

**Особливості структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик когнітивного компоненту феномена економічної суб'єктності особистості майбутніх підприємців**

Психологічна структура суб'єктності задається системою Я-образу як системоутворюючою основою будь-якої системи індивідуального функціонування. За цих умов Я-образ розглядається як багаторівневе та багатокомпонентне утворення, що складається з трьох центральних структур - психологічного Я, соціального Я і професійного Я, кожне з яких в свою чергу включає різні елементи, які співвідносяться з різними рівнями системи Я-образу [1;215]. З огляду на це власне дослідна мета даної статті полягає у вивченні параметрів індивідуальної, професійної і соціальної само-ефективності особистості, етичних аспектів самовідношення, співвідношення в Я-образі індивідуалістичних та колективістичних конструктів самосвідомості, професійних ауто-стереотипних уявлень потенційних підприємців щодо власної професійної діяльності.

У проведеному нами дослідженні брало участь 138 студентів денної форми навчання Інституту підприємництва та сучасних технологій м. Житомира, з них 68 осіб, які навчаються на 2 курсі, і 70 осіб, які навчаються на 5 курсі.

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.Маддуks [2], дані якого демонструють в цілому наявність вищих показників само-ефективності 5-курсників у порівнянні з само-ефективністю 2-курсників, як загальної, так і соціальної. Середньогруповий індекс загальної само-ефективності для

студентів 2 курсу – 5,71, соціальної – 5,84, а для 5-курсників 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 2-курсників, в якій середньогрупові показники загальної та соціальної само-ефективності сягають середніх значень. Для 5-курсників, 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 5-курсників по відношенню до 2-курсників.

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. Отже, характеризуючи особистість потенційного підприємця, можна відмітити, як показали результати діагностування, вже сформовану у нього “ілюзію контролю” над ситуацією досягнення, котра реалізується в готовності оперативно приступати до діяльності, докладати багато зусиль для досягнення мети, адекватно реагувати на невдачі. Дана особистісна передумова успішності підприємницької діяльності знаходиться на високому рівні сформованості у 44,1% 2-курсників і 44,3% 5-курсників. Неочікувано великою виявилася група осіб, яка характеризується низьким рівнем сформованості даного психологічного утворення у вибірках обох вікових підгруп (29,4% осіб серед 2-курсників і 20% осіб серед 5-курсників). 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 ситуацію досягнення. 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.

Аналіз “соціального Я” за допомогою методики Х.Триандиса [3] показує чітко виражені показники “індивідуалізму” у 63,8% всієї вибірки потенційних підприємців (57,3% серед 2-курсників і 70% серед 5-курсників). 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, відмічаємо високий його показник вже у вибірці 2-курсників (105,17) за максимального його значення 150. Однак, у студентів 5 курсу відповідний бал досягає ще більшого значення (117,11).

В розрізі проблеми дослідження привертає увагу значуща різниця між студентами різних курсів за шкалами вертикального і горизонтального індивідуалізму. Так, середньогруповий бал 2-курсників за шкалою вертикального індивідуалізму (54,78) вищий за середньогруповий бал за цією ж шкалою 5-курсників (49,11). Для 5-курсників, навпаки, відмічаємо в цілому значно вищий середньогруповий за шкалою горизонтального індивідуалізму у порівнянні з 2-курсниками (59,37 і 43,87 відповідно). Це означає, що 79% студентів 5 курсу, з характерним для них індивідуалізмом горизонтального типу, розглядають своє “Я” як рівноцінне іншим “Я” з позицій корисності, функціональності та суверенності незалежно від групової приналежності. 2-курсники ж, більшою мірою, у 68% випадків, сприймають своє “Я” з точки зору унікальності, самодостатності, неповторності за рахунок високого рівня індивідуальних досягнень, прагнення “бути номером один” у конкурентній боротьбі.

