

# ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 316.6 : 33

## АНАЛІЗ САМОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМЦІВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

**І.Б. Абдуллаєва**

*аспірантка лабораторії організаційної психології  
Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*

У статті представлено результати аналізу емпіричних даних, отриманих при дослідженні діяльності, соціальної та загальної самоєфективності. Крім того, проаналізовано дані щодо підприємницької самоєфективності підприємців сфери торгівлі за такими показниками, як рівень розробки ринкових можливостей; рівень інноваційності середовища; рівень інвесторських відносин; рівень усвідомлення ключової мети; рівень стресостійкості; рівень підбору персоналу; рівень загальної підприємницької самоєфективності.

*Ключові слова:* самоєфективність, підприємницька самоєфективність, сфера торгівлі.

В статье представлены результаты анализа эмпирических данных, полученных при исследовании деятельности, социальной и общей самоэффективности. Кроме того, проанализированы данные относительно предпринимательской самоэффективности предпринимателей сферы торговли по таким показателям, как уровень разработки рыночных возможностей; уровень инновационности; уровень инвесторских отношений; уровень осознания ключевой цели; уровень стрессоустойчивости; уровень подбора персонала; уровень общей предпринимательской самоэффективности.

*Ключевые слова:* самоэффективность, предпринимательская самоэффективность, сфера торговли.

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток підприємницької діяльності в Україні сприяє її економічному зростанню, створюючи нові робочі місця та змінюючи економічну свідомість громадян. У свою чергу, в основі успішної діяльності підприємця лежить низка чинників, вивченням яких і займається економічна психологія. Одним із таких предикторів продуктивної роботи, на нашу думку, є самоєфективність підприємця. Вивчення цього феномену дозволить не тільки краще зрозуміти психологічні особливості підприємницької діяльності, але і створити умови для дослідження ефективності підприємців, виявити чинники, що впливають на її рівень, та розробити технології, направлені на розвиток самоєфективності.

У психології питання самоєфективності і, зокрема, підприємницької самоєфективності є відносно новою і малодослідженою проблемою. Так, загальна самоєфективність виступала предметом дослідження російських [2; 3] та українських психологів [4; 1]. Підприємницька самоєфективність досліджувалась у працях зарубіжних дослідників [7; 8; 9; 10; 11]. Разом із тим, досліджень, присвячених підприємницькій самоєфективності, у вітчизняній психології, наскільки нам відомо, немає.

Отже, виходячи з недостатньої розробленості проблеми та її актуальності, нами було визначено наступну мету емпіричного дослідження: здійснити аналіз самоєфективності підприємців сфери торгівлі.

### МЕТОДИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети у дослідженні було використано тест на загальну самоєфективність (М. Шерер, Д. Мадукс, адаптація А.В. Бояринцевої) [2] та методика «Шкала підприємницької самоєфективності» (А. Деноубл, адаптація О.В. Креденцер, І.Б. Абдуллаєвої) [7].

У дослідженні взяли участь більше 100 підприємців сфери торгівлі м. Черкаси. Опитування проводилось протягом 2011–2012 рр.

Математична обробка даних здійснювались за допомогою комп'ютерного пакета статистичних програм SPSS (версія 16).

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

#### 1. Аналіз загальної самоєфективності підприємців

Насамперед проаналізуємо особливості прояву загальної самоєфективності підприємців сфери торгівлі, які визначались за допомогою тесту на загальну самоєфективність (М. Шерер, Д. Мадукс, адаптація А.В. Бояринцевої) [2]. Так, нами було досліджено наступні параметри:

- *рівень діяльнісної самоєфективності підприємців;*
- *рівень соціальної самоєфективності підприємців;*
- *рівень загальної самоєфективності підприємців.*

Як видно із *табл. 1*, у 45% опитаних рівень *діяльнісної самоєфективності* представлений на середньому рівні. Аналізуючи показники діяльнісної самоєфективності, можна побачити, що вони розподілилися подібно до показників загальної самоєфективності. Проте, тут представлена дещо більша кількість результатів високого рівня – 30%, і дещо менша кількість показників низького рівня – 25%, порівняно із загальною самоєфективністю. Такі дані можна пояснити тим, що підприємцеві в процесі

професійної активності доводиться вирішувати багато специфічних завдань, докладати багато зусиль, шукати різні шляхи розв'язання проблем. Такий досвід успішного подолання перешкод позитивним чином позначається на рівні діяльній самоефективності.

