

Баррет, К. Петерсон, М. Селигман и др.). Исследование², проведенное в 2011 году на выборке студентов продемонстрировало, что у учащихся колледжа уровень оптимизма ниже, чем у студентов вуза ($t=-3,271$; $p=0,002$). Также было выявлено, что у юношей уровень оптимизма выше, чем у девушек ($t=3,414$; $p=0,002$), помимо этого работающие студенты более позитивно воспринимают окружающую действительность, чем не работающие ($t=-3,595$; $p=0,001$). Различий при сравнении групп студентов по семейному положению не обнаружено. Полученные результаты свидетельствуют о том, что, скорее всего, на оптимистический настрой студентов влияют условия обучения, пол и трудовая занятость (хотя данное утверждение требует более детального обоснования).

В завершение стоит отметить, что успешность любых инновационных преобразований профессионально-образовательного пространства напрямую зависит от человеческого фактора, что требует особого внимания со стороны научного сообщества.

Литература:

Смирнов С.Д. Психологические факторы успешной учебы студентов вуза [Электронный ресурс] / С.Д. Смирнов // Режим доступа: <http://www.psy.msu.ru/science/public/smirnov/students.html>.

Н.В. ЛЕЖНЕВА

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ АГРАРНОГО ВУЗА К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Проблема предпринимательства в России является одной из приоритетных, а развитие предпринимательства в аграрном секторе напрямую связывают с возрождением сельского хозяйства. Однако научная база этой проблемы пока не создана. Целенаправленные психолого-педагогические исследования особенностей личности предпринимателя начались в России сравнительно недавно. Их результаты отражены в работах В.А. Бодрова [9], А.Л. Журавлева и В.П. Познякова [3], В.В. Новикова и В.В. Марченко [8],

² Исследование проводилось студенткой 4-го курса Черноскутовой Е. в рамках дипломного проекта.

Е.Б. Филинкова [12] и др. Несмотря на то, авторы достаточно много сделали в указанном направлении, понятийный аппарат исследуемой области до конца не определен.

По мнению В.Н. Дружинина [10], основные причины этого обстоятельства кроются в следующем: предпринимательство – сравнительно новый, по крайней мере, в масштабах исторического развития общества феномен; это развивающееся явление, поэтому оно подвержено серьезным изменениям даже в своих сущностных характеристиках и имеет глубокую специфику в различных исторических, экономических и социокультурных условиях; это сложное, многоаспектное явление, в котором тесно переплетаются экономические, социальные и психологические стороны.

Можно условно выделить два подхода в рассмотрении понятия: *функционально-ролевой* и *структурный*. В рамках первого подхода предпринимательство рассматривается как разновидность экономической или, более широко, социальной деятельности, связанной с реализацией определенных функций экономического и социального развития [10]. При этом одни авторы ограничивают функции предпринимательства исключительно экономической сферой (оптимальной комбинации различных ресурсов для извлечения доходов, поиск и создание новых возможностей и комбинаций в экономике и др.), другие соотносят их со всеми видами человеческой деятельности (инновации как процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью). Обобщая сказанное выше можно сказать, что при любых вариантах в рамках функционального подхода предпринимательство рассматривается обезличенно, как тип деятельности, не привязанный к характеристикам конкретных субъектов.

Более приемлем применительно к теме нашего исследования структурный подход, позволяющий рассматривать предпринимателей как особую социальную группу, что дает возможность исследовать эмоционально-волевую и мотивационную сферу личности предпринимателя с целью психологической подготовки студентов вуза к инновационной деятельности. Например, в рамках структурно-функционального подхода проведены исследования Т.И. Заславской [4], что позволило ей выделить критерии идентификации субъектов предпринимательской деятельности и определить подгруппы внутри рассматриваемого социального слоя.

Исходя из выше сказанного и придерживаясь структурного подхода в исследовании, мы определяем в своей работе *предпринимательство* как стиль деятельности субъекта, предпринятой с целью получения прибыли, являющейся мерой его успеха, во взаимодействии с экономическими, политическими, социальными условиями определенного периода развития

общества.

Хотелось бы подчеркнуть, что предпринимательство – это не всякая деятельность, направленная на получение прибыли (бизнес), а стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, антибюрократизма, постоянной инициативы, ориентации на нововведения в процессы производства, маркетинга, распределения и потребления товаров и услуг. Тогда как бизнес может быть связан с репродуктивной деятельностью в сфере организации, производства, распределения и реализации товаров и услуг без новаторства, без инициативы в развитии инновационных процессов. Это может быть осуществление или организация из года в год одного и того же производства, сбыта, распределения или другой деятельности в рамках апробированных технологий, норм и правил для удовлетворения сложившихся потребностей.

Таким образом, понятие «предпринимательство» имеет не только экономическое, но и социально-психологическое содержание, оно предстает как особый вид экономической деятельности, предполагающей наличие у ее субъекта особых психологических качеств. Рассмотрим далее, какими именно качествами, должен обладать предприниматель.