На користь такого висновку свідчить і те, що параметри індивідуалізму, які відіграють найважливішу роль у формуванні даного паттерну параметрів “соціального Я”, не співпадають у вибірках студентів, що знаходяться на різних етапах професійної підготовки. Так, вибірка 2-курсників характеризується здебільшого високими показниками за шкалою “конкурентності”, тоді як для 5-курсників високі показники вбачаються у шкалі “самоопору” та “гедонізму”. Дану особливість можна пояснити певними віковими особливостями кожної із груп студентів. Якщо у віці 18-19 років сприймання свого “Я” як незалежного та унікального визначається прагненням “бути номером один”, бути кращим за

інших, що співвідноситься у нашому дослідженні з індивідуалізмом “вертикального типу”, то в більш старшому віці перевага індивідуалістичних конструктів в самосвідомості свідчить, на нашу думку, про прагнення “робити те, що я хочу”, не оглядаючись на інших, не підкорюючись нормам та вимогам групи, до яких однак ставиться з повагою, що співвідноситься з індивідуалізмом “горизонтального типу”.

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% 2-курсників і 12,9% 5-курсників сприймають соціум переважно в одиницях груп. З огляду на це можна стверджувати, що в структурі соціального “Я” даної групи студентів переважають конструкти “взаємозалежності” і “схожості”. Окрім того, в цілому відмічаємо вищий середньогруповий бал колективізму у вибірці 2-курсників за середньогруповий бал колективізму 5-курсників (100,29 і 94,57 відповідно). На основі наведених фактів можна зробити висновок, що саме серед студентів 2 курсу має місце переважання колективістичних конструктів у структурі соціального “Я” по відношенню до студентів, які навчаються на 5 курсі.

За цих умов враховуємо і той факт, що у вибірці 2-курсників 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 5 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 2-курсники здебільшого сприймають своє “Я” як взаємозалежне по відношенню інших, до групи в цілому, а студенти 5 курсу переважно підкорюють власне “Я” більш авторитетним або компетентним

іншим в ієрархії ділових стосунків. Цю ситуацію можна пояснити на нашу думку тим, що частина студентів, у структурі соціального “Я” яких переважають колективістичні конструкти, в процесі навчання, в першому професійному досвіді починають “бачити” розум, впевненість деяких студентів, пізніше – їх успішність при вирішенні проблем, а тому схильні надавати саме їм компетентності, авторитетності і поступово підкорювати їм власне “Я”.

З огляду на це варто проаналізувати параметри колективізму у вибірках студентів різних курсів навчання. Одержані дані говорять про значущі відмінності між студентами 2 і 5 курсів за такими показниками як “соціабельність” та “сімейна інтеграція”. Середньогрупові бали 2-курсників за цими шкалами значно перевищують у своїх значеннях середньогрупові бали 5-курсників (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 5-курсників більшою мірою вирізняє бачення свого “Я” поза груповим контекстом, в тому числі поза сімейним, насамперед, у тому, що стосується прийняття рішень та побудови сценаріїв поведінки.

Для студентів 2 курсу у порівнянні зі студентами, які навчаються на 5 курсі, є характерними вищі середньогрупові значення по шкалі “взаємозалежності” (23,71 і 23,14 відповідно), проте міра різниці є незначною. 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 прагну проконсультуватися” та інші. Тобто, якщо 2-курсники 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 5–курсники у переважній більшості взагалі не співвідносять себе з будь-якими групами.

Таким чином, характер соціального “Я” потенційних підприємців має схожі параметри, проте у студентів, які знаходяться на різних етапах професійної підготовки є відчутною 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 2 курсі (у 57,3% випадків), так і для тих, хто навчається на 5 курсі (у 70% випадків). Водночас, усередині потенційної підприємницької спільноти в ході професійної підготовки прослідковується динаміка формування особистісних характеристик, що лежать в основі успішності підприємницької поведінки, про що свідчать відмінності між деякими характеристиками “соціального Я” 2-курсників і 5-курсників на користь останніх.

