

ГЕНДЕРНІ ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ

На теперішній час галузь підприємницької діяльності стрімко розвивається до малого та середнього бізнесу приєднуються жінки. Спираючись на досвід американського бізнесу на даний момент на кожних 100 підприємців-чоловіків приходиться 89 підприємців-жінок, які керують компаніями.

Таким чином, спостерігається зростаючий інтерес до психологічних особливостей саме жіночого підприємства. В сфері гендерних досліджень є багато праць, присвячених статево-рольовим стереотипам поведінки (Каган В., Кльоцина І., Кравець В., Луценко О. та ін.), гендерним аспектам лідерства та менеджменту (Бендас Т., Богдан Ж., Гура Т., Ілін Є., Кікінежді О., Книш А., Романовський О. та ін.). Аналіз гендерної структури в аспекті її конструювання широко представлений в зарубіжній науці (Аллен Дж., Андерсон М., Гріффін С., Фуко М. та ін.), і починає займати стійкі позиції у вітчизняному соціально-гуманітарному знанні (Жеребкина І., Здравомислова Е., Кон І. та ін.).

У сучасній Україні багато жінок зустрічаються з проявами гендерної дискримінації на ринку праці та у підприємницькій діяльності, як наслідок, жінки, що займаються бізнесом, стикаються із низкою проблем. Ці проблеми зумовлені як фізичними, психологічними, соціальними особливостями жінок, так і тим, що жінка, на відміну від чоловіка, зазвичай обтяжена сім'єю. Саме тому тема гендерних психологічних особливостей українських підприємців є доцільною та актуальною.

В дослідженні приймали участь 30 осіб – 15 чоловічого та 15 жіночого полу. Всі підприємці в різних бізнесах та розбіжних нішах. Треба відмітити, що більшість молодих жінок підприємців обирали сферу діяльності, згідно інтересам та «поклику душі», так більшість жінок мала бізнес в сфері психології, жіночої краси та дизайнерської (та іншої творчої діяльності). Чоловіки насамперед формували бізнес з сторони аналітичного показника, що на ринку більш актуально та що має популярність серед споживачів, а вже тільки потім аналізували, що більш-менш складає інтерес за внутрішнім станом.

Було проведено тестування Майерс-Бріггс (МВТІ) та визначення найбільш розповсюджених типів особистостей серед жінок та чоловіків.

Отримані дані за методикою Майерс-Бріггс виявили декілька особливостей:

1. Якщо серед чоловіків бізнесменів кількість екстравертів більше ніж інтровертів, то серед жінок-підприємців спостерігається переважання амбівертів, ніж інших типів.

2. Якщо кількість «мислячих» і «відчуваючих» жінок приблизно однакове (відповідне), то серед чоловіків спостерігається переважання «мислячих» типів.

3. У чоловіків переважає більше аналітичні типи та дипломати. Серед жінок переважає група дипломатів.

Всі досліджувані задоволені результативністю свого життя, так як переконані, що все те, що з ними трапляється, сприяє їхньому розвитку за рахунок знань, які з досвіду, неважливо позитивного або негативного.

Рисунок 1 відображає середнє арифметичне за тестом Майерс-Бріггс згідно гендерним показникам. З 16 типів особистості у опитуваних зустрілося 8. Тип архітектор зустрівся у чоловіків один раз у жінок такого типу не зустрілось. Тип логік також зустрічається у чоловіків і немає у жінок. Це дає змогу підтвердити факт більш аналітичного мислення чоловічої статі.

