

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Актуальність дослідження. Сьогодні, важливість вивчення основ бізнесової та підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки полягає у тому, що ринкові відносини нам треба налагоджувати перш за все власними силами, з урахуванням наших історичних та територіальних особливостей, уміння ефективно використовувати власні природні та трудові ресурси [3, с. 6]. Починаючи з моменту здобуття Україною державної незалежності, на її території інтенсивно відбуваються процеси відродження підприємницької діяльності. Вона поступово стає природною складовою української економіки, що свідчить про її просування до ринкових форм і методів господарювання [6]. Щодо значення особистісного потенціалу підприємницької діяльності зауважимо, що передумовами розвитку підприємництва є об'єктивні умови в суспільстві та суб'єктивні чинники, тобто якості особистості, які сприяють ефективному виконанню такої діяльності [4; 6]. Тому, спираючись на значення суб'єктивних факторів у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності, вважають, що одним з головних завдань психології підприємницької діяльності є аналіз її особистісного потенціалу. Під особистісним потенціалом підприємницької діяльності розуміють сукупність психологічних характеристик особистості, які зумовлюють успішність цієї діяльності. Тобто, ці характеристики є детермінантами особистісної самореалізації [6]. Аналіз джерел наукової літератури з вищезазначеної проблеми виявив, що кожна історична епоха ставить до людини свої вимоги. Можливо, саме тому інтерес до проблематики професійної самореалізації особистості не згасає. Більшість людей хочуть бути успішними у професії, заможними, здоровими, а отже, мають намір, інтенцію до певної діяльності, яка вмотивована.

Проте рівень реалізації бажаних намірів різний. Постає питання: чому? Кожна людина – це мікрокосм досвіду і потенцій, що здатний до безмежного розвитку. Не завжди усвідомлюючи та рефлексуючи, ми утримуємо досвід своєї сім'ї, попередніх поколінь, власної нації. Досвід, на котрий безумовно спираємося. Тож, який саме досвід нам допомагає на професійному шляху, а який виконує деструктивні функції? Пошуки відповіді на ці запитання привели нас до розуміння соціального професійного капіталу. Професійна самореалізація, а не компенсаторне функціонування у професії, розвиток особи у процесі самоздійснення можливі для кожного. На думку В. М'яленко, щоб спрямувати своє життя у русло професійної самореалізації, потрібно небагато і дуже багато. Перш за все, потрібно мати прагнення змінити життя відповідно до визначеної мети, зайняти суб'єктну позицію щодо власної професійної долі [2, с. 5].

Проте, узагальнення наукових джерел з цієї проблеми свідчить про недостатню розробку досліджень, які спрямовані на вивчення особистісних якостей українських підприємців, їх типологію. Тому, зважаючи на зазначене, актуальними для українських психологів є створення психологічного профілю успішного сучасного вітчизняного підприємця, розробка типології підприємців тощо [6]. Виклад основного матеріалу. Багато західноєвропейських дослідників намагалися скласти психологічний портрет підприємця, абстрагуючись від специфічних рис та якостей, пов'язаних, наприклад, з напрямом підприємництва (виробниче, комерційне, фінансове), або його рівнем (великий, середній, малий бізнес), а також з тим, чи є підприємець новатором чи ні, а також чи об'єднує він у собі функції власника з функціями менеджера [5].

Важливі для психологічного портрета підприємця якості об'єднали в три блоки: 1. До інтелектуального блоку входять: компетентність, комбінаційний хист, розвинена уява, реальна фантазія, розвинена інтуїція, перспективне мислення. 2. Комунікативний блок – талант координатора зусиль співробітників, здатність і готовність до терпимості у спілкуванні з іншими людьми і водночас здатність йти проти течії. 3. Мотиваційно-вольовий блок – це схильність до ризику, відповідальність, прагнення боротися й перемагати, потреба в самореалізації й суспільному визнанні, вираженість мотиву успіху. Повний перелік названих якостей характерний до портрета ідеального, а не типового підприємця. У портреті типового підприємця для забезпечення його успішної діяльності слід розвивати обов'язкову наявність компонентів мотиваційно-вольового блоку, тому що підприємець, насамперед, фігура діюча, активна, творча [5].

Аналізуючи зарубіжні дослідження щодо зазначеної проблеми, в наукових працях А. Агеєва [7] виявлено узагальнений портрет західного підприємця. Він включає в себе переважно універсальні психологічні характеристики: (інтелектуальні, комунікативні, вольові якості), а також деякі ділові якості, які мають вплив на результати бізнесу в цілому, або на його окремі складові. Ці якості синтезовано в таке поняття, як особистісний профіль людини, яка займається підприємництвом, і представлено в табл. 1.

Таблиця 1.

