – С.22-28.
174. *Ясин Е.* Ставка на предпринимательство // Человек и труд. – 1992. – №1. – С .90-92.
175. *Bandura A.* Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change // Psychological Review. – 1977. – Vol.84, № 2. – P.191-215.
176. *Bandura A.* Self-efficacy mechanisms in human agency // American Psychologist . – 1982. – Vol.37, №2. – P.122-147.
177. *Bandura A.* Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism // Self-efficacy: through control of action (Ed. Schwarzer R.). – Washington, 1992. – P .3-38.
178. *Bandura A.* Self-efficacy: The exercise of control. – New York: Freeman, 1996. – 224p.
179. *Bets N.E., Hackett G.* The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men // Journal of Counseling Psychology. – 1981. – Vol.28. – P.399-410.
180. *Bets N.E.* Counseling uses of career self-efficacy theory. Special Section: Career self-efficacy // Career Development Quarterly. – 1992. – Vol. 41, № 1. – P. 22-26.
181. *Brockhaus R.H.* Risk taking propensity of entrepreneurs // Academy of Managment Journal. – 1980. – Vol.23, №3. – P.509-520.
182. *Brockhaus R.H.* The psychology of the entrepreneur // Encyclopedia of Entrepreneurship (Ed.: C.A. Kent, D.L. Sexton): Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. – P. 39-57.
183. *Brophy J.* Motivating Students to learn. – Boston, 1998. – 277p.
184. *Cowen E.L., Work W.C., Wyman P. A.* Toward the development of a measure of perceived self-efficacy in children // Journal of Clinical Child Psychology. – 1991. – Vol.20, №2. – P.169-178.
185. *Davidson P.* Need for Achievement and Entrepreneurial Activity in Small Firms // Understanding Economic Behavior (Ed. by K.G.Grunert, F.Olander). Kluwer Academic Publishers, 1989. – P. 47-64.
186. *Eden D., Kinnar J.* Moeling Galatea: Boosting self-efficacy to increas volunteering // Journal of Applied Psychology. – 1991. – Vol.76, №6. – P. 770-780.
187. *Ekvall G.* Change-centred leaders: Empirical evidence of leadership. Special Issue // leadership and Organization Development. – 1991. – Vol.12, №6. – P. 18-23.
188. *Ellen P.S., Bearden W.O.* Sharma Resistance to technological innovation // Journal of the Academy of Marketing Science. – 1991. – Vol.19, №4. – P. 297-307.

189. *Finison L.J.* The application of McClelland's national development to recent data // *Journal of Social Psychology*. – 1976. – Vol.52. – P.55-59.
190. *Frey R.* Does nAch cause economic development? A cross-lagged panel analysis of the McClelland Thesis // *Journal of Social Psychology*. – 1984. – Vol.122. – P. 677-687.
191. *Furnham A.* Economic locus of control // *Human Relations*. – 1986. – Vol.39. – P. 29-43.
192. *Fyans L., Mahr L.* Cross-Cultural Exploration into the Meaning of Achievement // *Journal of Personality and social Psychology*. – 1983. – Vol.44, №5. – P.1000-1013.
193. *Gasse Y.* Elaborations on the psychology of the entrepreneur // *Encyclopedia of entrepreneurship: New Jersey*, 1982. – P. 57-66.
194. *Gist M.E., Stevens C.K.* Effects of self-efficacy and post-training intervention on the acquisition and maintenance of complex interpersonal skills // *Personnel Psychology*. – 1991. – Vol.44, №4. – P. 837-861.
195. *Gist M.E., Mitchell T.R.* Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants // *Academy of Management Review*. – 1992. – Vol.17, №2. – P. 183-211.
196. *Gorrel J.* Some contributions of self-efficacy research to self-concept theory // *Journal of Research and Development in Education*. – 1990. – Vol.23, №2. – P. 73-81.
197. *Hackett G., Bets N.E.* Self-efficacy perceptions and the career-related choices of college students // *Student perception in the classroom (Edc. Shunk, Meece)*, 1992.– P. 229-246.
198. *Hisrich R.D.* Entrepreneurship / Intreprenurship // *American Psychologist*. – 1990. – Vol.45, №2. – P. 209-222.
199. *Hornaday J.A., Aboud J.* Characteristics of successful entrepreneurs // *Personal Psychology*. – 1971. – Vol.24. – P. 141-153.
200. *Hull D.L., Bosley J.J., Udell G.G.* Renewing the hunt for the HeffaLump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics // *Journal of Small Business Management*. – 1980. – Vol.18. – P. 11-18.
201. *Kets de Vries M.F.R.* The entrepreneurial personality: A person at the crossroads // *Journal of Management Studies*. – 1977. – Vol.14, №1. – P. 34-57.
202. *Khan A.M.* Entrepreneur characteristics and the prediction of new venture success // *Omega*. – 1986. – Vol.14. – P. 365-372.
203. *Kihlstrom R.E., Laffont J.J.* A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion // *Journal of Political Economy*. – 1979. – Vol.87. – P. 719-748.
204. *Kirton M.J.* Adaptors and innovators in organization // *Human Relations*. – 1980. – Vol.33. – P. 213-224.
205. *Kirton M.J.* Adaptors and innovators: Why new initiatives get blocked // *Long Range Planning*. – 1984. – Vol.17. – P. 137-143.
206. *Kirton M.J.* Adaptors and innovators: A discription and measure // *Journal of Applied Psychology*. – 1976. – Vol. 61. – P. 622-629.