Таблиця 1

**Рівень загальної самоефективності підприємців сфери торгівлі  
(у % від загальної кількості опитаних)**

Види самоефективності	Рівні самоефективності		
	Високий	Середній	Низький
Діяльній	30	45	25
Соціальній	26	38	36
Загальній	29	43	28

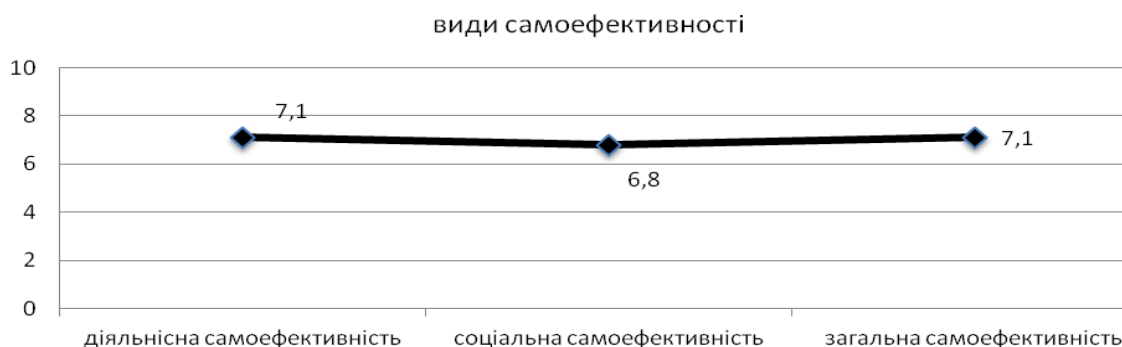
Що ж стосується *соціальної самоефективності*, то дані табл. 1 свідчать про переважання кількості респондентів з низьким рівнем (36%) над респондентами з високим рівнем (26%) самоефективності. Щодо підприємців з середнім рівнем соціальної самоефективності, то вони складають 38% від загальної кількості опитаних. Такі результати свідчать про те, що значна кількість підприємців сумнівається у власній ефективності у взаєминах з іншими. На нашу думку, підприємці сфери торгівлі, в силу своєї професійної діяльності, мають більш високі вимоги до комунікативної складової, що призводить до більш критичної оцінки власних умінь та здатності їх застосовувати професійно.

І, нарешті, майже половина (43%) опитаних підприємців мають середній рівень розвитку *загальної самоефективності* (табл. 1). Біля третини підприємців (29%) продемонструвало високий рівень розвитку загальної самоефективності, однак, майже стільки ж підприємців (28%) мають низький рівень розвитку загальної самоефективності. Такі дані свідчать, на наш погляд, про те, що певній кількості респондентів притаманні деякі внутрішні протиріччя, що стосуються невпевненості у ефективності власної діяльності.

Аналізуючи отримані дані, слід зазначити, що самоефективність особистості не є сталим показником, а, навпаки, виступає динамічним явищем, що змінюється в процесі діяльності особистості. Отже, щодо цієї вибірки підприємців можна сказати, що приблизно для третини опитаних характерними і частими є ситуації, які передбачають наявність певних негативних факторів, що можуть призводити до неадекватного оцінювання власних здібностей та неефективної поведінки. Тому актуальним є пошук шляхів підвищення рівня самоефективності підприємців, адже хоча її і слід вивчати відносно конкретного виду діяльності, однак, загальні уявлення про самоефективність можуть проектуватись на різні сфери життя загалом і на підприємницьку діяльність зокрема, знижуючи її успішність.

Далі, для більш детального аналізу отриманих даних та їх інтерпретації нами було визначено *середні показники загальної самоефективності та її видів*. Так, дані *рис. 1* демонструють нам, що середнє значення діяльній самоефективності серед підприємців сфери торгівлі становить 7,1 балів; середнє значення соціальної самоефективності – 6,8 балів; середнє значення загальної самоефективності – 7,1 балів (мінімальне можливе значення показника – 1 бал, максимальне – 10 балів).