Особистісний профіль підприємця (за А. Агеєвим) [7]

ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ

Якості	Прояви якостей
Пошук можливостей та ініціативність	а) бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості; б) діє до того, як його змусять вчиняти обставини.
Завзятість і наполегливість	а) готовий до неодноразових зусиль, щоб подолати перешкоду; б) змінює стратегії, щоб досягнути мети
Готовність до ризику	а) віддає перевагу ситуаціям «виклику» або помірному ризику; б) віддає перевагу діям, щоб зменшити ризик або контролювати результат
Орієнтація на ефективність	а) знаходить шляхи робити речі краще, дешевше, швидше; б) прагне досягати досконалості, поліпшувати стандарти ефективності
Залучення до робочих дій, контактів	а) бере на себе відповідальність та готовий на особисті жертви заради виконання роботи; б) береться за справу разом з працівниками або самотужки.
Цілеспрямованість	а) чітко висловлює цілі, має довгострокове бачення; б) постійно ставить і корегує короткотермінові завдання.
Прагнення бути інформованим	а) особисто збирає інформацію про клієнтів, постачальників, конкурентів; б) використовує особисті і ділові контакти для своєї інформованості.
Систематичне планування і спостереження	а) планує, розділяючи основні завдання на підзавдання; б) розробляє або використовує процедури спостереження за виконанням робіт.
Здатність переконувати і встановлювати зв'язки	а) використовує обережні стратегії для впливу і переконання людей; б) використовує ділові й особисті контакти як засіб досягнення цілей.
Незалежність і самовпевненість	а) прагне до незалежності від правил і контролю інших людей; б) покладається лише на себе у ситуації протистояння відсутності успіху; в) вірить у свою здатність виконувати складні завдання.

До того ж. виділяють особистісні якості, що перешкоджають успіху в бізнесі. Зокрема, якостями, що протипоказані підприємцю, є: а) емоційна нерівноваженість; б) лінь; в) пасивність; г) вразливість до нав'язування чужої волі; д) надмірна старанність і пунктуальність. Крайню якість у цьому списку традиційно зараховують до позитивних властивостей людини, але те, що добре у найманого працівника, є мінусом для підприємця, який повинен сам давати собі завдання, а не чекати, коли хтось скаже, що йому потрібно робити. Пунктуальність важлива риса у бухгалтера або архіваріуса, але за умов досить швидко мінливої ринкової економіки, гнучкість важливіша за сталість. Ще одна особистісна якість, що ускладнює діяльність підприємця, – це підвищена тривожність. За її наявності бізнесмен буде занадто довго вагатися, приймаючи рішення, і занадто повільно діяти, а то й зовсім виявлятиме пасивність [5]. Разом з тим, у ході аналізу теоретичних зарубіжних джерел, виявлено різні класифікації психологічних типів підприємців. Насамперед особливу увагу заслуговує така типологія: 1. «Технологічний підприємець» – переважно екстраверт, орієнтований на повну самореалізацію своїх аналітичних та інтуїтивних здібностей, помірно схильний до влади, уникає підпорядкування, стурбований лише успіхами справи, а не особистою фінансовою винагородою. 2. «Дрібний підприємець» – оптиміст, відрізняється здатністю витримувати дуже інтенсивне трудове навантаження, порівняно з найманими працівниками, завжди економічно орієнтований. 3. «Масовий підприємець» – людина, котра розділяє погляди, які існують у суспільній свідомості, що підприємництво – це спосіб самореалізації кожної людини, яка потребує успіху і хоче перевірити власні здібності в конкурентній боротьбі; гроші для неї – над усе, свідчення успіху, а не самоціль або засіб завоювання влади. 4. «Стратегічний підприємець» – надає перевагу рішенням великомасштабного характеру, які стосуються реорганізації, купівлі-продажу компаній, їх переорієнтації тощо. Для нього характерно діяти своєчасно, обдуманно і швидко. 5. «Підприємець-чемпіон» – розглядає конкурентну боротьбу і бізнес як захопливий вид спорту. 6. «Підприємець-новатор» – винахідник,

здатний долати опір своїм ідеям і йти до кіпця, конформіст, схильний довіряти виконавцям і компаньйонам, з переважанням неекономічної мотивації (статусу, суспільного визнання тощо). 7. «Підприємець-посередник» – який діє на «зовнішньому кордоні» організації. Для нього характерне прагнення до відчуття успіху, схильність до зобов'язань, відчуття власної значущості, економічна мотивація, орієнтація на комерційний результат [6].

