

УДК 159.923.2:330.33.01

**Чернявская Т. П.**

доктор психологических наук,  
профессор кафедры дифференциальной и специальной психологии  
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

## ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье приводится теоретико-методологическое обоснование эмпирического исследования психологической удовлетворенности потребностей предпринимателей. Использование теоретической концепции А. Маслоу позволило провести исследование, показавшее, как сформированы потребности у начинающих предпринимателей и как они удовлетворяются. Показаны особенности формирования и развития метапотребностей предпринимателей. Результаты данного исследования могут быть использованы в разработке мотивационных тренингов предпринимателей для повышения эффективности их деятельности.

**Ключевые слова:** бизнес, предприниматели, психологическая удовлетворенность, потребности предпринимателей, предпринимательская деятельность.

Глубокие социально-экономические преобразования в Украине возродили на арене общественной жизни одну из интереснейших социальных групп — группу предпринимателей. В последние годы в психологической науке интерес к изучению психологии предпринимательской деятельности резко возрос. Особую актуальность представляет изучение мотивационно-потребностной сферы предпринимателей, а именно исследование удовлетворенности потребностей предпринимательской деятельности.

Анализ психологических характеристик предпринимателей, связанных с удовлетворенностью деятельностью, позволяет более глубоко изучить резервы потребностей предпринимательской деятельности. Сравнение групп предпринимателей, отличающихся степенью удовлетворенности предпринимательской деятельностью, позволяет выявить различия их психологических характеристик и изучить особенности высокоудовлетворенных предпринимателей, которые наиболее близки, по нашему мнению, к успешным предпринимателям, что, в свою очередь, позволяет лучше понять психологию предпринимательской деятельности в целом. В связи с этим изучение психологических характеристик предпринимателей, связанных с удовлетворенностью потребностей предпринимательской деятельностью, является актуальным направлением исследования.

**Теоретической и методологической базой** при разработке концептуального подхода и организации нашего эмпирического исследования явились фундаментальные работы отечественных и зарубежных психологов по исследованию проблем: психологии предпринимательства (Р. Брокхаус [13], О. С. Дейнека [3], А. Л. Журавлев [5], Д. МакКлеланд [14], В. П. Позняков [5], Т. П. Чернявская [11], А. Е. Чирикова [12] и др.).

Д. МакКлеланд експериментально показав, що відмінною рисою підприємців є вищий рівень мотивації досягнення. Він прийшов до висновку, що індивіди з високим рівнем мотивації досягнення вели себе як успішні підприємці [14].

Изучению отношения предпринимателей к риску посвящено значительное число психологических исследований. Так, согласно исследованиям Р. Брокхауза, более успешные предприниматели характеризуются предпочтением умеренного риска [13].

Исследования «Я-концепции» предпринимателей показывают, что успех в этой сфере профессиональной деятельности достигают индивиды с высокой и достаточно объективной самооценкой, что позволяет им реалистично взвешивать свои возможности, самокритично оценивать собственный опыт и восполнять пробелы в знаниях. Успешные предприниматели отличаются высокой адекватностью самооценок. Они спокойно относятся к своим недостаткам, не пытаются их интерпретировать особым образом [11].

Психологические особенности предпринимателей во многом определяются содержанием их мотивационно-потребностной сферы.

А. Е. Чирикова отмечает, что именно в мотивационно-потребностных механизмах заключены личностные преимущества тех, кто достиг успеха в бизнесе [12].

Согласно результатам исследования А. Л. Журавлева и В. П. Познякова, тройку ведущих мотивов выбора предпринимательской деятельности занимают мотивы: достижения самостоятельности и независимости своего бизнеса, возможности реализации своих способностей, материальной обеспеченности [5].

Сложность и многоаспектность проблемы мотивации обуславливает множественность подходов к пониманию ее сущности, природы, структуры, а также к подходам и методам ее изучения (М. Аргайл [1], В. Г. Асеев [2], Дж. Аткинсон [14], Б. И. Додонов [4], И. А. Зимняя [7], Е. П. Ильин [6], А. Маслоу [9], Л. М. Митина [8], Х. Мюррей [15], Ж. Нюттен [10] и др.).

Мотивация, понимаемая как источник активности и одновременно как система побудителей любой деятельности, изучается в самых разных аспектах. В силу чего она трактуется авторами по-разному. Исследователи определяют ее и как один конкретный мотив, и как единую систему мотивов, и как особую сферу, включающую в себя потребности, мотивы, цели, интересы в их сложном переплетении, взаимодействии и взаимовлиянии.