Такі результати, на нашу думку, підтверджують виявлену вище тенденцію до переважання середніх показників самоефективності у вибірці підприємців сфери торгівлі. Подібні результати були отримані й іншими дослідниками.



**Рис. 1. Середні значення самоефективності підприємців**

Так, порівнюючи отримані результати з іншими дослідженнями самоефективності, можна побачити, що, наприклад, самоефективність керівників навчальних закладів у дослідженні О.І. Бондарчук має середній бал 7,15 [1]; у дослідженні М. Марусинець самоефективність майбутніх учителів початкових класів складає в середньому 6,45 балів [3]; за даними М.І. Гайдара, серед опитаних студентів-психологів найбільше респондентів з середнім рівнем самоефективності (70%), в той час як високий і низький рівні мають приблизно по 15% опитаних [3]. А.В. Бояринцева, вивчаючи різні групи людей, виявила, що найвищі показники самоефективності мають підприємці – в середньому 7,58 балів [2]. Тобто наведені дослідження на

різних вибірках демонструють переважання середнього рівня самоефективності, що характерно і для отриманих нами результатів.

Отримані дані, на наш погляд, свідчать про недостатній розвиток загальної самоефективності та її підвидів у підприємців сфери торгівлі. Це проявляється в деяких ускладненнях, пов'язаних з плануванням діяльності: ненаполегливості, невпевненості, небажанні долати труднощі як у вирішенні ситуацій, так і в побудові соціальних контактів. Проблемним місцем виступає значний відсоток респондентів з низьким та середнім рівнями самоефективності і, зокрема, соціальної самоефективності.

На думку А. Бандури, деяка переоцінка власних можливостей, оптимізм і орієнтація на успіх є корисними для особистості, однак занадто завищений рівень самоефективності може призвести до неадекватної наполегливості у виконанні нездійснених завдань. Отже, важливим, на нашу думку, постає питання пошуку та забезпечення розвитку оптимального рівня загальної самоефективності підприємців.

Виявлені суперечності і проблеми можуть бути покладені в основу розробки тренінгу з розвитку самоефективності підприємців. Підвищити рівень самоефективності можуть, на наш погляд, спеціальні тренінгові техніки, спрямовані на розвиток наполегливості, саморегуляції, аналітичного мислення, комунікативної компетентності та ефективної взаємодії з іншими.

## 2. Аналіз підприємницької самоефективності підприємців

Наступним етапом нашого дослідження стало вивчення підприємницької самоефективності підприємців (за допомогою методики «Шкала підприємницької самоефективності» (А. Денубл, адаптація О.В. Креденцер, І.Б. Абдуллаєвої)), в рамках якого було досліджено такі параметри:

- *рівень розробки ринкових можливостей;*
- *рівень інноваційності середовища;*
- *рівень інвесторських відносин;*
- *рівень усвідомлення ключової мети;*
- *рівень стресостійкості;*
- *рівень підбору персоналу;*
- *рівень загальної підприємницької самоефективності.*

Результати дослідження підприємницької самоефективності та її складових, отримані за допомогою методики А. Денубла «Шкала підприємницької самоефективності», представлено в *табл. 2*. Розглянемо детальніше кожен із досліджених показників.

*Таблиця 2*

**Рівень підприємницької самоефективності підприємців сфери торгівлі  
(у % від загальної кількості опитаних)**

Шкали підприємницької самоефективності	Рівні прояву		
	<i>Високий</i>	<i>Середній</i>	<i>Низький</i>
Розробка нових продуктів та ринкових можливостей	34	46	20
Створення інноваційного середовища	24	40	36
Створення інвесторських відносин	34	44	22
Визначення ключової мети	43	42	15
Подолання неочікуваних труднощів	44	45	11
Створення важливих людських ресурсів	32	43	25
Загальна підприємницька самоефективність	28	50	22

Як видно з отриманих даних, високий рівень розвитку підприємницької самоефективності за таким показником, як *усвідомлення ключової мети*, дещо переважає (43%) над середнім і низьким рівнями (42% і 15% відповідно). Також показник *стресостійкості* має майже однакове кількісне вираження за високим (44%) і середнім (45%) рівнями. Тобто можна відмітити позитивний рівень розвитку таких якостей підприємницької самоефективності, що допомагають формулювати головну мету підприємницької діяльності, мати чітке бачення кінцевого результату, продуктивно працювати в умовах стресу та несприятливих змін.

