



## ЕТНОФУНКЦІОНАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРИКАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Зіновія КАРПЕНКО

Copyright © 2000

За умов системної кризи, що охопила всі посттоталітарні держави після розпаду СРСР, зростає роль етнічного чинника як каталізатора якісних ідейно-політичних, економічних і соціокультурних зрушень на теренах новопосталих суверенних республік.

Під етнічним чинником розуміємо комплекс ідентифікаційних критеріїв, як-от: єдність характерологічного складу, діалектно-розмовних особливостей, традицій, звичаїв, віросповідання, ціннісно-мотиваційної структури, спільності господарської діяльності, території проживання, емоційна і раціональна «підключеність» до відповідних сюжетів усної народної творчості, спорідненість архетипічних утворень та історичної пам'яті роду тощо. Зрозуміло, що реформування всіх засад життя української держави, передусім перехід на засади багатокладної ринкової економіки, не може бути успішним без ефективного освоєння кожним етносом окремої екологічної ніші у складній архітектоніці

стратегічних перетворень всього суспільного організму. З цієї причини дослідження етнофункціональних передумов підприємницької діяльності у Прикарпатському регіоні дозволяє виявити соціально-психологічний контекст запроваджених економічних нововведень, а також етнопсихологічну готовність до оволодіння сучасними методами господарювання. У відомих психологічних дослідженнях етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності використовувалися такі методи: інтерв'ю, біографічний, вивчення продуктів діяльності, контент-аналіз, які дали змогу виявити кластери особистісних властивостей, релевантних для успішного бізнесу. Дослідження етнофункціональних аспектів державного управління в Україні тільки розпочинається. Тому використання висновків зарубіжних колег, які встановили інваріантні психологічні передумови, необхідні для успішного

**Таблиця 1**  
**Зміст особистісних властивостей підприємця**

№	Властивості, сприятливі для підприємницької діяльності (А)	Властивості, несприятливі для підприємницької діяльності (Б)
1	<i>Здатність до ризику</i> - переконаність у тому, що не все можна передбачити; відвага при запровадженні нововведень.	<i>Обережність</i> - переконаність у тому, що неприємностей можна запобігти, небажання брати участь у малознайомій справі.
2	<i>Опора на інтуїцію, передбачення</i> - симультанна обробка інформації на рівні несвідомого; довіра до внутрішнього «голосу» - цілісного миттєвого осяяння щодо доцільності даного вчинку, рішення; відчуття сприятливого моменту.	<i>Опора на логіку</i> - раціональне зважування альтернатив; дискурсивне (конвергентне) мислення, яке приводить до єдино прийнятного рішення, оптимального за конкретних умов.
3	<i>Перфекціонізм</i> - прагнення до досконалості; виражені мотиви до самоактуалізації, неухильного підвищення професійної компетентності та особистісної самоефективності.	<i>Рутинність</i> - зосередження (зав'язлість) у процесі виконання діяльності; втягнутість у роботу, увага до деталей без урахування її кінцевого продукта; інтенсивність праці як мірило людської гідності.
4	<i>Індивідуалізм</i> - віра у себе, свої творчі можливості; опора на власне сумління як джерело моральної оцінки; відстоювання особистих прав і цінностей.	<i>Колективізм</i> - віра у силу колективу, звернення до авторитету групи; підпорядкування особистих інтересів і цінностей груповим.
5	<i>Інтернальність</i> - схильність покладати відповідальність за результати своїх дій на самого себе; самостійність і самоконтроль, упевненість у собі.	<i>Екстернальність</i> - схильність покладати відповідальність за результати своїх дій на інших людей, групу, долю, обставини; залежність від громадської думки; конформність.
6	<i>Організованість, самодисципліна</i> - зосередженість на справі; одночасне утримання в полі зору кількох об'єктів; оперативне реагування на зміни; зібраність і внутрішня мобілізованість.	<i>Стихійність, безалаберність</i> - ірраціональне переконання в тому, що «якось воно буде»; розпорошеність уваги, незібраність, розкиданість.
7	<i>Прагматизм</i> - прагнення до здобуття відчутних матеріальних результатів; бажання дістати вигоду, матеріальний зиск від затрачених зусиль, капіталовкладень.	<i>Споглядальність, мрійливість</i> - безкорисливий інтерес до життя; протиставлення піднесеної романтики «грубим» будням; відсутність реалізму; відкидання «прози життя»; презирство до багатих.
8	<i>Гнучкість</i> мислення і поведінки - швидкий перехід від неефективної стратегії розв'язання проблеми до ефективної; одночасне (про запас) утримання кількох варіантів розв'язку; здатність оцінити проблему під різними кутами зору.	<i>Ригідність</i> мислення і поведінки - дотримання однієї стратегії розв'язання проблеми навіть при неефективності її застосування; труднощі зміни «фокусу оцінки» проблем.
9	<i>Наполегливість</i> – неухильне прагнення до реалізації намічених цілей; наполягання на своїй правоті; вміння переконувати і знаходити прибічників своєї справи; амбітність і честолюбство.	<i>Пасивність</i> - добровільна передача ініціативи іншому; нехтування своїх інтересів при їх недостатній усвідомленості; безвідповідальність і безпринципність; аморфність характеру.
10	<i>Працелюбність</i> – розуміння того, що праця є сенсом життя, мірилом людської гідності і джерелом самоповаги.	<i>Лінощі</i> - уникнення праці, презирство до трудівників; споживацький спосіб життя; переконання, що гедонізм є визначальною цінністю людського існування.

