

Аніщенко Д. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток малого підприємництва є найважливішим чинником політичної стабільності та соціально-економічного благополуччя суспільства. Воно дозволяє значно розширити виробництво багатьох споживчих товарів і прискорити науково-технічний прогрес. Безпосередній вплив підприємство надає і на формування «середнього класу» – гаранта політичної стабільності суспільства. В ефективному розвитку підприємництва психологічний фактор стає визначальним, так як за своєю сутністю підприємницька діяльність являє собою прояв особистої ініціативи людини, який проектує в соціально-економічне середовище свій особистісний потенціал, втілений у конкретному виді діяльності.

У сучасній вітчизняній психології підприємництво часто розглядається в рамках традиційного діяльнісного підходу. У своєму дослідженні ми виходили з позиції, що діагностика уявлень студентів про підприємницьку діяльність може бути проаналізована за допомогою аналізу розроблених студентами бізнес-планів. Студентам пропонувалося скористатися методичним посібником, який містив покрокову інструкцію створення бізнес-плану:

- 1) місія підприємницької діяльності;
- 2) уточнення і формулювання вектору власної підприємницької діяльності;
- 3) висування особистісно значущих підприємницьких цілей і завдань;
- 4) складання організаційного та календарного плану підприємницької діяльності;
- 5) здійснення пошукового плану можливих підприємницьких проблем і шляхів їх вирішення;
- 6) формулювання очікуваних результатів підприємницької діяльності та пов'язаних з цими очікуваннями передбачуваних вигід і втрат;
- 7) оцінка соціально-економічної значущості підприємницької діяльності;

8) оцінка можливостей і наслідків підприємницької діяльності в перспективі.

Представлені далі результати емпіричного аналізу отримані шляхом експертного аналізу: науково-дослідних робіт студентів і пояснень обраних позицій самими студентами.

Виявилось, що як соціальний інститут суспільства і особистісно значуща цінність, підприємницька діяльність займає провідну позицію в структурі соціально-економічних уявлень студентів. Проте, уявлення студентів про підприємницьку діяльність характеризуються певними протиріччями і спотвореннями. Зокрема:

1) недостатнім обсягом психологічних знань і умінь, необхідних для пізнання і реальної оцінки успішності підприємницької діяльності (44,8%);

2) наявністю суперечностей в уявленнях про цінності і сенс підприємницької діяльності (36,4%);

3) відсутністю адекватних уявлень про умови соціально-економічної успішності підприємницької діяльності (72,6%).

До позитивних аспектів уявлень можна віднести:

1) адекватні уявлення студентів про основні способи отримання підприємницького доходу;

2) розуміння переваг підприємницької діяльності в досягненні матеріального благополуччя;

3) впевненість у можливості забезпечення матеріального достатку, що відповідає рівню домагань особистості;

4) наміри поєднувати кілька джерел при отриманні доходів, не обмежуючись будь-яким одним.

До негативних аспектів можна віднести:

1) відрив від реальності при визначенні очікуваних розмірів доходів;

2) короткі тимчасові параметри для досягнення економічного піку підприємницької діяльності (42,3%);

3) наявність корупційних підприємницьких намірів (13,7%);

4) низька збалансованість передбачуваних бізнес-інвестиції (69%).

Узагальнений аналіз структури і змісту уявлень студентів про підприємницьку діяльність дозволив виділити і класифікувати шість рівнів уявлень:

- 1) нижчий;
- 2) фрагментарний;
- 3) просторовий;
- 4) динамічний;
- 5) суб'єктний;
- 6) творчий.

Кожен рівень уявлень студентів про підприємницьку діяльність має свої специфічні характеристики.

Список використаних джерел:

1. Китова Д. А. Актуальні проблеми соціальної психології та психології професійної діяльності: колективна монографія / Д. А. Китова; під ред. Д. А. Китової, О. І. Каяшевої. – СПб.: НДЦ АРТ, 2015.
2. Базаров Т. Ю. Бізнес-освіта: розвиток організацій або організація розвитку / Т. Ю. Базаров // Організаційна психологія. – 2013. – Т. 3. № 4. – С. 92-108.