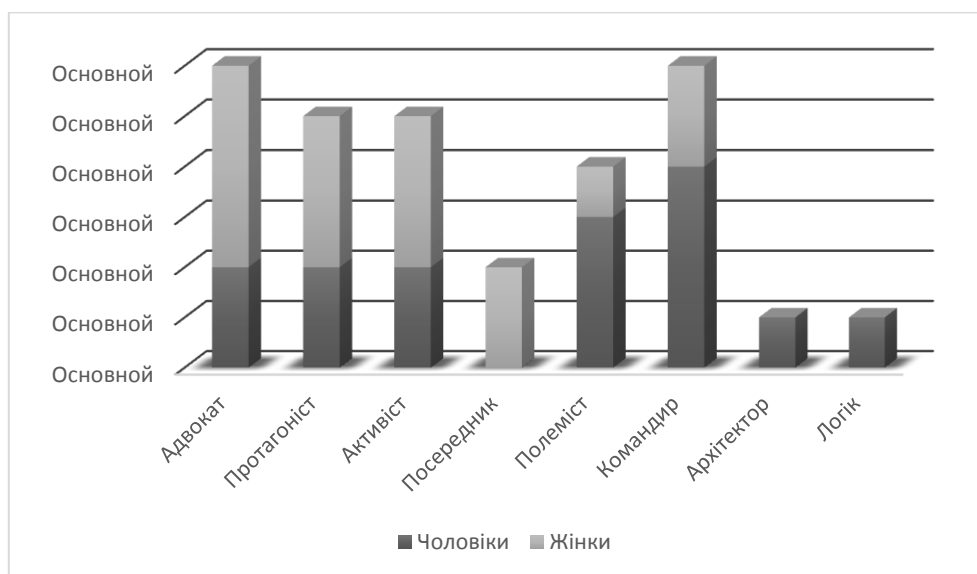


Рис.1. Середнє арифметичне тест Майерс-Бріггс (МВТІ). Типи особистості.

Висновки дослідження свідчать про особистий потенціал у жінок, тому що людина, що бачить причину неуспіхів в собі, має більше шансів стати хорошим керівником, ніж той, хто бачить за власною невдачею збіг «незалежних» від нього обставин.

Підприємцям-чоловікам більш властиве ставлення до конкуренції як до змагання з іншими підприємцями за особисті досягнення, а підприємцям-жінкам – як до конкуренції за економічні ресурси. У діловому партнерстві чоловіки більшою мірою орієнтовані на техніко-

економічне партнерство, а жінки на особисто-орієнтоване партнерство (з високою інтенсивністю міжособистісних контактів і вагомістю особистісних якостей ділового партнера).

Підприємці-чоловіки, порівняно з підприємцями-жінками, характеризуються більш позитивним ставленням до конкуренції і вищими оцінками своєї конкурентоспроможності.

Також спостерігаються розбіжності між представниками різних статей в їхній оцінці власних якостей, і особистих, і ділових, які допомагають їм здійснювати підприємницьку діяльність. Так, у жінок (за порядком до зменшення значимості) це є наступні особистісні характеристики та вміння: схильність до компромісів, гнучкості у переговорах, здатність враховувати позицію іншої сторони; впевненість у собі і своєму призначенні; концентрація в конфліктній ситуації, вміння враховувати загрози та ризики; відкритість до новацій, введення необхідних змін для користі справи; одночасно певний консерватизм, сприйняття новацій не як самоцілі; мобільність у виборі [6].

У чоловіків же провідними характеристиками є такі як (також за порядком зниження значимості): готовність до нововведень та змін; здатність при потребі наполягти на своїй позиції; самопочуття як вільної особистості, поєднане із вмінням одержувати вигоди в межах загальноприйнятих правил; ефективність при застосуванні вмінь та здібностей у підлеглих; здатність використати в своїх цілях чужі ідеї; концентрація в конфліктній ситуації, вміння враховувати загрози та ризики; здатність справити враження, налагодити стосунки з іншими людьми; впевненість у собі і своєму призначенні; здатність витримати зовнішній тиск, відстояти свої принципові позиції [5].

Жінки, при існуючій тенденції до домінування, все ж у стратегіях, які вони обирають, орієнтуються на компроміс, вміють бути пластичними, здатними пристосовуватися до зміненої ситуації, нерідко довіряють лише собі. Натомість чоловіки виявляють схильність до лідерства. Вони в критичних ситуаціях, пов'язаних із загрозами та ризиками, схильні домінувати, використовувати для досягнення своєї мети інших людей. Чоловіки схильні до більшої, порівняно із жінками, демонстративності, тоді як жінки не до такої міри намагаються само репрезентувати себе [3].

Список літератури: 1. Бендас Т. Гендерная психология. Учебное пособие. СПб., 2008. 433 с. 2. Богдан Ж. Б., Крамчанінова Д. Визначення співвідношення емпатійних каналів та їхніх об'єктів відповідно до гендерного аспекту. Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія. 2019. № 2. С. 108-115. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/43085/1/TIPUSS_2019_2_Bohdan_Vyznachennia.pdf (26.09.2020). 3. Гура Т. Психологія лідерства в бізнесі : навч. посібник / Т.

