

Глуханюк Н.С.

доктор психологических наук,
профессор кафедры управления персоналом и психологи
Уральского Федерального Университета
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
г. Екатеринбург (Россия);

Петрова М.Г.

генеральный директор и
ведущий тренер консалтинговой компании
ООО «Лидер Бизнес Групп»,
г. Москва (Россия).

Потребитель современного бизнес образования: психологический портрет

Расширение международной и региональной интеграции, усиление миграционных процессов определяют необходимость развития у современного человека универсальных качеств, позволяющих ориентироваться на международных и региональных рынках труда, интегрироваться в различные профессиональные группы, строить карьеру вне зависимости от места рождения и социально культурной принадлежности.

В последние годы предпринимательство стало привлекательной сферой деятельности для тех, у кого нет сложившихся стереотипов, кто легко воспринимает новые экономические условия. К сожалению, исследователями до сих пор не систематизированы теоретические представления и эмпирические данные об относительно новой социально-профессиональной группе – предпринимателях, складывающейся на постсоветском пространстве. Образовательные формы активизации экономического поведения не знают своего потребителя и соответственно носят гипотетический характер.

Исследование и развитие предпринимательства неразрывно связано с решением экономических, социальных и психологических задач. Среди задач психологического изучения феноменов предпринимательства и бизнес образования является исследование способностей человека, внутренних резервов активности, без которых невозможны подготовка к предпринимательской деятельности и ее осуществление. Университетское образование не ставит своей задачей формирование универсальных предпринимательских качеств. А потребность современной экономики и производства в специалистах, способных самостоятельно ставить и решать профессиональные задачи, достаточно велика. Поэтому актуальной становится разработка образовательных программ, адекватных запросам рынка

труда. Таким образом, наша деятельность ведется в двух основных направлениях – исследовательском и образовательном. В представленной работе отражены данные первого направления.

Проблема исследования заключается в изучении предпринимательства как особой профессиональной деятельности и предпринимателей как основных потребителей программ бизнес образования. Особое звучание проблема психологии потребителя приобретает в контексте конкуренции программ на рынке бизнес образования. В целом предлагаемые программы и услуги, по мнению их создателей, предназначены для людей, с активным экономическим поведением, идентифицирующих себя с предпринимательством как способом управления, мышления, поведения. Но продвижение бизнес образовательных программ на рынок требует более объективного знания психологических особенностей их потребителей.

Эмпирические данные, полученные различными авторами в разных научных школах, к сожалению, немногочисленны, не систематизированы и не поддаются анализу в контексте современных представлений о социально-психологических особенностях предпринимателей.

Нами проанализированы различные подходы к исследованию предпринимателей как особой социально-профессиональной группы. Психологические исследования развивались под большим влиянием работ зарубежных авторов, таких как К. Веспер, Р. Хизрич, М. Питерс, Й. Шумпетер, Д. Мак-Клеланд, Д. Роттер и других. Рассматривались личностно-профессиональные качества, стилеобразующие характеристики деятельности, особенности мотивации, вопросы профессионального развития и профессионализма предпринимателей (Р.А. Белоусов, А.Л. Журавлев, Р.Л. Кричевский, В.П. Позняков, А.Е. Чирикова и др.). В работах отмечается, что идеального профиля предпринимателя не существует, приоритет качеств определяется экономическими, политическими, национальными особенностями страны или региона (А.Л. Журавлев, Н.А. Журавлева, Т.В. Корнилова, А.Н. Лебедев, В.В. Марченко, В.П. Поздняков, А.Е. Черкова, В.А. Хашченко).

Еще одним направлением исследований являются работы по изучению формирования предпринимательских качеств в стартовый период (Н.И. Конюхов, А. Антоновский, Г. Крампен, С. Кобас, А. Шапиро). Изучаются также личностные детерминанты карьерных планов, карьерной успешности, процесса профессионального становления; критерии и мотивация успешности деятельности; характеристики субъектной активности, идентичности и др. (С.В. Рудакова, Е.К. Климова, А.В. Бояринцева, М.Ю. Кузьмина, А.М. Сидорова)

Проведенный анализ исследований характеристик предпринимателей позволил сделать следующие выводы. 1. Предпринимательские качества изучаются в экономической и психологической интерпретации в контексте успешности деятельности, с преобладающей

опорой на данные зарубежных исследователей и их теоретических предпочтений. 2. В большинстве работ изучаются отдельные психологические феномены. 3. В работах последнего времени формируется поиск интегральных характеристик предпринимателей. 4. Просматривается волюнтаризм в выборе исследовательских планов и методов, а также проявляются стереотипы исследователей в отношении к предпринимательству. Систематизация данных позволяет сделать вывод о необходимости поиска психологического своеобразия предпринимателей как основных потребителей бизнес образования и ухода от описания отдельных свойств и их проявлений.