В мировой науке накоплен большой опыт психологических исследований предпринимателей и предпринимательской деятельности. Они посвящены описанию типичного предпринимателя; исследованию его компетентности, профессионализма, целеустремленности; когнитивных механизмов, используемых ими для деятельности и т.п. Например, большую известность получили работы, связанные с исследованиями отношения к риску в предпринимательской деятельности, так как экономическая деятельность в условиях неопределенности и риска является одной из отличительных особенностей предпринимательской деятельности [6; 16; 18 и др.]. Последние годы в зарубежной науке большой интерес вызывают работы, связанные с исследованием позитивной психологической установки предпринимателей по отношению к себе и миру [15; 17 и др.] Именно позитивная психология, по мнению авторов, может являться той детерминантой, которая приводит предпринимателя к успеху. Надежда, оптимизм, уверенность в будущем, высокая самооэффективность, способность к быстрому восстановлению после неудач являются основными кирпичиками для успешности в предпринимательской деятельности и сохранения психического здоровья.

Однако следует признать, что наличие у предпринимателя описанных зарубежными учеными качеств, не гарантирует успеха в реальном отечественном бизнесе. Это связано с тем, что предпринимательство в России имеет отличительные особенности, в том числе социально-психологические.

Эти особенности связаны со спецификой исторического развития России, национальными традициями и особенностями современного состояния экономики, политики и культуры российского общества.

В результате проведенных отечественными учеными исследований [8; 9; 10; 12 и др.] выявлены социально-психологические особенности российских предпринимателей и тех трудностей, с которыми они сталкиваются. Интересно, что существенные отличия у российских предпринимателей наблюдаются в когнитивной сфере. Например, исследования, проведенные в Европе и США свидетельствуют, что предприниматели чаще всего не обладают интеллектом, значительно превосходящим средний. Им присущ избирательный интеллект в сочетании с деловой интуицией, восполняющем недостаток информации. Например, по мнению известного теоретика предпринимательства Й. Шумпетера «Основательная подготовка и знание дела, глубина ума и способность к логическому анализу в известных обстоятельствах могут стать источником неудач» [13, С. 181]. Однако ситуация в России, по мнению И. Бунина [2], совершенно иная. Отсутствие предпринимательской традиции и сложившейся практики, «отлитой» в законах, процедурах, обычаях, принятых моделях поведения, вынуждает предпринимателей постоянно искать новаторские, оригинальные решения, повышающие эффективность дела. В ситуации постоянного выбора хорошее, элитарное образование позволяет российскому предпринимателю развить когнитивные и адаптационные способности личности. Оно избавляет от множества комплексов и дает возможность быстро приспособиться, пройти социальную конверсию.

В аспекте исследования важно, что многие зарубежные и отечественные исследователи [3; 6; 16 и др.] указывают на то, что психологический портрет крупного предпринимателя существенно отличается от психологического портрета предпринимателя малого бизнеса, в том числе бизнеса в сельском хозяйстве. Это приводит к необходимости выделения специфических характеристик личности, значимых для успешности бизнеса в аграрной сфере. Особенности предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве определяются, прежде всего, спецификой самого процесса производства в этой отрасли. Обобщение мнение ведущих ученых в этой области [1; 5; 7; 11; 14; и др.] мы выделили следующие факторы, оказывающие существенное влияние на предпринимательскую деятельность в сельском хозяйстве: 1. В сельском хозяйстве главным средством производства является земля, в качестве средств производства используются растения и животные. 2. Земля не только служит средством производства, но и способна повышать свою ценность при правильном обращении с нею. Поэтому земля и некоторые другие виды средств производства выступают не только в качестве факторов средств производства,

но и в качестве результатов его в аграрной сфере. 3. В сельском хозяйстве имеет место переплетение экономических процессов с естественными. Поэтому это отрасль существенно зависит от природно-климатических условий. 4. Инертность населения и его низкая образованность, создающие проблему кадрового обеспечения предпринимательской деятельности. 5. Отсутствие достаточного количества инфраструктурных объектов, предприятий транспортировки и переработки в сельском хозяйстве тормозит развитие предпринимательской деятельности по многим перспективным направлениям, создает сложности в сбыте продукции.

Все это предполагает наличие у успешных сельских предпринимателей общих и особенных качеств, характерных именно для сельского предпринимателя. К *общим* качествам мы относим: стремление к финансовому успеху; стремление к инновациям и их осуществлению; мотивация достижения успеха; стремление к самостоятельности; знание экономических и юридических механизмов предпринимательской деятельности; развитое логическое и критическое мышление; качества, важные в предпринимательской деятельности: инициативность; организаторский талант; готовность к риску; креативность.

К *особенным* качествам следует отнести: специальное аграрное образование; экологическая компетенция; дивергентное мышление; этнокоммуникативная компетенция; высокий уровень осознанной саморегуляции своей деятельности как умение многовариантного планирования, прогнозирования, программирования, оценки, коррекции предпринимательской деятельности в области сельского хозяйства; фрустрационная толерантность; высокий уровень интернальности.