При изучении мотивации (В. Г. Асеев [2], Дж. Аткинсон [14], Б. И. Додонов [4], А. Маслоу [9]) продуктивным является представление о ней как о сложной системе, в которую включены определенные иерархизированные структуры.

В. Г. Асеев выделил в структуре мотивации: а) единство процессуальных и дискретных характеристик и б) двухмодальное (положительное и отрицательное) основание ее составляющих [2].

Б. И. Додонов в структуре мотивации выделил следующие четыре структурных компонента: удовольствия от самой деятельности, значимости для

личности непосредственного ее результата, «мотивирующей» силы вознаграждения за деятельность, принуждающего давления на личность [4].

Два последних, определяемых как награда и избегание наказания, являются, по Дж. Аткинсону [14], составляющими мотивации достижения.

Одним из ранних исследований мотивации в терминах потребностей личности, как известно, была работа Х. Мюррея [15]. Из множества побудителей поведения и деятельности им были выделены четыре основные потребности: в достижении, в доминировании, в самостоятельности, в аффилиации.

Эти потребности, рассмотренные в более широком контексте, М. Аргайл [1] включил в общую структуру потребностей: 1) несоциальные потребности; 2) потребность в зависимости, как принятие помощи, защиты; 3) потребность в аффилиации; 4) потребность в доминировании; 5) сексуальная потребность; 6) потребность в агрессии; 7) потребность в чувстве собственного достоинства.

А. Маслоу открыл мотивацию роста как стремление личности актуализировать свой потенциал [9]. В рамках своей концепции ученый выделяет пять уровней человеческих потребностей: 1) физиологические потребности в пище, воде, отдыхе, удовлетворении сексуальных потребностей; 2) потребность в безопасности и защите — это свобода от страха, тревоги и хаоса; это потребность в стабильности и защите; в структуре, порядке, законе; 3) потребность в принадлежности и любви, общении и привязанности; 4) потребность в признании — это желания и стремления, связанные с понятием «достижение» (рост личностной значимости; уверенности, самоуважения), так и достижение уважения других (завоевание статуса, признания, престижа); 5) потребности самоактуализации (самовыражение, самореализация собственного потенциала). Между данными потребностями устанавливается достаточно четкая иерархия их ценности для человека.

В настоящее время исследователь Л. М. Митина отмечает, что психологическим фундаментом личности будущего или состоявшегося конкурентоспособного профессионала в любой области человеческой деятельности выступают такие базовые характеристики, как личностная направленность, мотивация, способность к самоуправлению [8].

Становление мотивационного профиля является наименее исследованным фактором в структуре личности. Е. П. Ильин предлагает модель мотивационного профиля, которая доказывает, что успешная деятельность, направленная на достижение конкретной цели, возможна при наличии значимой для человека потребности, которая стимулирует поисковую активность, умения прогнозировать результаты и последствия своих действий в зависимости от выбранного пути, осознанного намерения достичь цели [6].

**Цель** исследования — это изучение психологических аспектов удовлетворенности потребностей предпринимателей.

**Объектом** исследования выступили начинающие предприниматели.

**Предмет** исследования — особенности динамики процесса психологической удовлетворенности предпринимательской деятельностью начинающих предпринимателей.

**Задачи исследования.**

1. Теоретико-методологический анализ исследований по проблеме удовлетворенности предпринимательской деятельностью.
2. Исследование особенностей предпринимательской деятельности.
3. Исследование динамики процесса удовлетворенности предпринимательской деятельностью.

Появление в обществе значительной группы предпринимателей зависит от интенсивности мотивации достижения. Лица, которые демонстрируют сильную мотивацию достижения, имеют объективно больше шансов успешно начинать предпринимательскую деятельность. Хотя следует добавить, что не всегда известно, будет ли эта деятельность успешной в ее продолжении. В общем, большинство ученых склоняются к мысли, что личность с сильной мотивацией достижения рано или поздно войдет в мир бизнеса, потому что он отвечает ее потребностям.

Следует отметить, что до сегодняшнего времени ни одно исследование не дало возможности определить, какие способности на самом деле необходимы человеку, чтобы он стал предпринимателем. Это не в последнюю очередь связано с тем, что техника психологического тестирования предпринимательского потенциала не всегда была doskonaльной.

Наш опыт обучения начинающих предпринимателей и организации служб управления и развития персонала в коммерческих организациях свидетельствует о том, что развитие предпринимательской мотивации у начинающих и опытных предпринимателей способствует эффективной предпринимательской деятельности и успешности в бизнесе.