Авторами підручника «Технології роботи організаційних психологів» (Л. Карамушкою, Т. Зайчиковою, О. Винославською, М. Войтович та ін. [7]) було проведено спеціальне дослідження психологічних особливостей українських підприємців, що працюють в сфері торгівельного бізнесу і вивчено їх потреби в психологічній підтримці. У дослідженні взяли участь майже 100 підприємців. Дослідники використали такі методи, як анкетування та інтерв'ю. На підставі аналізу відповідей на запитання анкети стосовно ціннісно-мотиваційних аспектів підприємницької діяльності учасниками опитування виділено такі найбільш привабливі сторони своєї діяльності: свобода і незалежність у прийнятті рішень, в поточному та стратегічному плануванні своєї діяльності та робочого часу, відсутність контролю – «сам собі господар» (70,0 % опитаних); прагнення досягнення успіху у своїй власній справі (69,0 %); насичене професійне спілкування, пов'язане з постійним спілкуванням та взаємодією в бізнес-середовищі (50,0 %); можливість отримання вельми високого прибутку (25,0 %). Отримані відповіді свідчать про полімотивованість підприємницької діяльності і ламають існуючі в суспільстві стереотипи стосовно того, що отримання високого прибутку є одним з провідних мотивів підприємницької діяльності: Однак зауважимо той факт, що соціальні мотиви, зокрема «потребу визнання в суспільстві» представлено у незначній кількості опитаних – лише в 19 %. [7].

Аналізуючи особистісні якості, чимало опитаних підприємців зазначили, що їм властиві: відповідальність (81,0 %); комунікабельність (62,5 %); вміння піти на компроміс (62,5 %); вміння самостійно приймати рішення (56,0 %); незалежність (56,0 %); розвинена інтуїція (56,0 %). Проте значно менше підприємців зазначили наявність у них таких важливих для підприємницької діяльності якостей, як: вміння ризикувати (44,0 %); лідерські якості (31,0 %); здатність до самоорганізації та організації роботи колективу (31,0 %); вміння доводити почату справу до кінця (19,0 %) тощо. Саме ці особистісні якості підприємці хотіли б розвивати та вдосконалювати для підвищення ефективності підприємницької діяльності. Що стосується безпосередньо здійснення підприємницької діяльності, то переважна більшість підприємців (від 67,0 до 94,0 %) зазначили, що вони тою чи іншою мірою зазнають ускладнень в реалізації функцій планування, організації та здійснення контролю. Позитивно оцінюючи роль конкурентоздатної команди в забезпеченні успішності підприємницької діяльності (80,0% опитаних), підприємці засвідчили доволі нечіткі уявлення про сутність команди, її структуру, принципи функціонування та механізми формування. Також 90,0 % підприємців вказали на те, що їх діяльність постійно супроводжується стресовими ситуаціями, а 57,0 % заявили, що не вміють успішно долати їх [7].

Отримані дані, на думку Л. Карамушки та ін. [7], свідчать про необхідність надання психологічної підтримки підприємцям з боку організаційних психологів. Це підтверджується також результатами опитування підприємців, серед яких 75,0 % заявили, що вони потребують психологічної підтримки. Пріоритетними напрямками психологічної допомоги підприємцями були названі такі: а) психологічна підтримка у розв'язанні професійних завдань (створення іміджу фірми, проведення тренінгу продаж для підготовки персоналу, підготовка до роботи з «важкими» клієнтами тощо) – 75,0 %; б) психологічна підтримка діяльності персоналу (відбір та оцінка діяльності персоналу, формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі тощо) – 50,6 %; в) надання індивідуальних психолого-управлінських консультацій для підприємців (визначення стилю вашої підприємницької діяльності, його переваг та обмежень; розробка програми професійного та особистісного вдосконалення; опанування прийомами запобігання та подолання стресу тощо) . Спираючись на отримані в дослідженні результати узагальнимо, що підприємницькою діяльністю в торгівлі займаються незалежні, самостійні люди, які прагнуть досягти особистісного успіху, реалізуватись та самоствердитись. Натомість дослідження показало, що для підвищення ефективності своєї роботи підприємцям необхідно розвивати певні особистісні якості та вдосконалювати багато психологічних складових підприємницької діяльності [4; 7].

Допомогти вирішити ці завдання підприємцям можуть організаційні психологи, використовуючи діагностичний та корекційно-розвивальний компоненти даної технології. зміст яких буде розкрито у наступній статті. Висновки. Аналіз теоретичних аспектів дослідження дозволяє стверджувати, що за статистикою лише 5-10% дорослого населення має підприємницький хист. Проте підприємці кажуть: «Підприємницький хист – це здебільшого талант, помножений на наполегливу працю та достатні знання». Деякі необхідні якості підприємця – природжені властивості людей, інші – результат розвитку природних здібностей, навчання та практичного досвіду [1, с. 15]. Для багатьох громадян України підприємництво стає основним видом трудової діяльності. Особливо відчуває потяг до ведення власного бізнесу молоде покоління. Молодим людям може здаватися, що стати успішним підприємцем без знань і спеціальної підготовки не складно. Проте основні знання та навички потрібні як тим, хто має власний бізнес, так і тим, хто наймається на роботу, хто продає товар, і хто його купує [1]. Для заняття підприємницькою діяльністю необхідні певні особистісні риси. А саме: ініціативність, незалежність, самовпевненість, здатність переконувати і встановлювати зв'язки, комунікабельність, схильність до творчості, завзятість і наполегливість, цілеспрямованість, готовність до ризику, відкритість до інновацій, орієнтація на ефективність і якість, прагнення бути поінформованим, підвищувати свій освітній рівень. З наведених якостей видно, що одні з них – результат навчання і досвіду, інші – є природженими. Саме