Що ж стосується такого показника, як *інноваційність середовища*, то тут наявний високий відсоток респондентів з низьким рівнем розвитку (36%), порівняно із середнім (40%) і високим (24%) рівнями. На нашу думку, це є наслідком того, що в підприємницькому середовищі, а саме в сфері дрібного торговельного бізнесу, не створено належних умов і немає стимулу для розвитку інноваційності підприємців.

Звертаючись далі до розгляду таких показників, як *розробка ринкових можливостей*, *інвесторські відносини*, *підбір персоналу*, можна помітити, що найбільша частина респондентів демонструє середній рівень розвитку цих показників (по 46%, 44% та 43% відповідно). Кількість підприємців з високим рівнем розвитку цих показників дещо вища за кількість підприємців з низьким рівнем. Так, для показника *розробка ринкових можливостей* це співвідношення складає 34% і 20% відповідно, для показника *інвесторських відносин* – 34%, і 22%, для показника *підбору персоналу* – 32% і 25%.

Переходячи до розгляду *загальної підприємницької самоефективності*, яка складається з суми попередньо розглянутих показників, що входять до неї, з *табл. 2* можна побачити, що половина опитаних

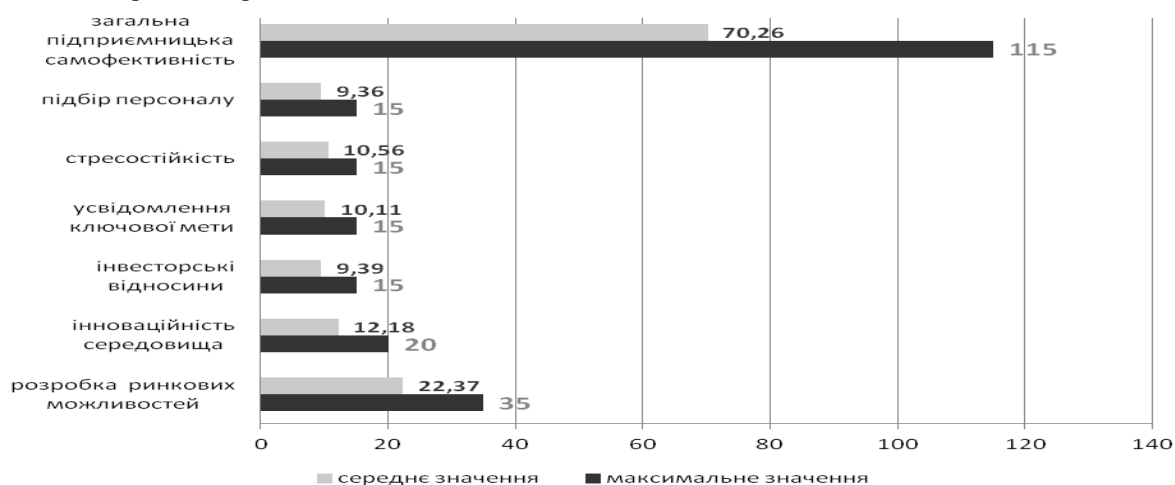
(50%) має середній рівень розвитку самоефективності, а високий і низький рівні представлені майже однаковою кількістю респондентів. Тобто загалом рівень розвитку підприємницької самоефективності представлений на середньому рівні і потребує подальшого розвитку.