Порівняльний аналіз професійної само-ефективності потенційних підприємців, за спеціально розробленою нами методикою, виявив стійку, однак недостатню, тенденцію перевищення “сили” (інтенсивності) даного показника у студентів, які навчаються на 5 курсі, у порівнянні з 2-курсниками. Так, індекс підприємницької само-ефективності 2-курсників сягає значень 5,19 (за максимального значення 10), 5-курсників – 7,64. На нашу думку, ці дані свідчать про недостатній рівень сформованості у вибірці 2-курсників впевненості у своїх силах щодо виконання функцій із підприємницького блоку, адже середньогруповий індекс підприємницької само-ефективності сягає середніх значень. Для 5-курсників, як бачимо, даний індекс збільшується у своєму значенні і в цілому визначається високим рівнем сформованості даного психологічного утворення. На основі отриманих фактів можна зробити висновок, що студенти, які навчаються на 5 курсі, більшою мірою, ніж 2-курсники, впевнені у своїй спроможності ефективно виконувати функції, характерні для діяльності суб’єктів підприємницької діяльності. Це можна

пояснити тим, що практичні заняття зі спеціальності, на яких студенти вирішують проблеми, взяті суто із підприємницької практики, розпочинаються лише на 3 курсі. Раніше ознайомлення студентів 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 виконання підприємницьких функцій, а лише до фактичного знайомства з ними.

Дана передумова успішності підприємницької поведінки знаходиться на високому рівні сформованості у 23,5% 2-курсників і лише у 51,4% 5-курсників. Неочікувано великою виявилася група осіб, яка характеризується низьким рівнем сформованості даного показника професійної само-ефективності. 32,4% 2-курсників (а це 22 особи з 68) і 15,7% 5-курсників (11 випускників із 70) відчують свою невпевненість щодо спроможності ефективного виконання функцій, характерних для діяльності підприємців. Так, в цілому середньогруповий індекс професійної само-ефективності в процесі навчання у вузі збільшується у своєму значенні, однак серед випускників залишається значна кількість осіб, які знаходяться на низькому рівні розвитку даного психологічного утворення. Звідси впливає необхідність його цілеспрямованого формування. Завданням експериментальної роботи повинно стати підвищення “сили” (інтенсивності) професійної само-ефективності майбутніх підприємців, за якої вони відчували б свою впевненість при виконанні функцій суб'єктів підприємництва.

Проведений якісний аналіз одержаних даних щодо показника “узагальненості” професійної само-ефективності, показує, що майбутні підприємці обирають не лише суто підприємницькі професійні функції, а й вбачають свою спроможність у виконанні функцій із менеджерського блоку. Тобто, підвищена інтенсивність професійної само-ефективності у підприємницькій сфері діяльності поширюється і на суміжні сфери, зокрема, на менеджмент. Випускники, більшою мірою, ніж студенти 2 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 2-курсників – 6,04, 5-курсників – 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 5 року навчання не виявлено жодної особи, яка б вважала себе неспроможною виконувати функції із менеджерського блоку при веденні власної справи, тоді як серед 2-курсників відмічаємо 11,8% даних осіб.

Дана тенденція зберігається і для показника “рівня” професійної само-ефективності потенційних підприємців. Зокрема, вибірка 5-курсників демонструє значно більшу кількість професійних функцій, що ними обирається, у порівнянні з 2-курсниками. Відмічаємо поступове підвищення рівня професійної само-ефективності у потенційних підприємців з віком, з переходом на вищий курс навчання. Дане збільшення рівня професійної само-ефективності вважаємо достатнім і як таке, що не потребує спеціальної роботи з метою його розвитку.

Таким чином, всі показники професійної само-ефективності – “сила” (інтенсивність), “рівень” і “узагальненість” – виявилися значно вищими у студентів, які навчаються на 5 курсі, по відношенню до студентів 2 року навчання. Випускники, більшою мірою, відчують себе компетентними у виконанні не лише своїх, а й “чужих” професійних функцій, зокрема функцій із менеджерського блоку. Разом з цим серед 5-курсників залишається значна кількість студентів, які не впевнені у своїй спроможності ефективно виконувати функції саме суб’єктів підприємництва. 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 рівня впевненості у своїй спроможності успішно



виконувати підприємницькі функції, оскільки в процесі професійної підготовки не відбувається даного становлення в достатній мірі.