присутність природжених якостей є актуальним для підприємця в реалізації його діяльності. Ці якості формуються як результат складних процесів соціалізації [3, с. 57].

ЛІТЕРАТУРА

1. Карпюк Г. І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf> (дата звернення: 17.04.2023).
2. М'яленко В. В. Психологія професійної самореалізації молоді : монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум, 2016. 104 с.
3. Остапчук А. Д., Збарська А. В. Організація підприємницької діяльності у фірмі: навч. посібник [за ред. професора В. К. Збарського]. Київ: НУБіП України, 2015. 273 с.
4. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навчальний посібник. Львів, 2001. 276 с.
5. Психологічний портрет підприємця. URL : https://pidru4niki.com/87779/psihologiya/psihologichniy_portret_pidpriyemtsya (дата звернення: 18.04.2023).
6. Психологічні особливості підприємницької діяльності. URL: <https://sites.google.com/site/ecolicej/navcalnij-proces/uroki-ekonomiki/11-a-klas/viznacalni-risi-ta-osoblivosti-pidpriemnickoie-dialnosti/psihologichni-osoblivosti-pidpriemnickoie-dialnosti> (дата звернення: 17.04.2023)
7. Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / За наук. ред. Л.М. Карамушки. Київ: Фірма «ІНКОС», 2005. 366 с.

Федор Наталія

Науковий керівник – доц. Адамська Зоряна

ДО ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ І ЗАРУБІЖНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Особливості міжособистісної взаємодії в мережі Інтернет сьогодні привертає увагу науковців різних галузей – фізіологів, медиків, соціологів, філософів, педагогів, психологів. Адже саме ці фахівці практично кожного дня констатують стрімке зростання кількості нових користувачів Інтернету, а відповідно, й кількості залежних від віртуально-інформаційного середовища. Однак попри свою беззаперечну актуальність проблема інтернет-залежності сьогодні ще вивчена недостатньо глибоко.

У зарубіжній психології дослідження проблеми інтернет-залежності бере свій початок з 90-х років минулого сторіччя. Першими з цим феноменом зіткнулися компанії, які використовували в своїй діяльності Інтернет та зазнали втрат тоді, коли у співробітників з'явився патологічний потяг до надмірного перебування в мережі, а також лікарі-психотерапевти, до яких зверталися за допомогою ці працівники. Основними скаргами були: зменшення працездатності, розсіювання уваги, порушення сну, роздратованість, втома, ослабленість імунної системи тощо.

Найбільш суттєві дослідження в цій галузі розпочалися з кінця 90-х років ХХ стліття. Їх інтенсивність зростає прямопропорційно до кількості користувачів інтернет-мережі. Наукові роботи як вітчизняних, так і закордонних дослідників присвячені різним аспектам проблеми:

- інтернет-залежність загалом (А. Голдберг, Д. Грінфілд, Р. Девіс, Т. Ісакова, О. Камінська, М. Орзак, Дж. Сулер, С. Холл, М. Шоттон та ін.);
- вплив комп'ютерних ігор на особистість підлітка (І. Белавіна, О. Беляєва, П. Біленчук, Е. Болескіна, Л. Подригало, М. Іванов, Н. Садовська, Н. Сапіра, Г. Чайка та ін.);
- дослідження ідентичності користувачів мережі Інтернет та процесів самопрезентації в мережі (І. Зварич, Е. Мулик, А. Ортштейн, Х. Турецька, Я. Чапак та ін.);
- психологічні аспекти комунікативних процесів в мережі (Л. Гур'єва, Т. Карабин, О. Черемісіна та ін.);
- дослідження психічних та поведінкових розладів в осіб молодого віку з комп'ютерною залежністю (Т. Больбот, Т. Вакуліч, Ю. Вінтюк, Л. Юр'єва та ін.).

Здійснений нами теоретичний аналіз дозволив виокремити два підходи щодо змісту та напрямів вивчення Інтернет-залежності – медичний та психологічний. Зокрема, медичний підхід перш за все передбачає психіатричний або психотерапевтичний аспекти, а закордонні вчені взагалі окремо виділяють адиктологічний аспект. Так, перше визначення інтернет-залежності представив американський