здійснення підприємницької діяльності в даних умовах.

Аналізуючи результати відомих досліджень (див. посилання), можна визначити такий блок особистісних властивостей, які сприяють (чи перешкоджають) ефективному бізнесу (табл.1).

Вказаний вище блок особистісних властивостей, на нашу думку, відіграє роль диференційованого діагностичного критерію, за допомогою якого можна встановити характерний спосіб включення «середньостатистичного» прикарпатця в наявну нині економічну діяльність з рисами переходу від державної до приватної форм власності. Разом з тим можна визначити, які риси національного менталітету

актуалізуються процедурою опитування як домінуючі особистісні установки.

З цією метою нами запропонований опитувальник етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності, що складається з десяти пар добре відомих загалу прислів'їв. Кожна пара прислів'їв підібрана за принципом біполярного конструкта Дж. Келлі і за формою є семантичною опозицією, в якій перше прислів'я репрезентує сприятливу для підприємництва особистісну властивість (А), а друге - уособлює несприятливу для бізнесу рису (Б). Ключ до опитувальника аналогічний з охарактеризованими у таблиці 1 особистісними властивостями. Нижче наводимо зміст опитувального бланку.

#### «Шановний (а) пане (і)!

*Соціальних психологів цікавить, які переконання і способи поведінки призводять до успіху в господарській, зокрема підприємницькій, діяльності. З'ясування цього питання допомогло б у підготовці економічної еліти України. З цією метою просимо Вас виконати такі завдання.*

1. З наведених пар прислів'їв виберіть те, що найчастіше справджується у Вашому житті. Обведіть кружечком відповідну букву. Не пропускайте жодної пари прислів'їв. У сумнівних випадках обирайте найсимпатичніше, на Вашу думку, прислів'я.

1. А. Хто перший сіє, той перший збирає.  
Б. Не лізть у воду, не знаючи броду.
2. А. Посієш вчасно, то і вродить рясно.  
Б. Сім раз одмір, а один раз одріж.
3. А. Дерево пізнають по плодах, а людину - по ділах.  
Б. Одно - творити язиком, а друге - перти плуга.
4. А. Коли хочеш, щоб було добре зроблене, зроби це сам.