207. *Lent R., Lopes F.* Mathematic self-efficacy Sources and relation to sciens-based career choice // *Journal of Couvselling Psychology*. – 1991. – Vol. 38, № 4. – P. 424-430.
208. *Libby R., Fishburn P.C.* Behavioral models of risk taking in business decisions // *Journal of Accounting Research*. – 1977. – Vol. 15. – P. 424-430.
209. *Litvin J.H., Stringer R.A.* *Motivation and Organizational Climate*. – Boston, 1968. – 345p.
210. *Magnusson D.* A Holistic View of Personality: A Model Revisited // *Annual Review of Psychology*. – 1993. – Vol.44. – P. 427-452.
211. *Martinelli A.* *Enterpreneurship and Management* // *The Handbook of Economic Sociology*. – N.Y.: Princeton University Press, 1994. – P. 477-503.
212. *Matsui T.* Relations between career self-efficacy measures based on occupational titles and Holland codes and model // *Journal of Vocational Behavior*. – 1991. – Vol. 38. – P. 78-92.
213. *McClelland D.C.* Achivement and entrepreneurship: A longitudinal study // *Journal of Personality and social Psychology*. – 1965. – Vol.1. – P. 389-392.
214. *McClelland D.C., Boyatzic R.E.* Leadership motive pattern and long-term success in management // *Journal of Applied Psychology*. – 1982. – Vol.67. – P. 737-743.
215. *McClelland D.C., Burnham D.H.* Power is the great motivation // *Harvard Business Review*. – 1976. – Vol.54. – P. 100-111.
216. *Miller D., M.F.R. Kets de Vries*, Toulouse. Top executive locus of control and its relationship to strategy-making structure and environment // *Academy of Management Journal*. – 1982. – Vol.25. – P. 237-253.
217. *Niles S.G., Sowa C.J.* Mapping the nomological network of career self-efficacy // *Career Development Quarterly*. – 1992. – Vol. 41, №1. – P. 13-21.
218. *Panday J., Tewary N.* Locus of control and achivement values of entrepreneurs // *Journal of Occuational Psychology*. – 1979. – Vol.52. – P. 107-111.
219. *Paulin W. L., Coffey R. E., Spaulding M. E.* *Enterpreneurship research methods and directions* // *Encyclopedia of enterpreneurship* (Eds by C.A., Kent D.L., Sexton K.H. Vesper): Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982. – P. 352-373.
220. *Rooney R.A., Osipow S.H.* Task-spesific Occupational Self-Efficacy Scale: The development and validation of a prototype // *Journal of Vocational Behavior*. –1992. – Vol.40. – P. 14-32.
221. *Schein E.N.* The role of the founder in creating organizational culture // *Organizational Dinamics*. – 1983. – Vol.12. – P. 13-28.
222. *Shelton S.* Developing the construct of general self-efficacy // *Psychological reports*. – 1990. – Vol. 66, №3. – P. 987-994.
223. *Sherer M., Maddux J.* The Self-Efficacy Scale: construction and validation // *Psychological Reports*. – 1982. – Vol. 51. – P. 663-671.
224. *Shunk D.* Self-Efficacy and academic motivation // *Educational psychologist*. –1991. – Vol. 26. – P. 207-231.