Аналізуючи описані вище результати, слід зазначити існування певного дисонансу між показниками шкал підприємницької самоефективності. Так, вибірка респондентів демонструє відносно високу впевненість у визначенні мети підприємницької діяльності, здатності побудувати і виконати план майбутньої діяльності та заохотити до нього інших. Також високою є готовність до роботи в умовах невизначеності, стресу та несприятливих змін, що пов'язані з підприємницькою діяльністю. В той же час, опитувані демонструють низький рівень готовності до створення і впровадження інновацій у підприємницькій діяльності, тобто вони не готові створити таке середовище, де можна реалізовувати нові напрями в торгівлі чи нові товари і заохочувати до цього інших. Такі розходження в отриманих даних, на нашу думку, можна пояснити тим, що підприємцям весь час доводиться планувати наперед свою діяльність і долати непередбачувані труднощі, в той час як умови для розробки і реалізації новітнього робочого середовища доступні далеко не кожному. Отже, з'являється проблема розвитку інноваційності і пошуку нових шляхів реалізації підприємницької діяльності, що може бути вирішена шляхом розробки спеціального психологічного комплексу технік у рамках формуючого експерименту.

Що ж стосується інших шкал, то вибірка опитаних має середній рівень упевненості у власній ефективності щодо пошуку і реалізації нових товарів і послуг; пошуку джерел фінансування і встановлення контактів з інвесторами; пошуку і підготовки найманих працівників. Тобто такі необхідні, можна сказати, базові вміння і навички підприємницької діяльності мають недостатній, на наш погляд, рівень розвитку. Такі результати пояснюються тим, що на ринку можна реалізувати обмежене коло товарів, що накладає певні обмеження і більші вимоги до їх пошуку. Також більшість дрібних підприємців не мають змоги знайти інвесторів чи фінансову допомогу поза родинно-дружніми зв'язками; також вони часто самі виконують роль реалізатора продукції, не маючи можливості найняти працівника.

Щодо загального рівня підприємницької самоефективності, то значне переважання кількості результатів середнього рівня свідчить про недостатній розвиток підприємницької самоефективності підприємців сфери торгівлі.

Для більш детального аналізу підприємницької самоефективності нами також були визначені середні показники отриманих даних. Як видно з представлених на *рис. 2* отриманих результатів, середні значення показників підприємницької самоефективності підтверджують описаний нами вище аналіз рівнів цієї самоефективності у відсотковому співвідношенні. Наприклад, такий показник, як «розробка ринкових можливостей», має середнє значення по вибірці 22,37 балів при максимальних 35, тобто не перевищує середній рівень. Середнє значення показника «інноваційність середовища» складає 12,18 балів при максимумі 20 балів, що відповідає нижній межі середнього рівня. Що стосується показника «інвесторські відносини», то його середнє значення складає 9,39 балів з максимальних 15, подібний результат демонструє і показник «підбір персоналу» – 9,36 балів з можливих 15, тобто вони знаходяться на середньому рівні. Щодо показників «усвідомлення ключової мети» та «стресостійкість», то їх середні значення становлять 10,11 та 10,56 балів відповідно з максимальних 15. Порівняно з попередніми показниками, вони мають вищі значення, хоча і в рамках середнього рівня. І, нарешті, середнє значення загальної підприємницької самоефективності по вибірці становить 70,26 балів з можливих 115, що, на нашу думку, можна також віднести до середнього рівня.



*Рис. 2. Середні значення підприємницької самоефективності підприємців сфери торгівлі*

Отримані результати підтверджуються схожими дослідженнями, спрямованими на вивчення ефективності підприємницької діяльності. Так, у рамках дослідження психологічних особливостей українських підприємців (технології роботи), було виявлено невисокий рівень оцінки ними своїх здатностей

до самоорганізації та організації роботи персоналу; також більше половини опитаних зазначили, що не вміють долати стрес. Іншою дослідницею, Л.В. Галаган, було встановлено, що лише 20,3% безробітних-майбутніх підприємців мають високий рівень розвитку інноваційності.

Підводячи підсумки, можна сказати, що виявлена нами тенденція характеризує рівень розвитку підприємницької самоефективності як дещо неповноцінний. Як видно з вищенаведених даних і з попереднього аналізу розподілу рівнів підприємницької самоефективності, деякі її показники є більш розвиненими, ніж інші. Тобто для цієї вибірки підприємців притаманною є більша впевненість у власній здатності ефективно долати труднощі і ставити цілі, ніж, наприклад, переконаність у ефективності побудови інвесторських відносин чи пошуку найманих працівників. Така «однобічність» прояву підприємницької самоефективності свідчить про наявність проблеми її розвитку, що вимагає більш детального вивчення факторів, які впливають на її розвиток, та пошуку технологій, спрямованих на розвиток підприємницької самоефективності. Вказані завдання і становлять перспективи нашого дослідження.