- Б. Добре там живеться, де гуртом сіється й ореться.
5. А. В своїй хаті - своя правда, і сила, і воля.  
Б. На чужій ниві все ліпша пшениця.
6. А. Згайнуєш на жнивах хвилину - втрапиш не одну зернину.  
Б. Вийшли жінці в поле жати, та забули серпа взяти.
7. А. Краще синиця в руці, ніж журавель у небі.  
Б. Якби та в роті вирости гриби.
8. А. Не можна у двері, я в квартиру.  
Б. Найшла коса на камінь: коса не втне, а камінь не подасться.
9. А. Хто стукає, тому отворяють.  
Б. Я як товкач: що загадають, те й зроблю.
10. А. Праці не боюся, в праці я горджуся.  
Б. Од роботи коні здихають.

2. Обрані прислів'я пронумеруйте від одного (1) до десяти (10), враховуючи ступінь їх важливості (привабливості) для Вас. Так, цифру «1» поставте біля прислів'я, яке є, по суті, дороговказом для Вас; цифру «2» поставте біля прислів'я, що по значущості поступається лише першому і т. д. На останньому місці («10») буде прислів'я, яке найменше відповідає Вашій поведінці чи способу думки.

3. Які труднощі виникли у Вас при виконанні даних завдань? Чи зацікавила Вас робота?

4. Повідомте Ваші:

посаду.....  
вік.....стать.....освіту.....  
сімейний стан.....наявність дітей.....  
партійність (чи політичні симпатії).....

**Дякуємо за співпрацю!»**

Респондентами в анкетуванні були студенти першого (27 осіб) і другого (25 осіб) курсів відділення соціальної педагогіки, третьокурсники (37 осіб) і четвертокурсники (13 осіб) відділення «Психологія», слухачі курсів перекваліфікації педагогічних працівників за спеціальністю «психологія в галузі освіти» (27 осіб) і дистриб'ютери

системи мережевого маркетингу (11 осіб) - всього 140 осіб. Серед опитуваних - 28 чоловіків, що становить п'яту частину від усієї вибірки.

Зведені результати анкетування подані в таблиці 2.

Розмістивши одержані дані в рангований ряд діагностованих особистісних властивостей, можна

**Таблиця 2**  
**Розподіл показників етнофункціональної готовності**  
**до підприємницької діяльності у % (N=140) за групами респондентів.**

Групи Респондентів, %	Номери запитань (параметри оцінки) та їх варіанти.																				In
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		
	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	
18(соц.педаг. II к.)	48	52	20	80	64	36	80	20	80	20	92	8	88	12	64	36	96	4	92	8	0,72
9(психологія, IVк.)	23	77	46	54	77	23	77	23	85	15	85	15	62	38	46	54	100	-	54	46	0,66
26(психологія, IIIк.)	35	65	30	70	76	24	78	22	78	22	76	24	74	26	49	51	97	3	43	57	0,64
19(соц.педаг., Iк.)	30	70	26	74	63	37	74	26	96	4	81	19	70	30	19	81	93	7	78	22	0,63
19(курси перекв.)	37	63	56	44	78	22	67	33	93	7	93	7	70	30	52	48	96	4	89	11	0,73
9(дистриб'ютори)	73	27	64	36	73	27	91	9	100	-	100	-	73	27	36	64	91	9	91	9	0,79
Всього:100*	39	61	36	64	71	29	76	24	87	13	86	14	74	26	45	55	96	4	72	28	0,68
Ранги власивостей	12	9	13	8	7	14	4	17	2	19	3	18	5	16	11	10	1	20	6	15	

Примітка. За параметрами 1, 2 достовірність відмінностей  $t > t (a=0,01)$ ; за параметрами 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10  $t > t (a=0,001)$ ; за параметром 8  $t < t (0,05)$

**Таблиця 3**  
**Розподіл показників етнофункціональної готовності**  
**до підприємницької діяльності у % (N=140) за статевою приналежністю.**