На базе Центра содействия бизнесу «ИНТМАР» в Одессе прошли подготовку по базовому учебному курсу «Создание и управление малым и средним предприятием» более 800 человек. Мы изучали особенности предпринимательской мотивации и успешность дальнейшей практической деятельности в бизнес-структурах участников социально-психологических тренингов по теме «Психология предпринимательской деятельности».

Одной из характерных черт участников тренингов был тот факт, что свой практический опыт они оценивали достаточно низко, что выявилось одной из причин их выбора этого учебного курса. Однако свой предпринимательский потенциал большинство респондентов оценивали достаточно высоко.

Согласно теоретической концепции А. Маслоу мы изучали следующие уровни иерархии ценности потребностей предпринимательской деятельности: I уровень — физиологические потребности (здоровье, хороший заработок, хорошее оборудование); II уровень — потребности в безопасности (безопасность работы, гарантии занятости, страховые программы); III уровень — социальные потребности (благоприятный микроклимат, добрые неформальные отношения); IV уровень — так называемые эго потребности — потребности самоутверждения (оценка профессионализма и качества работы, возможность общения с высшим руководством); V уровень — высшие потребности — потребности самоактуализации, самовыражения

(гордость за работу, заинтересованность в минимальном контроле при составлении программы и решении, готовность признать превосходство другого в работе) [3].

Известно, что отнесение потребностей к этим уровням в достаточной степени условно, т. к. абсолютный перевес только одного из уровней встречается крайне редко. Поэтому мы рассматривали иерархию ценности предпринимательских потребностей, изучали определённые тенденции.

Эмпирическое исследование нацелено на изучение того, как начинающие предприниматели оценивают степень удовлетворённости своих потребностей.

Для изучения последнего факта мы предлагали респондентам после изучения темы «Трудовая мотивация и производительность» следующее задание: «Выразите в процентах степень удовлетворенности Ваших потребностей в соответствии с иерархией потребностей А. Маслоу, т. е. на сколько процентов удовлетворены Ваши физиологические потребности (Ф), потребности безопасности (Б), социальные потребности (С), эго потребности (Э), потребности самоактуализации (СА)».

Результаты исследования удовлетворенности предпринимателями их потребностей представлены на рис. 1.

На основании теоретического анализа научной литературы по проблеме исследования мы выяснили теоретико-методологические аспекты исследуемой проблемы, после чего была выбрана в качестве подхода к эмпирическому исследованию оценки особенностей мотивационно-потребностной сферы предпринимателей теоретическая концепция А. Маслоу.

Полученные в эмпирическом исследовании данные можно интерпретировать следующим образом. К общему выводу можно отнести такие факты: неудовлетворенность уменьшается от высших потребностей к базовым, удовлетворенность увеличивается в этом же направлении. Это говорит о том, что опрошенные начинающие предприниматели в большей степени ощущают неудовлетворенность своих метапотребностей (18 %) и в меньшей степени ощущают неудовлетворенность своих базовых потребностей (1,5 %).

Что касается ощущения начинающими предпринимателями удовлетворённости их предпринимательской деятельностью, то здесь такая же картина. Респонденты отмечают гораздо большую удовлетворённость своих базовых потребностей (19,5 %), а удовлетворённость высших потребностей отмечается совсем незначительно (1,5 %).

Предпринимательское поведение и профессиональная деятельность отличаются от непредпринимательского поведения и деятельности следующими характерными личностными чертами: поисковостью, самостоятельностью, инициативностью, интуицией, способностью осознанно рисковать, нацеленностью на получение прибыли. Всё это объясняет наблюдаемую в эмпирическом исследовании тенденцию к возвышению потребностей у людей, сознательно избравших направлением своей профессиональной подготовки — изучение секретов предпринимательского искусства и бизнес-деятельности.

