

Особливості змістових характеристик мотиваційного компонента особистісно-професійної суб'єктності майбутніх підприємців

Феномен особистісно-професійної суб'єктності розглядається нами як специфічний 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 [1]. 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”.

У дослідженні 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.

У проведеному нами дослідженні брало участь 138 студентів Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу.

З метою вивчення характеру мотивації досягнення майбутніх підприємців було використано методика з визначення мотивації успіху і страху невдачі А.Реана [3]. Методика являє собою 20 тверджень, кожне з яких мало бути або

спростоване досліджуваним 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. 1, 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 зросла кількість студентів (17,1% осіб) з середнім рівнем мотивації досягнення з перевагою мотиву уникнення невдач (на другому курсі відмічаємо 8,8% таких студентів).

Таблиця 1

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” [2]. 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.

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 убуття 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, 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 реалізувати свої ідеї, бути самим собою.

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

Таблиця 2

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 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 підприємництві 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 А.А.Агеєвим, 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 випливає 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 [2]. 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.

Література

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. *Петровский В.А.* К психологии активности личности // Вопросы психологии. – 1975. – №3. – С.26-38.
3. *Реан А.А., Коломинский Я.Л.* Социальная педагогическая психология. – СПб.: Питер, 1999. – 416с.

В статье изложены результаты исследования мотивационного компонента личностно-профессиональной субъектности будущих предпринимателей. Изучены система мотивации достижения и представления потенциальных

предпринимателей о целях-достижения экономического успеха, которые сопровождают их профессиональную подготовку.