Таким образом, далеко не каждый специалист, обладающий необходимыми широкими профессиональными знаниями, профессионально важными качествами, способным к эффективному восприятию и переработки информации может с успехом реализовать себя в предпринимательской деятельности. Современная социокультурная ситуация, характеризующаяся быстрым темпом жизни, ценностной дезориентацией, нестабильностью человеческих отношений неминуемо порождает проблему сохранения психического и физического здоровья предпринимателей. Т.е. при формировании готовности к предпринимательской деятельности на первое место выходит не знаниевый её компонент и даже не формирование профессионально важных качеств, а, прежде всего, психологическая готовность к предпринимательской деятельности.

Литература:

1. Балабанов, В.С. Профессия: Предприниматель / В.С. Балабанов // eccsocman.edu.ru
2. Бунин, И. Новые российские предприниматели и мифы посткоммунистического сознания / И. Бунин // libertarium.ru/l_liblibrus_art3
3. Журавлев, А.Л. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия / А.Л. Журавлев, В.П. Позняков. – М., Институт психологии РАН, 1995. – 58 с.
4. Заславская, Т.И., Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус / Т.И. Заславская // Социологические исследования. –199. –, № . С. 3–12.
5. Зинченко, Г.П. Управление общественными отношениями / Г.П. Зинченко, Э.А. Капитонов. – М. Дашков и К, Академцентр, 2009. – 368 с.
6. Макклелланд, Д. Мотивация человека / Д. Макклелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с.
7. Мосина, Л.А. Развитие предпринимательства в аграрной сфере : дисс... канд. экон. наук / Л.А. Мосина. – Нижний Новгород, 1999. – 174 с.
8. Новиков, В.В. История возникновения и становления социальной психологии предпринимательства / В.В. Новиков, В.В. Марченко. –Ярославль: МАПН и ЯрГУ, 1998. – 486 с.
9. Психология предпринимательской деятельности / Под ред. В.А. Бодрова. – М., Институт психологии РАН, 1995. – 175 с.
10. Психология. Учебник для экономических вузов / Под ред. В.Н. Дружинина. – СПб: Питер Ком, 2000. – 672 с.
11. Серова, Е.В. Аграрная экономика / Е.В. Серова . – М.: Дело, 1999. – 476 с.
12. Филинкова, Е.Б. Психология российского предпринимательства / Е.Б. Филинкова. – М.: Ректор, 2007. – 288 с.
13. Шумпетер, Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер; – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
14. Экономика и управление в сельском хозяйстве / Под ред. Г.А. Петраневой . – М.: Дело, 2003. – 350 с.
15. Baum, J. R.. The psychology of entrepreneurship. / J. R. Baum. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2007. – 128 p.
16. Brockhaus, R.H. The psychology of entrepreneur. Encyclopedia of Entrepreneurship / R.H. Brockhaus // Prentice-Hal . – 1982. – Vol. 42. – P. 39–57.

17. Luthans, F. Human, social, and now positive psychological capital management / F. Luthans, C. Youssef // Investing in people for competitive advantage. Organizational Dynamic. – 2004. – Vol. 33. – P. 143–160.

18. Warneryd, K.-E. The Psychology of Innovative Entrepreneurship / K.-E. Warneryd. // Handbook of economic psychology. Dodrecht, 1988. – P. 405–447.

С. А. ЛЫСУЕНКО, С.А. МОРОЗОВА

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ Я-КОНЦЕПЦИЯ ЛИЧНОСТИ КАК ФАКТОР, СПОСОБСТВУЮЩИЙ УСПЕШНОСТИ И ИННОВАЦИОННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Познание окружающей действительности происходит в результате ее преобразования, в процессе которого формируется личность, ее самосознание, ее Я-концепция, вырабатывается система отношений к миру, обществу и к себе. Особое место среди различных видов деятельности субъекта занимает профессиональная деятельность, оказывающая влияние на субъекта деятельности и предъявляющая к нему определенные требования, в ответ на которые у специалиста формируется и развивается достаточно устойчивая система профессионально важных качеств. Эта система «профессионализирует» его личностную структуру и, в свою очередь, способствует успешному выполнению данного вида деятельности [1]. В процессе освоения и осуществления профессиональной деятельности происходит не только приобретение профессиональных знаний, умений и навыков, но и всестороннее развитие личности, ее собственного и профессионального самосознания.

Развитие и формирование профессионального самосознания, продуктом которого становится профессиональная Я-концепция, является одним из центральных моментов становления профессионала. При этом большую роль в становлении профессионального самосознания личности имеет соотнесение себя к общности других людей и прежде всего к профессиональной общности [3]. С точки зрения Е.А. Климова, образы самосознания человека (наряду с образами окружающего мира) – необходимая основа целесообразной регуляции, саморегуляции его трудовой деятельности и взаимодействия с окружающими, так как это взаимодействие существенно определяется тем, как человек понимает свое место среди людей, что думает о том, как он выглядит «в глазах» окружающих.