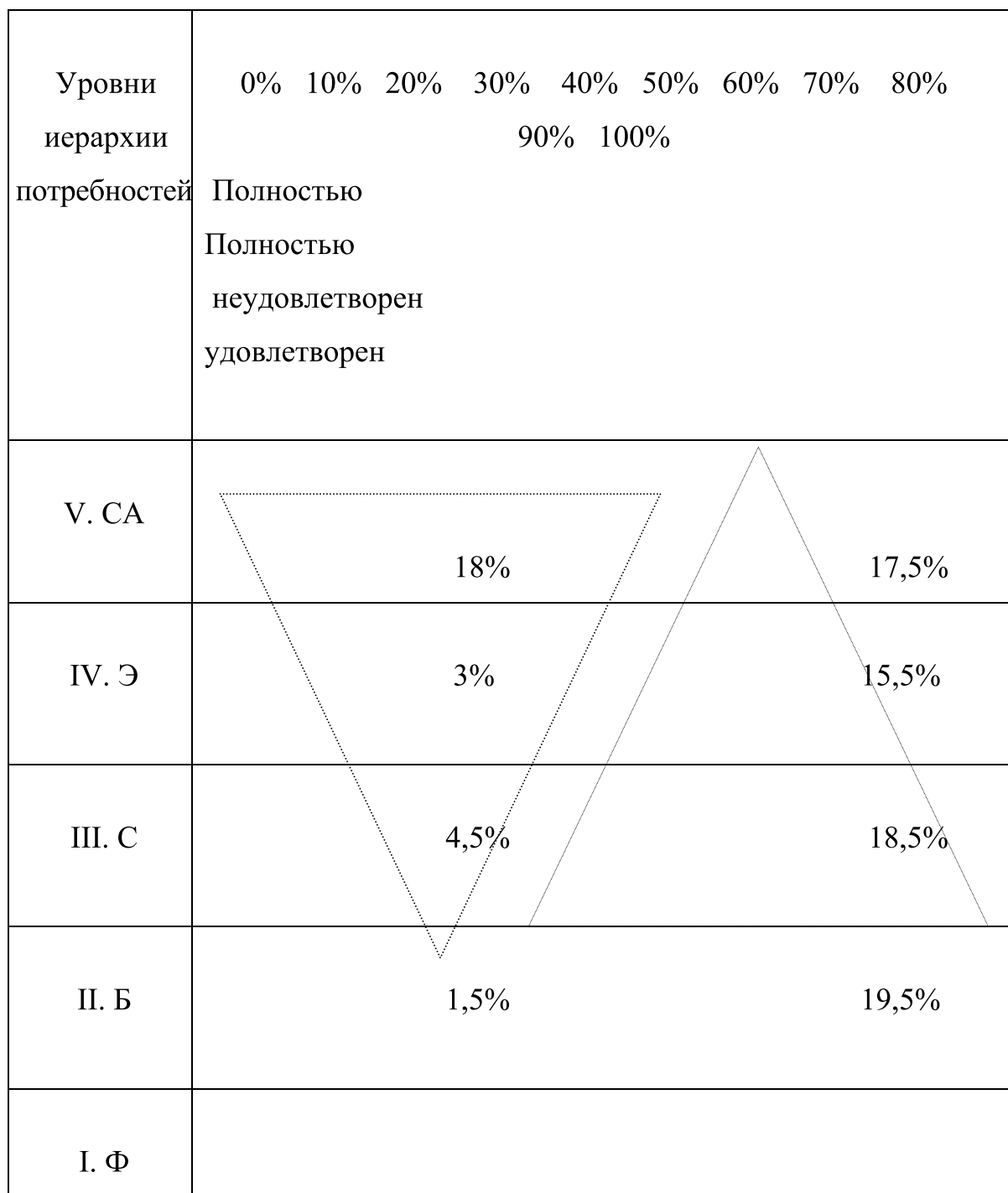


Рис. 1. Результаты исследования удовлетворенности потребностей у предпринимателей

Существенным является и вывод о том, что дальнейшая бизнес психологическая подготовка начинающих и опытных предпринимателей должна формироваться и развиваться в направлении дальнейшего возвышения их потребностей. Дальнейшее развитие потребностей более высоких уровней, а также развитие метапотребностей самовыражения, самореализации своего личностного потенциала, не формального, а вовлечённого и творческого

отношения к делу, будет способствовать развитию предпринимательского стиля поведения, что в свою очередь будет способствовать успешности в бизнесе.

Таким образом, увеличение неудовлетворённости и уменьшение удовлетворенности высших потребностей, и одновременное уменьшение неудовлетворенности и увеличение удовлетворённости базовых потребностей — всё это подтверждает то, что у наших респондентов сильнее выражены высшие мотивы.

Эти же данные свидетельствуют о наличии достаточных резервов для формирования и развития — возвышения потребностей у начинающих предпринимателей.

Нам представляется, что за коренными переменами в Украине должна поспевать и система подготовки специалистов высокой квалификации, востребованных современным рынком труда.

Система подготовки отечественных предпринимателей только складывается. Она должна носить целевой и системный характер, быть интенсивной. Последнее означает, что необходимо применять активные и интерактивные методы обучения, в том числе и социально-психологические тренинги.

Наш многолетний академический и практический опыт создания служб управления и развития человеческих ресурсов на динамически развивающихся предприятиях и фирмах Одессы, занимающихся разными отраслями бизнеса, подсказывает целесообразность применения мотивационных социально-психологических тренингов в современной системе профессиональной подготовки топ-менеджеров, менеджеров среднего звена и предпринимателей.