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 переважної більшості потенційних підприємців усієї досліджуваної сукупності (у 79,7% випадків) конструкт моральності визначається елементами “підприємець-невдаха” або “типовий підприємець”. Це можна пояснити тим, що у смисловій структурі як 2-курсників, так і 5-курсників, сприймання власної професійної спільноти через включення категорій морального вибору у професійну діяльність ототожнюється з невдачею, неефективністю. Характерно, що для обох досліджуваних підгруп, конструкт “моральності” не пов’язаний ні з образом “Я”, ні з образом ідеального та успішного підприємця.

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 “Я- ідеальне” визначаються, здебільшого, поняттями досягнення, наполегливості, цілеспрямованості в досягненні саме раціональних, а не етичних цілей, середнього рівня ризику та відносної стабільності.

Результати дослідження демонструють також певну динаміку семантичних структур Я-образу при переході на вищий курс навчання. Зокрема, для 61,7% 2-курсників “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 на рівні фантазій щодо майбутніх досягнень. Найбільш актуальними для них є постановка “високих цілей”, пов’язаних із майбутньою професійною діяльністю. Для них не є актуальними ризик та інноваційність реальної професійної діяльності. 80% 5-курсників та 22,1% 2-курсників “Я теперішнє”, “Я через 5 років” визначають насамперед конструктами “інновації” та “ризик”.

Друга різниця між професійними стереотипами 2-курсників і 5-курсників полягає у різному змістовному наповненні образу “успішного підприємця”. Якщо для 2-курсників успішний підприємець визначається у 67,7% випадків такими характеристиками, як “уникає труднощів”, “покладається на долю”, то для 70% 5-курсників 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.

Таким чином, результати дослідження демонструють високу самооцінку і прийняття власного “Я” у всієї сукупності потенційних 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 впливає необхідність у процесі професійної підготовки майбутніх підприємців пошуку шляхів надання суб’єктам успішного підприємництва етично забарвленого смислового спрямування їх діяльності та підвищення показника “сили” (інтенсивності) професійної само-ефективності майбутніх фахівців, їх рівня впевненості у своїй спроможності успішно виконувати функції суб’єктів підприємницької діяльності.

Загалом, отримані дані дозволяють зробити загальний висновок, що за три роки навчання у вузі відбуваються певні позитивні зміни (про це свідчать

як кількісні показники, так і якісний аналіз отриманих даних) в особливостях розвитку структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик когнітивного компоненту феномена економічної суб'єктності майбутніх підприємців. Однак їх не можна вважати задовільними, оскільки 22,9% студентів-випускників залишаються на низькому рівні. І хоча ми цілком свідомі до того, що ці цифри 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 структурно-динамічних та етико-сміслових характеристик когнітивного компоненту феномена економічної суб'єктності майбутніх підприємців.

### **Література**

1. Кульбіда Н.М. Структурний аналіз Я-концепції як основи індивідуального функціонування феномену економічної суб'єктності особистості потенційного підприємця // Психологія. Збірник наукових праць. – К.: НПУ імені М. П. Драгоманова, Випуск 20, 2003. – С. 215-222.
2. Sherer M., Maddux J. The Self-Efficacy Scale: construction and validation // Psychological Reports. 1982. V. 51. P. 663-671.
3. Triandis H., McCusker C., Hui C. Multimethod Probes of Individualism and Collectivism // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. V. 59. № 5. P.1006-1020.

*В статье изложены результаты исследования когнитивного компонента феномена экономической субъектности личности потенциальных предпринимателей. Изучены основные структурные компоненты их Я-образа – психологическое Я, социальное Я и профессиональное Я, в частности параметры индивидуальной, профессиональной и социальной само-эффективности личности, этические аспекты самооотношения, ауто-стереотипные представления относительно своей профессиональной*

*деятельности., соотношение в Я-образе индивидуалистических и коллективистических конструктов самосознания.*