Опубликованные данные и наши наблюдения свидетельствуют о высоких возможностях современных предпринимателей, но в то же время о постоянной потребности их выявления и способах развития. Одной из образовательных форм, создающих условия для удовлетворения данной потребности является бизнес образование. Поэтому изучение особенностей специфической социально-профессиональной группы как основного потребителя бизнес образования проводилось в процессе реализации авторской программы «ТОП-менеджер за 90 дней», которая является результатом многолетней работы М. Г. Петровой, специализирующейся на программах качественного и количественного изменения и развития, как отдельной личности, так и компании в целом. Данная программа прошла апробацию в разных этнокультурных и социально-экономических условиях, а именно в Латвии, Украине, России, в Республике Казахстан, Голландии (в группах русскоязычного населения). В ней принимали участие более 7000 человек, в том числе из Казахстана – 2000 человек. Все участники исследования (104 человека) занимались предпринимательской или управленческой деятельностью. В работе были использованы известные стандартизированные психодиагностические инструменты.

Исследование проводилось в два этапа: 1) изучение психологических характеристик предпринимателей, участвующих в бизнесе (собственники и менеджеры, в основном по запросу компаний); 2) анализ особенностей самостоятельных участников бизнес программ (по собственному желанию).

В результате реализации первого этапа удалось выделить состав характеристик предпринимателей, отличительные особенности собственников и менеджеров, их отношение к бизнес образованию. Установлено, что предприниматели и менеджеры представляют себя как целеустремленных и настойчивых; креативных и прагматичных людей, проявляющих готовность к актуализации своих возможностей. Им присуща выраженная мотивация достижения успеха, сочетающаяся со склонностью к разумному риску, основанному на оценке ситуации и тщательном расчете. Они характеризуют себя как способных концентрироваться на главном, видеть новое и быстро его осваивать.

Однако обнаружены и отличительные психологические особенности предпринимателей-собственников в сравнении с менеджерами. Для владельцев бизнеса характерно явное доминирование ценностных установок, связанных с работой в сравнении с другими сферами жизни, в отличие от менеджеров, которым свойственна гармоничность ценностей. Собственники характеризуются выраженной внутренней ответственностью, а для менеджеров характерно сочетание внешней ответственности в сфере неудач и внутренней в отношении успеха. Собственники оценивают успешность своей профессиональной деятельности через объективные критерии функционирования бизнеса (прибыль), в отличие от менеджеров, которые привлекают для данной оценки субъективные показатели карьерной успешности (опыт, уровень образования и т.п.).

Таким образом, результаты идеографического исследования позволили выделить состав отличительных психологических характеристик предпринимателей как специфической профессиональной группы, продуцированных ими самими и в семантике их языковых форм.

Рассмотрим наиболее характерные особенности предпринимателей, полученные в результате эксперимента. В сфере личности выявлено, что для предпринимателей характерны умеренная склонность к риску, выраженная эмоциональная стабильность, независимость, доминантность, властность, высокая гибкость поведения, склонность к новаторству, низкий интерес к общественным стандартам и сниженная моральная регуляция поведения. В сфере самосознания – внутренняя ответственность и ее зависимость от ситуаций успеха и неудачи, высокие самоуважение и самоэффективность, оптимистичность в оценке себя, адекватно завышенный уровень притязаний. В сфере мотивации – ярко выраженный мотив достижения с ориентацией на конкретный результат, приоритет таких ценностей как личная независимость, успех, карьера, учеба, материальное благополучие и заработная плата, в меньшей степени, семья, друзья, увлечения; а также дискретное отношение ко времени собственной жизни, фокусировка внимания на будущем, нежели прошлом и настоящем. В когнитивной сфере – высокий уровень интеллектуальных функций, склонность к абстрактному мышлению, развитые комбинаторные способности, высокие лабильность и организованность мыслительных процессов, отсутствие склонности к «застреванию» в решении задач, сочетание креативности и прагматичной ориентации в анализе ситуации.