Групи Респондентів, %	Номери запитань (параметри оцінки) та їх варіанти																				In*
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		
	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	А	Б	
20(???????)	57	43	50	50	75	25	98	7	86	14	86	14	79	21	64	36	89	11	68	32	0,75,
80(?????)	34	66	33	67	71	29	72	28	88	12	86	14	73	27	40	60	97	3	73	27	0,65
???????	9	12	105	105	6	15	1	20	35	17,5	35	17,5	5	16	8	13	2	19	7	74	
?????	12	9	13	8	7	14	6	15	2	19	3	18	4,5	16,5	11	10	1	20	4,5	16,5	

Примітка. Достовірність відмінностей In статистично незначуща  $t < t (0,05)$ . Коефіцієнт рангової кореляції Спірмена підтверджує цей висновок  $r_s=0,992$

виділити такі диспозиційні патерни: 1) наполегливість (96%), інтернальність (87%) та організованість (86%), що становлять вольовий потенціал етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності; 2) індивідуалізм (76%), прагматизм (74%), працелюбність (72%) і перфекціонізм (71%), що загалом репрезентують ціннісно-цільовий потенціал діагностованого параметра; 3) опора на логіку (64%), обережність (61%) і ригідність (55%), що становлять інструментально-технічний потенціал етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності; 4) характеризує творчий потенціал зазначеної готовності у складі гнучкості мислення і поведінки (45%), здатності до ризику (39%) та інтуїтивних осяянь (36%); 5) слабо диференційовані властивості - рутинність (29%), лінощі (28%), споглядальність (26%), колективізм (24%), що становлять рецесивну «тінь» другої групи рис, тобто своєрідний блок антицінностей, які перешкоджають включенню у ринкові стосунки; 6) стихійність (14%), екстернальність (13%) і пасивність (4%), що перебувають у перевернутому відношенні до першої групи властивостей і утворюють абулічний («антивольовий») компонент діагностованого параметру.

Загальне співвідношення рис групи «А» (сприятливих для підприємницької діяльності) і рис групи «Б» (несприятливих для неї) – 68 : 32 (%), тобто наші респонденти на 2/3 підготовлені до того, щоб психологічно прийняти нову економічну реальність і включитися в неї суб'єктами ринкових відносин.

Нагадаємо, що діагностований параметр визначався на матеріалі народних прислів'їв, що відбивають психологічний досвід етносу в протилежних його іпостасях - прогресивно-творчій і реакційно-консервативній. Кожна з рис національного менталітету повинна оцінюватися конкретно-історично. Так, обережність - корисна риса за умов ворожого оточення, тому що дозволяє звести до мінімуму можливість зовнішніх провокацій, але та ж риса стає гальмом у здійсненні рішучих і кардинальних перетворень суспільства на новітніх, перевірених світовою практикою засадах демократизму, главенства права приватної особистості.

Отримані дані свідчать про значний етнофункціональний потенціал готовності населення Прикарпаття до підприємницької діяльності. У зоні зростання і психологічного стимулювання перебувають творчі задатки та ініціатива прикарпатців, які недостатнім чином поки що застосовуються,

оскільки населення віддає перевагу добре освоєним видам діяльності, меркантильному розрахунку і не схильне ризикувати, започатковувати свою справу, не досить швидко міняє пріоритети. Щоправда, в останньому випадку відмінності між гнучкістю і ригідністю поведінки статистично недостовірні ( $t < t_{кр}$ ; при  $\alpha = 0,05$ ). А це дає підстави очікувати в майбутньому серйозних зрушень у діагностованому конструкті швидше в бік більшої гнучкості.

Цікаві висновки можна зробити на підставі порівняння анкетних даних за статевою приналежністю (таблиця 3).

З табличних даних видно, що несподівано високе (перше!) місце в опитуванні чоловіків отримала риса «індивідуалізм» (93%), у той час як у жінок вона перебуває лише на 6 місці (72%). В поєднанні з вольовими рисами, група яких слідує далі, чоловічий індивідуалізм зумовлює напористу, жорстку, агресивну манеру підприємницької діяльності. Ймовірно, що друга група особистісних властивостей, яка репрезентує ціннісно-вольовий потенціал етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності, у чоловіків і жінок практично не вирізняється за інтенсивністю прояву. Відмінності спостерігаються у виборі пріоритетів, що належать до інструментального

блоку властивостей. Так, чоловіки віддають перевагу гнучкості мислення і поведінки (64%), схильні ризикувати (57%) і однаково опираються на логіку та інтуїцію (по 50%) при розв'язанні своїх проблем. Жінки більше довіряють логіці (67%) у вирішенні життєвих проблем, схильні поводити себе обережно (66%) і ригідно (60%), не вдаючись до «експериментів з невідомим». Враховуючи вище зазначене та значно більш виражений колективізм у жінок, можна припустити, що в даному разі зустрічаємося з проявом живучого етнокультурного стереотипу про призначення жінки як берегині роду, відповідальної за побут та виховання дітей. Не можна не відзначити безперечного альтруїзму такої позиції у жінок. Водночас вона має і вразливий аспект: відданість родині, турбота про інших і пов'язані з цим виваженість, поміркованість поведінки стримують творчу реалізацію жінок Прикарпатського регіону у сфері підприємництва, дозволяють чоловікам посісти керівні висоти у бізнесі. Відзначений дисбаланс - явище не суто регіональне і стосується не тільки підприємницької діяльності, а й усіх сфер державного управління, де представництво жіноцтва явно не відповідає його реальному внеску у скарбницю народного добробуту,

науки, культури. Назріла потреба у виробленні національної програми заохочення і підтримки жіночого бізнесу (і ширше – жіночих ініціатив) в Україні, які б змогли вирівняти існуючі перекося в структурі економіки, надати їй більшої соціальної спрямованості.

Порівняння даних анкетування між групами респондентів дає змогу зробити ряд попередніх висновків, які через обмеженість вибірки, на жаль, ще зарано екстраполювати до рівня широким узагальнень. Прикметно, що люди, які залучені у сферу мережевого маркетингу, стовідсотково обирають інтернальність та організованість як найважливіші складники етнофункціональної готовності до підприємницької діяльності. По 91% набрали такі властивості, як індивідуалізм, працелюбність і наполегливість, що становлять потужний мотиваційно-вольовий базис підприємництва. Характерне значуще переважання ризику над обережністю, перфекціонізму над рутинністю, прагматизму над споглядальністю і дещо несподіване переважання ригідності над гнучкістю. Індекс підприємливості становить 0,79, що є найбільшим серед досліджуваного контингенту.

Отже, розглянуті результати

дослідження етнофункціональних передумов підприємницької діяльності на Прикарпатті переконують у значущості проблеми і необхідності її поглибленого вивчення. З цією метою необхідно розширити й урізноманітнити вибірку респондентів, розширити арсенал дослідницьких методів, у більшому обсязі використати можливості математичної статистики. Пілотне дослідження проблеми підтвердило істинність пропонованої концептуальної моделі дослідження і виявило деякі структурно-динамічні показники досліджуваного феномену.

1. Веселовский В., Ясецкий К. Развитие предпринимательства в Польше // Бизнес и политика.- №11.- 1995.- С.12-22.

2. Женщины в бизнесе.- Москва: ИНИОН РАН, 1995.

3. Лапина Н.Ю. Формирование современной российской элиты.- М.: ИНИОН, 1995.

4. Чирикова А.Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал.- Т.19.- №1.- 1998.- С.62-74.

5. Этнос предпринимательства.- М.: ИНИОН РАН, 1995.

Надійшла до редакції 9.03.2000 р.