225. *Singer M.* The relationship between employee sex, length of service and leadership aspirations // *Applied Psychology: An International Review*. – 1991. – Vol.40, №4. – P. 417-436.
226. *Stasey B.G.* Economic socialization in the pre-adult years // *British Journal of Social Psychology*. – 1982. – Vol.21. – P. 159-173.
227. *Stevenson H.H., Gumpert D.E.* The heart of entrepreneurship // *Harvard Business Review*. – 1985. – March-April. – P. 85-94.
228. *Triandis H.C.* Collectivism and Individualism as Cross-Cultural Syndroms // *Cross-Cultural Research*. – 1993. – Vol.27, №3-4. – P. 155-180.
229. *Triandis H., McCusker C., Hui C.* Multimethod Probes of Individualism and Collectivism // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1990. – Vol. 59, № 5. – P. 1006-1020.
230. *Vogel J.H.* Entrepreneurship evolution and the entropy law // *Journal of Behavioral Economics*. – 1989. – Vol.18, №3. – P. 185-204.
231. *Wainer H.A., Rubin I.A.* Motivation of research and development entrepreneurs – Determinants of company success // *Journal of Applied Psychology*. – 1969. – Vol. 53. – P. 178-184.
232. *Warneryd K.E.* Social Influence on Economic Behavior // *Handbook of Economic Psychology* (Eds by: W.F. Van Raaij, Van Veldhoven G.M., Warneryd K.-E.). – Dordrecht, Boston, London, 1988. – P. 206-256.
233. *Warneryd K.-E.* The psychology of innovative entrepreneurship // *Handbook of economic psychology* (Eds by: W.F. Van Raaij, Van Veldhoven G.M., Warneryd K.-E.). – Dordrecht, Boston, London, 1988. – P. 404-447.
234. *Winslow E.K.* The Issue of Motivating Entre(Intra)Preneurial Behavior // *The Journal of Creative Behavior*. – 1990. – Vol.24, №4. – P. 256-262.
235. *Woolman N., Stouder R.* Believed efficacy and political activity: A test of the specificity hypothesis // *Journal of Social Psychology*. – 1991. – Vol.131, №4. – P. 557-566.
236. *Wooten W.* The effects of self-efficacy on job acceptance behavior among American college students // *Journal of Employment Counseling*. – 1991. – Vol.28, №2. – P. 41-48.
237. *Wyatt G.* Risk-taking and risk-avoiding behavior: The impact of some dispositional and situational variables // *Journal of Psychology*. – 1990. – Vol.124, №4. – P. 437-447.
238. *Zimmerman B.J.* Self-Efficacy: An Essential Motive to Learn // *Contemporary Educational Psychology*. – 2000. – Vol.25. – P. 82-91.

ДОДАТКИ

Додаток А

Тест-опитувальник
загальної і соціальної само-ефективності
М.Шерер і Дж.Маддукс

Інструкція до виконання:

Вам пропонується розглянути 23 твердження. Чи погоджуєтеся Ви з ними? Міру згоди з кожним із висловлювань оцініть за 10-бальною шкалою. Бал “+5” відповідає ситуації, коли Ви повністю погоджуєтеся з даним твердженням, “-5” – коли Ви повністю його заперечуєте. В залежності від міри своєї згоди - незгоди з кожним із пунктів, Ви можете користуватися проміжними значеннями шкали з позитивними чи негативними знаками відповідно.

Текст опитувальника:

1. Коли я щось планую, я завжди впевнений у тому, що зможу це зробити.
2. Одна з моїх проблем полягає у тому, що я не можу відразу розпочати роботу, яку мені необхідно виконати, очікую до останнього.
3. Якщо мені не вдається виконати роботу з першого разу, я продовжую спроби до тих пір, поки не завершу її.
4. Коли я ставлю перед собою важливі для мене цілі, я рідко досягаю їх.
5. Я часто кидаю справу, не завершивши її.
6. Я намагаюсь уникати труднощів.
7. Якщо мені здається щось складним, я не буду намагатися зробити це хоч як-небудь.
8. Якщо я роблю щось вкрай необхідне, не завжди приємне для мене, я все рівно буду працювати до тих пір, поки не завершу справу до кінця.
9. Якщо я вирішив щось зробити, я буду наполегливим до кінця.
10. Якщо мені не вдається швидко вивчити щось нове, я відразу припиняю цю справу.
11. Якщо проблеми виникають раптово, мені не вдається їх вирішити.
12. Я не намагаюсь засвоїти щось нове, якщо воно виглядає для мене надто складним.
13. Невдачі не спантеличують мене, а тільки змушують працювати більш наполегливо.
14. Я відчуваю впевненість у своїх силах при вирішенні складних проблем.
15. Я досить впевнена у собі людина.
16. Я легко кидаю справи, не довівши їх до кінця.

17. Я не схожий на людину, яка легко вирішує будь-які проблеми у житті.
18. Я важко набуваю нових друзів.
19. Якщо я зустрічаю людину, з якою мені приємно було б поговорити, я йду до неї сам, не очікую, коли вона сама до мене підійде.
20. Якщо мені не вдається стати близьким другом цікавої для мене людини, я, скоріше за все, припиню спроби спілкування з нею.
21. Якщо я познайомився з людиною, яка на перший погляд здалася не дуже цікавою, я все рівно не припиню відразу спілкування з нею.
22. Я не дуже затишно почуваю себе у компаніях, на зібраннях, у великих групах людей.
23. Я набув усіх друзів завдяки своїй здібності встановлювати контакти.