Установленные особенности предпринимателей согласуются с данными исследований П.В. Бершакова, Г.С. Дулиной, Е.В. Дьячковой, В.Г. Зазыкина, В.Н. Маркова, Baron, Baum, Gaglio, Katz, Kirzner, Markman et al и дают основания рассматривать эти особенности как инвариантные психологические характеристики. Есть и расхождения, в частности по

отношению к риску. Нами обнаружено, что успешные предприниматели готовы к риску в определенной степени, однако, пытаются избегать ситуаций, характеризующихся высокой степенью непредсказуемости и множеством различных последствий.

Также следует отметить еще одну характерную особенность участников программы, свойственную как собственникам, так и менеджерам: прогнозирование успешного развития бизнеса или личной карьеры в связи с посещением бизнес курсов. Бизнес образование воспринимается как некоторое «средство от всех болезней».

В настоящем исследовании получены также данные об особенностях участников бизнес образования – мужчин и женщин. Обнаружены гендерные особенности проявления характеристик. Мужчинам-предпринимателям свойственны большая самоуверенность, склонность к нововведениям, а женщинам-предпринимателям – большая контактность и коммуникабельность, независимость, гибкость поведения. В отношении остальных показателей гендерные особенности не установлены.

Исследовательская задача второго этапа – изучение характерологического профиля взрослых, осознанно выбирающих тренинг по различным мотивам, в частности как форму и пространство самоактуализации.

Данной группе испытуемых свойственна адекватность самооценки и определенная личностная зрелость. Наиболее интересны особенности коммуникативной сферы. Выявлена высокая общительность, способность к установлению непосредственных, межличностных контактов, готовность к групповой работе, экспрессивность и потребность в аффективно насыщенном и динамичном общении, эмоциональное лидерство и репутационная смелость в социальных контактах. Коммуникативная сфера имеет качественное своеобразие. С одной стороны, выраженная независимость, своенравие характера, которые проявляются в свободном отношении к общепринятым моральным правилам и нормам и в низком уровне чувства долга и ответственности, с другой стороны, конформность поведения, ориентация на общественное одобрение, зависимость от мнения группы. Данные характеристики выступают как симптомы социальной незрелости. Невысокие показатели по факторам общих способностей усугубляют фиксируемую симптоматику.

В эмоциональной сфере участникам исследования свойственна эмоциональная устойчивость, уверенность в себе, спокойное адекватное восприятие действительности, стрессоустойчивость и ригидность.

Сфера общих способностей участников характеризуется низким уровнем оперативности мышления, эрудированности, общего уровня культуры, конкретностью воображения. Познавательная сфера отличается такими индивидуально-психологическими особенностями как склонность к свободомыслию, стремление к принятию самостоятельных

интеллектуальных решений, что никак не обеспечивается когнитивным ресурсом. Такой личностный профиль свойственен исследуемой группе в целом.

Предпринятая попытка увидеть характерологический профиль личности взрослых людей, ищущих возможность развития и реализации себя, позволяет сделать следующие выводы. Поиск образовательных возможностей личностного развития осуществляют люди с высокими потребностями в подтверждении своих потенциальных (скрытых) качеств и низким уровнем когнитивных ресурсов.

Выводы. Полученные экспериментальные данные о психологических особенностях потребителей бизнес программ позволяют прогнозировать произвольное, а не стихийное развитие предпринимательских качеств и формирование активного экономического поведения. Результаты исследования являются научной основой проектирования инновационных образовательных программ, а также изменения традиционного образовательного процесса.

Еще один вывод состоит в том, что развитие, как предпринимательства, так и бизнес образования нуждается в научном осмыслении, эмпирических исследованиях и психологическом сопровождении не фрагментарно, а системно и систематически как в Казахстане, так и в других странах.

Практический вклад исследования определяется возможностью согласования рынка труда и социально образовательной политики, но главное, устойчивым стремлением населения к реализации бизнес поведения и активизации собственных потенциальных возможностей в любых условиях, в том числе нестабильности и неопределенности. Что позволит эффективно управлять профессиональными ресурсами, являющимися одним из основных источников социально-экономического развития.