Одной из концептуальных идей нашего подхода к выявлению и формированию, развитию предпринимательских качеств у участников тренингов является необходимость проведения серии обучающих и развивающих семинаров-тренингов для достижения устойчивых продуктивных изменений в поведении и деятельности участников, в частности формирования, развития, возвышения предпринимательских потребностей.

Создавая учебную программу, в неё полезно включить следующие социально-психологические тренинги: тренинг прояснения ценностных предпринимательских ориентаций, тренинг развития уверенности в себе, тренинг развития инновационности, тренинг развития бизнес-интуиции, тренинг развития команды и др.

### **Список литературы**

1. Аргайл М., Фернхем А., Грахам Дж. Концепт ситуации в различных областях психологии. Психология социальных ситуаций / Под ред. Н. В. Гришиной. — СПб., 2001. — С. 41–58.
2. Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирование личности. / В. Г. Асеев. — М.: Мысль, 1976. — 158 с.
3. Дейнека О. С. Экономическая психология / О. С. Дейнека. — СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2000. — 160 с.

4. Додонов Б. И. Структура и динамика мотивов деятельности / Б. И. Додонов // Вопросы психологии / Ред. А. М. Матюшкин, А. В. Брушлинский. — 1984. — № 4 июль-август 1984. — С. 126–130.
5. Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социально-психологические проблемы становления российского предпринимательства // Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта. — М., 1995. — С. 82–102.
6. Ильин Е. И. Работа и личность. Трудоголизм, перфекционизм, лень / Е. И. Ильин. — СПб.: Питер, 2011. — 224 с.
7. Зимняя И. А. Педагогическая психология / И. А. Зимняя. — М.: Логос, 2002. — 384 с.
8. Митина Л. М. Психология развития конкурентоспособной личности / Л. М. Митина. — М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2002. — 400 с.
9. Маслоу А. Г. Мотивация и личность / А. Г. Маслоу: [пер. с англ.]. — СПб.: Издат. группа «Евразия», 1999. — 478 с.
10. Нюттен Ж. Мотивация // Экспериментальная психология / Ред. П. Фресс, Ж. Пиаже; Пер. с франц. — М., 1986. Гл. XV.
11. Чернявская Т. П. Психология успешности личности в бизнесе: [монография] / Т. П. Чернявская. — Одесса: Астропринт, 2010. — 288 с.
12. Чирикова А. Е. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности / А. Е. Чирикова. — М.: Институт социологии РАН, 1997. — 198 с.
13. Brockhaus R. H. The psychology of entrepreneur // Encyclopedia of Entrepreneurship. NJ.: Prentice-Hall, 1982. P. 39–57
14. McClelland D., Atkinson J., Clark R., Lowell E. The Achievement Motive. N. Y., 1953. — 375 p.
15. Murray H. Explorations in Personality. N. Y., 1938. — 321 p.

### **Чернявська Т. П.**

Доктор психологічних наук,  
професор кафедри диференціальної і спеціальної психології  
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова

## **ПСИХОЛОГІЧНА ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ПОТРЕБ ПІДПРИЄМЦІВ**

### **Резюме**

У статті приводиться теоретико-методологічне обґрунтування емпіричного дослідження психологічної задоволеності потреб підприємців. Використання теоретичної концепції А. Маслоу дозволило провести дослідження, що показало, як сформовані потреби у початкуючих підприємців і як вони задовольняються. Показані особливості формування і розвитку метапотребностей підприємців. Результати даного дослідження можуть бути використані в розробці мотиваційних тренінгів підприємців для підвищення ефективності їх діяльності.

**Ключові слова:** бізнес, підприємці, психологічна задоволеність, потреби підприємців, підприємницька діяльність.



**Chernyavskaya T.**

Doctor of psychological sciences, professor  
of department of differential and special psychology  
Odessa National University named after I. I. Mechnikov

## **PSYCHOLOGICAL SATISFACTION OF ENTREPRENEURS' NEEDS**

### **Summary**

The article provides a theoretical and methodological substantiation of empiric study of psychological satisfaction of entrepreneurs' needs. The use of A. Maslow theoretical conception enabled to carry out the research which showed how entrepreneurs-beginners' needs are formed and how they are met. The features of formation and development of meta-needs of entrepreneurs are shown. The results of this research can be used in development of motivational trainings/work-shops for entrepreneurs to improve their activity efficiency.

**Key words:** business, entrepreneurs, psychological satisfaction, entrepreneurs' needs, entrepreneurial activity.