Додаток Б

Тест-опитувальник

“індивідуалізму-колективізму”

Х.Тріандіса

Інструкція до виконання:

Вам пропонується розглянути 50 тверджень. Чи погоджуєтеся Ви з ними? Міру згоди з кожним із висловлювань оцініть за 10-бальною шкалою. Бал “9” відповідає ситуації, коли Ви повністю погоджуєтеся з даним твердженням, “1” – коли Ви повністю його заперечуєте. Якщо Ви не впевнені у відповіді, або ж думаєте, що дане твердження Вас не стосується, поставте бал “5”. В залежності від міри своєї згоди - незгоди з кожним із пунктів, використовуйте для відповідей проміжні значення шкали (2,3, 4, 6, 7, 8).

Текст опитувальника:

1. Я намагаюсь бути відвертим і щирим, коли розмовляю з людьми.
2. Моє щастя багато в чому залежить від щастя тих, хто оточує мене.
3. Я повинен робити те, що приємно моїй сім’ї, навіть якщо даний вид діяльності мені не подобається.
4. Як правило, я вирішую свої проблеми самостійно.
5. Мені часто здається, що мої взаємовідносини з іншими більш важливі для мене за мої індивідуальні досягнення.
6. Перемога – це все!
7. Для мене важливо отримувати задоволення від життя.

8. Мій вибір чоловіка (дружини) не залежить від думки моїх батьків.
9. Кожний повинен жити своєю сім'єю, незалежно від інших.
10. Батьки тих, хто досяг визнання, також мають право відчувати, що в цьому є їх заслуга.
11. Для мене важливо з повагою відноситися до рішення тих груп, які я вважаю своїми.
12. Те, що відбувається зі мною, - це моя особиста справа.
13. Щоб бути найкращим, людина має залишатися наодинці.
14. Найчастіше я відмовляюся від своїх інтересів на користь групи.
15. Мені не подобається, коли інші виконують якусь роботу краще за мене.
16. Для мене дуже важливо підтримувати спокій, затишок у своїй групі.
17. Головне для мене – робити свою справу краще за інших.
18. Мені подобається розказувати про останні новини своїм сусідам.
19. Я одержую задоволення від ситуацій, в яких необхідно змагатися в чомусь з іншими людьми.
20. Ми повинні залишати батьків похилого віку у своїй сім'ї.
21. Робота повинна приносити велике задоволення.
22. Мені хотілося б знімати квартиру, навіть якщо квартира моїх батьків знаходиться поблизу інституту, в якому я навчаюсь.
23. Мені не байдуже благополуччя моїх колег по роботі.
24. Мені подобається бути багато в чому не схожим на інших.
25. Якщо мій родич опинився у важкому фінансовому положенні, я обов'язково йому допоможу.
26. Діти повинні гордитися тим, що їхні батьки одержують визнану нагороду.
27. Велика увага до задовольень послаблює суспільство.
28. Якщо мій молодший брат чи сестра потерпіли невдачу, я буду відчувати за це свою провину.
29. Люди повинні добровільно виконувати свої обов'язки перед суспільством, навіть якщо це не завжди оплачується.
30. Я завжди роблю “свою справу”, не звертаючи ні на кого уваги.
31. Змагання і конкуренція – це закон природи.
32. Я відчуваю гордість, якщо одна з моїх колег по роботі одержує заслужену винагороду.
33. Багато в чому я неповторна людина.
34. Я отримую задоволення, коли спілкуюся з іншими людьми.
35. Я відчуваю дратівливість і напругу, коли інша людина робить щось краще за мене.
36. Одна з найбільш важливих для мене цілей у житті – бути щасливим.
37. Навіть якщо якась діяльність приносить мені величезне задоволення, я повинен відмовитися від неї, якщо моя сім'я не схвалює її.
38. Мені приємно бувати наодинці із самим собою.
39. Без змагання і конкуренції неможливе здорове суспільство.
40. Мені хотілося б жити разом зі своїми близькими друзями.

41. Дітей необхідно виховувати так, щоб вони, перш за все, думали про обов'язки, а потім – шукали задоволень.
42. Життя повинно бути перш за все веселим.
43. Перед тим як прийняти рішення, я консультуюся з великою кількістю людей.
44. Я почуваю себе добре, коли дію разом з іншими.
45. Мені незручно, коли я не погоджуюся в чомусь з іншими членами своєї групи.
46. Деякі люди завжди намагаються перемагати – я не з їх числа.
47. Перед тим як прийняти важливе рішення, я консультуюся зі всіма членами своєї сім'ї та з деякими друзями.
48. Взаємодія і кооперація – це закон природи.
49. Як правило, я досягаю успіху лише завдяки своїм здібностям.
50. Мені хотілося б жити з батьками похилого віку у своєму домі.