Гура, О. Романовський, А. Книш ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Друкарня Мадрид, 2017. – 100 с. 4. Baygan G. Improving knowledge about women's entrepreneurship // OECD Second Conference on Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy. – 2000, 29–30 November // <http://www.oecd.org/dsti/sti/industry/indcomp> (Офіційний веб-сайт ОЕСР) 5. Geary, D. C. (2009) Male, Female: The Evolution of Human Sex Differences. Washington, D.C.: American Psychological Association. 6. Catley S., Hamilton, R.T. Small business development and gender of owner // Journal of Management Development. – 1998. – Vol. 17. – No 1 – P. 75–82.

Bibliography (transliterated): 1. Bendas T. Gendernaja psihologija. Uchebnoe posobie. SPb., 2008. 433 p. 2. Bohdan Zh. B., Kramchaninova D. Vyznachennia spivvidnoshennia empatijnykh kanaliv ta ikhnikh ob'ektiv vidpovidno do hendernoho aspektu. Teoriia i praktyka upravlinnia sotsial'nymy systemamy: filosofiia, psykhologhiia, pedahohika, sotsiolohiia. 2019. № 2. P. 108-115. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/43085/1/TIPUSS_2019_2_Bohdan_Vyznachennia.pdf (26.09.2020). 3. Hura T. Psykhologhiia liderstva v biznesi : navch. posibnyk / T. Hura, O. Romanovs'kyj, A. Knysh ; Nats. tekhn. un-t "Kharkiv. politekhn. in-t". – Kharkiv : Drukarnia Madryd, 2017. – 100 s. 4. Baygan G. Improving knowledge about women's entrepreneurship // OECD Second Conference on Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy. – 2000, 29–30 November // <http://www.oecd.org/dsti/sti/industry/indcomp> (Офіційний веб-сайт ОЕСР) 5. Geary, D. C. (2009) Male, Female: The Evolution of Human Sex Differences. Washington, D.C.: American Psychological Association. 6. Catley S., Hamilton, R.T. Small business development and gender of owner // Journal of Management Development. – 1998. – Vol. 17. – No 1 – P. 75–82.

Богдан Ж. Б., Несен А. А

ГЕНДЕРНІ ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ

У статті проаналізовано основні гендерні психологічні особливості українських підприємців на базі дослідження за допомогою тесту Майерс-Бріггс (МВТІ).

Ключові слова: гендер, гендерна психологія, підприємництво, тест Майерс-Бріггс

Bogdan Zh.B., Nesen A.A

GENDER PSYCHOLOGICAL FEATURES UKRAINIAN ENTREPRENEURS

The article analyzes the main gender psychological characteristics of Ukrainian entrepreneurs on the basis of a study using the Myers-Briggs test (MBTI).

Key words: gender, gender psychology, entrepreneurship, Myers-Briggs test

Богдан Ж. Б., Несен А. А

ГЕНДЕРНЫЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье проанализированы основные гендерные психологические особенности украинских предпринимателей на базе исследования с помощью теста Майерс-Бриггс (МВТИ).

Ключевые слова: гендер, гендерная психология, предпринимательство, тест Майерс-Бриггс

УДК 658.5.012.1: 330.88

*Волоснікова Н. М., Решетняк Н. Б.
м. Харків, Україна*

ПРОЕКТНО-ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Інституційне середовище взаємодії держави з інтегрованою логістизацією процесів на підприємствах являє собою сукупність формальних та неформальних норм і правил, які координують господарську діяльність суб'єктів, а також забезпечують функціонування їх механізмів і структур.

Слід зазначити, що інституційна модель, що забезпечує оптимальну взаємодію інтегрованої логістизації процесів з іншими агентами визначає якість логістизації процесів на підприємствах і рівень трансакційних витрат пов'язаних із логістизацією процесів [1, с.174-178].

Адаптаційна ефективність інтегрованої логістизації процесів на підприємствах означає здатність функціонувати та розвиватися у мінливому інституційному середовищі. Існують такі способи підвищення адаптаційної ефективності: