

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВОЛЬОВОЇ КОМПОНЕНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ СВІДОМОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

2005 р., О.В. Макарова

*асистент кафедри психології Національного технічного університету України
“Київський політехнічний інститут”,*

А.В. Зливкова

*студентка факультету менеджменту та маркетингу
Національного технічного університету України
“Київський політехнічний інститут”*

Економічні реформи, впровадження ринкової системи відносин, динаміка економічної сфери висувають перед економічною психологією завдання вивчити низку питань, пов'язаних із формуванням економічної свідомості [6], економічною соціалізацією [9], ставленням до приватної власності, економічною безпекою (зазначає Т. Петровська) [10].

Економіко-психологічна адаптація – істотна частина адаптації людини як суб'єкта господарювання до ринку. Вона розглядається як частина соціальної адаптації, що являє собою адаптацію суб'єкта господарювання до економічних умов, що динамічно змінюються, і проявляється в нестатку чи матеріальному благополуччі, тобто в економічному статусі і якості життя людини, в її очікуваннях і ставленні до економічних реформ, ринку, грошей [1]. Ефективність адаптації визначають за інтегральним показником “якість життя” [4].

Аналіз дослідження проблеми структури економічної свідомості є одним із найважливіших на сучасному етапі розвитку економічної психології. Актуальність проблеми обумовлена тим, що більш чітко і послідовне її висвітлення дозволить створити науково-методичні програми цільової підготовки майбутніх фахівців, які спеціалізуватимуться саме в сфері менеджменту.

Можна виділити, принаймні, два напрями дослідження проблеми:

- 1) моделювання процесу прийняття економічних рішень;
- 2) моделювання психологічних складників економічної діяльності.

Кардинальна відмінність між ними полягає в тому, що перший підхід розглядає саме економічну поведінку (А. Аганбегян, Т. Заславська, В. Куликов, Г. Попов), тоді як другий підхід виходить із аналізу свідомості саме як предмета економічної психології (Г. Ложкін, В. Спасенніков, В. Комаровська, А. Філіпов).

Таким чином, економічна свідомість виступає в ролі своєрідного наріжного каменя сучасної економічної психології. Як зазначають Г. Ложкін та В. Спасенніков, економічна свідомість “є результатом сприйняття суб'єктом

тієї частини дійсності, що оточує його, яка пов'язана з економікою, а також його свідомі дії та стани, що нею обумовлені” [6].

З точки зору М. Бункіна та В. Семенова, економічна свідомість формується на основі життєвих переживань, життєвого досвіду та спроб подолати життєві труднощі [2].

Російська дослідниця О. Дейнека, розглядає економічну свідомість як системний компонент психіки, відображення людиною системи економічних відносин [4].

Отже, переважна більшість дослідників розглядають економічну свідомість як структурно-динамічну систему, що відображає як певні, відносно константні блоки, і як процес кількісно якісних змін певних блоків у її структурі. Той момент, що відсутня єдина, відносно загальноприйнята концепція структури економічної свідомості говорить саме про актуальність проблеми та недостатній ступінь її розробки.

Як зазначають ряд авторів (Г. Ложкін, В. Спасенніков, В. Комаровська) “тут найбільший інтерес становлять суб'єктивно-психологічні особливості, типові характеристики, структурні компоненти свідомості та поведінки особистості в економіці” [6, 13].

Аналіз літератури свідчить, що як правило, в якості структурних компонентів економічної свідомості виділяють:

- 1) *економічні емоції та почуття*, які виникають в процесі переживання, суб'єктом економічної діяльності;
- 2) *перцептивну сферу*, яка включає в себе: мотиви споживача, рекламні технології інформування та переконуючого впливу, що спрямований на споживача, психологічні складові методів ефективних продаж;
- 3) *економічні уявлення та економічне мислення* – здатність суб'єкта економічної діяльності розуміти суть економічних явищ; вміння порівнювати теоретичні та економічні знання із вимогами об'єктивної реальності. (Очевидно, обов'язковим в бізнесі має бути врахований креативний компонент економічного мислення. В той же час, хочемо зауважити, що реальний аналіз проблеми функціонування творчої спрямованості в структурі економічної свідомості ще не знайшов свого розв'язання. Можна очікувати низки плідних досліджень цього напрямку економічної психології);
- 4) *вольові компоненти економічної діяльності* – що включають в себе потреби досягнення суб'єктами бізнесу конкретних економічних результатів, складну ієрархію мотивів економічної діяльності та низку економічних інтересів.

Важливим структурним компонентом економічної діяльності є мотиви, що нерозривно пов'язані з економічною свідомістю майбутніх менеджерів.

Мотиви можуть бути різні: інтерес до змісту і процесу діяльності, обов'язок перед суспільством, самоствердження, прагнення до матеріального статусу і т.п.

Значне місце мотиви займають у структурі економічної діяльності.

Таблиця 1

Структура діяльності за А.М.Леонтьєвим

<i>Суб'єктивна представленість</i>	<i>Об'єктивна реалізація</i>	<i>Продукт і засіб</i>
Мотив	Діяльність	Предмет
Ціль	Дія	Образ
Умови	Операція	Знання, навички

А.В.Петровський продовжуючи ідеї Леонтьєва, класифікував мотиви на зовнішні і внутрішні.

Таблиця 2

Класифікацій мотивів і відносин за А.В. Петровським

Мотиви	Відносини	
	<i>Індивідуально орієнтовані</i>	<i>Соціально орієнтовані</i>
“зовнішні”	“можу” (усвідомлення своїх можливостей стосовно задач, що виникли)	“необхідно” (усвідомлення соціальних обов'язків)
“внутрішні”	“хочу” (напруга потреб)	“повинен” (прийняття зобов'язань перед іншими і перед самим собою)

У системі мотивів зовнішні і внутрішні мотиви переплітаються. При внутрішній мотивації силою, що спонукує, є пізнавальний інтерес. У цьому випадку одержання нових знань виступає не як засіб досягнення мети, а як сама мета діяльності [13].

Сукупність факторів, що спонукають економічну активність особистості, утворюють *мотивацію діяльності*. До факторів, що спонукають, відносяться мотиви, потреби, стимули, ситуативні фактори, що детермінують поведінку людини.

Існує розподіл мотивації на комплементарні компоненти: *процесуальний* і *результативний*. Спрямованість діяльності людини заключається не тільки в одержанні результату але й у привабливості самої діяльності як процесу.

Як відомо, будь-яка діяльність є *полімотивованою*, тобто викликана не одним мотивом, а найчастіше декількома різноманітними мотивами. А. Маслоу стверджував, що поведінка обумовлена декількома або навіть усіма базовими потребами одночасно.

Так, А. Маслоу в основу піраміди потреб поклав фізіологічні потреби, над ними потреба в безпеці, потреба в приналежності та любові, повазі, пізнавальні, естетичні потреби і, на верхівці піраміди – потреба в самоактуалізації. Він стверджував, що вищі потреби набирають силу і стають актуальними після того, як задоволені нижчі, фізіологічні, а також залучення якомога більшого числа потреб підвищує загальний рівень мотивації діяльності [12]. Будь-якій людині властивий певний набір базових потреб. Серед цих потреб виділяють потребу в спілкуванні, пізнанні, саморозвитку, досягненні, продовженні роду. Особливу групу потреб складають матеріальні, або утилітарні [11].

Б. Додонов запропонував наступну схему мотивів у спонуканні складних видів діяльності:

- 1) задоволення від самого процесу діяльності;
- 2) прямий результат діяльності;
- 3) винагорода за діяльність;
- 4) запобігання покарання.

Таким чином, перспективному менеджеру в управлінській діяльності варто прагнути підсилити мотивацію діяльності своїх підлеглих і:

- 1) актуалізувати якомога більшу кількість мотивів;
- 2) збільшити силу цих мотивів;
- 3) актуалізувати ситуативні мотиваційні фактори.

Здебільшого мотив поділяють на наступні види:

- *мотив самоствердження* – прагнення до підвищення свого формального і неформального статусу, до позитивної оцінки особистості;
- *мотив ідентифікації* – прагнення уподібнюватися кумиру, авторитетній особистості.
- *мотив влади (потреба у владі)* – одна з головних рушійних сил людської діяльності.
- *процесуально-змістовні мотиви*, що полягають у спонуканні до активності, процесом і змістом діяльності, а не зовнішніми факторами.
- *мотив саморозвитку* – на думку А. Маслоу, це прагнення до повної реалізації своїх здібностей і бажання відчувати свою компетентність;
- *мотив досягнення*, що полягає в прагненні досягти високих результатів і виявляється у виборі складних завдань і прагненні виконати їх;

- *просоціальні мотиви* – група мотивів, пов'язаних із усвідомленням суспільного значення діяльності, з почуттям обов'язку, відповідальності перед суспільством; менеджерів, в даному випадку, досить важливо актуалізувати корпоративний дух серед своїх підлеглих, оскільки без ідентифікації із групою (з фірмою), а саме з груповими цінностями, інтересами, цілями досягнення успіху неможливе;
- *мотив аффіліації* – прагнення до встановлення або підтримування контакту з іншими людьми;
- *негативна мотивація* – це спонукання, викликані усвідомленням можливих неприємностей, незручностей, покарань, що можуть виникнути у випадку невиконання певної діяльності [5].

Інші автори виділяють подібні, але дещо відмінні види мотивів [7]:

- 1) ділова мотивація;
- 2) пізнавальна мотивація;
- 3) мотивація співробітництва;
- 4) мотивація самореалізації;
- 5) рекреаційний мотив;
- 6) мотивація аффіліації;
- 7) мотивація самоствердження;
- 8) комунікативна мотивація.

Важливим аспектом мотивації діяльності є винагорода за працю. У нинішній час – час економічного прогресу – саме винагорода найчастіше є метою сучасної молоді в їхній економічній діяльності.

Необхідно зазначити, що почуття контролю над ситуацією, свобода і активність, відчуття себе активним суб'єктом економічних відносин і детермінують ефективність адаптації до нових соціально-економічних умов. Водночас, утрата контролю над ситуацією, сприйняття себе пасивним об'єктом обставин провокує свідомий або неусвідомлений злам життєвих стереотипів і призводить до соціальної та економічної дезадаптації [10].

Різна адаптація суб'єктів економічних відносин до нових економічних умов дозволила зробити припущення про взаємозв'язок адаптації з індивідуально-психологічними особливостями особистості. О. Дейнека розглядає якості, характерні для представників різних соціальних груп, що перебувають по різні сторони шкали “адаптованість-дезаптованість” до ринкових умов, а також особистісні особливості суб'єктивно адаптованих до ринку людей.

В результаті було виявлено пріоритетні якості, що сприяють адаптованості особистості [4]:

- енергетична обдарованість;
- стресостійкість;

- уміння навчатися;
- саморегуляція і активність;
- гнучкість характеру (здатність у різних життєвих обставинах виявляти різні риси характеру), що відповідає ринковій орієнтації;
- виразні вольові якості;
- прикладний інтелект;
- високий рівень розвитку пам'яті та уваги;
- вираженість мотиву досягнення;
- перевага спрямованості на справу, а не на спілкування.

Універсальними для всіх економічно успішних людей вважаються якості, які можна назвати ядром адаптації:

- енергетичні якості – активність;
- мотиваційно-вольові – цілеспрямованість, наполегливість, самостійність;
- гнучкість і мобільність.

У той же час, проблема динамічного функціонування структурної моделі економічної свідомості (фази, проміжні етапи, рівні активності, проміжні завдання, форми коригування тощо) поки що залишаються за межами інтересів дослідників.

Враховуючи масовий характер підготовки майбутніх менеджерів та маркетологів на економічних факультетах ВНЗ, можна передбачити активний характер розробки дослідниками такої важливої психолого-економічної категорії як структурно-динамічна модель економічної свідомості. Очевидно, що можна виділити як окремий напрям – дослідження структурних компонентів, – і такі напрями, як дослідження динамічних характеристик економічної свідомості, а також складний процес взаємодії всіх компонентів між собою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева И.В. Экономическая психология. Социокультурный подход. – С.-Пб.: Питер, 2000.– 511с.
2. Бункина М.К., Семенов А.М. Экономика и психология. На перекрестке наук. – М.: Дело и Сервис. – 1999. – 263 с.
3. Герчикова И.И. Менеджмент: Підручник. – К.: ЮНИТИ, 1995. – С. 280.
4. Дейнека О.С. Экономическая психология: Уч. пособие. – С.- Пб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2000. – 160 с.
5. Занюк С. Психологія мотивації. – К.: Эльга-Н; Ника-Центр, 2002. – 286 с.
6. Ложкін Г., Спасенников В., Комаровська В. Особливості та структура економічної свідомості суб'єктів соціального простору // Соціальна психологія. – 2004. – № 1. – С. 8-16.
7. Людина і її робота / Під ред. Здравомислова А.Г. – М.: Еко, 1999. – С. 240.

8. *Молодь Німеччини і Росії*. М.: Соціум, 2000. Нежиховская Е.М. До питання про формування мотивів вибору вузу і факультету // Мотивація життєдіяльності студента. Каунас.– 2001. –С.145-159
9. *Москаленко В.* Сучасні напрямки дослідження в економічній психології // Соціальна психологія. – 2004.– № 2 (4). – С. 14-20.
10. *Петровська Т.* Економіко-психологічна адаптація і стиль життя //Соціальна психологія. – 2004. – № 6. – С. 86-93.
11. *Психологічний словник / Під ред. Зинченко М.*– 2000.– 598 с.
12. *Серова Л.Г.* Тести для відбору персоналу / Серія "Психологічний практикум".– Ростов н/Д: "Фенікс".–2003.–С.60-61.
13. *Хайруллин Ф.Г.* Деякі проблеми формування професійних інтересів молоді. //Мотивація життєдіяльності студента. Таллін: 2000. –С.69