## ВИСНОВКИ

1. Дослідження встановило переважання показників середнього рівня загальної та діяльній самоефективності та великий відсоток низьких показників соціальної самоефективності.

2. В результаті аналізу підприємницької самоефективності та її складових виявлено середній рівень розвитку останньої, та переважання середніх показників за такими шкалами, як розробка ринкових можливостей, інвесторські відносини та підбір персоналу. Отримано відносно високі показники стресостійкості та усвідомлення ключової мети і низькі показники інноваційності.

3. З огляду на отримані дані, що демонструють, на нашу думку, недостатній розвиток самоефективності підприємців, актуальною є проблема підвищення рівня загальної та підприємницької самоефективності підприємців сфери торгівлі шляхом розробки корекційних технологій та впровадження їх у структуру психологічного тренінгу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бондарчук О.І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності : монографія / О.І. Бондарчук. – К. : Наук. світ, 2008. – 318 с.
2. Бояринцева А.В. Мотиваційно-когнітивні характеристики личности молодого предпринимателя : автореферат дисс. ... канд. психол. наук / А.В. Бояринцева. – М., 1995. – 19 с.
3. Гайдар М.И. Развитие личностной самоэффективности : автореф. дисс. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогическая психология» / М.И. Гайдар. – Воронеж, 2008. – 25 с.
4. Галецька І. Самоефективність у структурі соціально-психологічної адаптації / І. Галецька // Вісник Львівського університету. – Сер. «Філософські науки». – Львів, 2003. – Вип. 5. – С. 433–442.
5. Галаган Л.В. Психологічні проблеми та профіль розвитку конкурентоздатності безробітних-майбутніх підприємців / Л.В. Галаган // Актуальні проблеми психології. Том 1 : Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія : зб. наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. – К. : Міленіум, 2012. – Част. 35. – С. 92–99.
6. Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / [Л.М. Карамушка, Т.В. Зайчикова, О.В. Винославська та ін.] ; за наук. ред. Л.М. Карамушки. – К. : Фірма «ІНКОС», 2005. – 366 с.
7. De Noble, Alex F. Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action / A.F. De Noble, D. Jung and S.B. Ehrlich // Frontiers of entrepreneurship research. – New York, 1999.
8. Carsrud, Alan L. Understanding the Entrepreneurial Mind : Opening the Black Box (International Studies in Entrepreneurship) / Alan L. Carsrud, Malin Brännback. – Springer, 2009. – 340 p.
9. Chen, C.C. Does Entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? / C.C. Chen, P.G. Greene, A. Crick // Journal of Business Venturing. – 1998. – №13. – P. 295–316.
10. Forbes, Daniel P. The effects of strategic decision making, on entrepreneurial self-efficacy / Daniel P. Forbes // Entrepreneurship: Theory and Practice. – New York, 2005.
11. Hmieleski, Keith M. When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance? / Keith M. Hmieleski, Robert A. Baron // Strat. Entrepreneurship J. – 2008. – №2. – P. 57–72.

УДК 159.9 : 33

## ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КЛІЄНТОРІЄНТОВАНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Я.В. Гончаренко**

*науковий кореспондент лабораторії організаційної психології  
Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*

У статті проаналізовано основні характеристики клієнторієнтованості сучасної комерційної організації. Виділено психологічний аспект клієнторієнтованості комерційних організацій. Обґрунтовано взаємозв'язок між економічною та психологічною складовими клієнторієнтованості комерційних організацій.

*Ключові слова:* клієнторієнтованість, конкурентоздатність, комерційні організації.

В статье проанализированы основные характеристики клиентоориентированности современной коммерческой организации. Выделен психологический аспект клиентоориентированности коммерческих организаций. Обоснована взаимосвязь между экономической и психологической составляющими клиентоориентированности коммерческих организаций.

*Ключевые слова:* клиентоориентированность, конкурентоспособность, коммерческие организации.