

**МНОГОМЕРНЫЙ ПОДХОД В РАЗРАБОТКЕ ПРОБЛЕМ ПСИХОЛОГИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

DOI: 10.25629/НС.2018.08.09

ПОСОХОВА А.В.

МИРЭА – Российский технологический университет. Москва

Аннотация. В статье представлены теоретические предпосылки возможности применения многомерного подхода к психологическому исследованию конкурентоспособности предпринимателей. Анализ публикаций по данной проблеме показал, что преобладают аспектные локальные психологические исследования конкурентоспособности предпринимателей. Методологическая проработка проблемы обусловила необходимость ориентации не только на методологические принципы, но и принципы-подходы (антропоцентрический, системный, субъектно-деятельностный и др. Данные подходы должны объединяться в многомерный подход. В отличие от других подходов многомерный подход задает не столько методологическую ориентацию, например, на приоритетность свойства субъектности, сколько определенную организацию научных исследований, которая влияет на их результативность и значимость. Многомерный подход выполняет важнейшие функции: гностическую, информационную, организационную, коммуникативную, рефлексивную и др. Раскрыто содержание многомерного подхода, его особенности в сравнении с другими подходами и методологическими принципами. На основании теоретического анализа проблемы и обобщения результатов проведенных психологических исследований конкурентоспособности предпринимателей описано содержание главных направлений многомерного подхода к психологическому исследованию конкурентоспособности предпринимателей: направление аспектного рассмотрения проблемы исследования; направление определения целей и задач психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей; обоснование объекта исследования, принципов и методов его изучения; обоснование и описание предмета исследования; вид результатов исследования, их апробация и внедрение. Особое место занимает направление описания самопроцессов, связанных с продуктивным саморазвитием предпринимателей. Ориентация на многомерный подход дает хорошие результаты при изучении психологически сложных объектов, каким и является конкурентоспособность предпринимателей за счет рациональной организации и повышения уровня взаимодействий в научном исследовании.

Ключевые слова: предприниматели, конкурентоспособность предпринимателей, методологические основания, многомерный подход.

Введение

За последние годы проблема конкурентоспособности предпринимателей вызывает все больший интерес со стороны разных наук в силу ее недостаточной разработанности и чрезвычайной практической значимости. В психологии конкурентоспособность предпринимателей рассматривается как их важное личностно-профессиональное свойство, обуславливающее эффективность предпринимательской деятельности. В то же время психологических исследований собственно конкурентоспособности предпринимателей явно недостаточно. Это объясняется, прежде всего, тем, что конкурентоспособность предпринимателей является очень сложным психологическим объектом, психологическое содержание которого и детерминация внутрисистемных взаимодействий на сегодняшний день раскрыто недостаточно. Кроме того, многие предприниматели весьма неохотно участвуют в психологических исследованиях в качестве объектов из-за «закрытости», так как, по их мнению, любая психологическая информация о них может только усилить возможности их конкурентов, то есть снижать их конкурентоспособность.

Краткий анализ публикаций по проблеме исследований

Психологические исследования, в которых непосредственно разрабатывались проблемы конкурентоспособности предпринимателей как целостного объекта, проводились ограниченно. В то

же время были проведены психологические исследования проявлений конкурентоспособности предпринимателей, отдельных ее составляющих. Изучался предпринимательский потенциал (Дьячкова Е.В.), предпринимательская деятельность (Климова Е.К.), профессионализм личности предпринимателей (Жерелина Л.Н.), предпринимательские ценности (Купрейченко А.Б.), предпринимательские отношения и некоторые свойства (Позняков В.П.), предпринимательская культура (Томилов В.В.), предприимчивость (Алленова Н.Н., Соловьева Н.В.), деловая активность (Гайдамашко П.С.) и др.

Проведенные в последние годы непосредственные психологические исследования конкурентоспособности предпринимателей (Посохова А.В.) нуждаются в дальнейшем углублении и развитии. В частности, необходимо усилить эмпирические психологические исследования конкурентоспособности предпринимателей. Насыщение новыми эмпирическими фактами является для выхода на более высокий уровень обобщений.

Методологический аспект проблемы

При организации новых психологических эмпирических исследований конкурентоспособности предпринимателей следует иметь в виду, что любое такое эмпирическое психологическое исследование вызывает большие сложности, в первую очередь методологического характера. Методологическая проработка позволит создать необходимый методологический базис, который поможет определиться с видом и содержанием эмпирических исследований, его методической оснащённостью. Проведенный анализ проблемы показал, что традиционная методологическая проработка, заключающаяся в описании ведущих методологических принципов применительно к конкретному объекту (Абульханова К.А., Анисимов О.С., Брушлинский А.В., Василюк Ф.Е. и др.) является недостаточной для такого психологически сложного объекта как конкурентоспособность предпринимателей. Необходимо ее дополнение с ориентацией на научные подходы (Ломов Б.Ф., Платонов К.К. и др.). Ориентация на научный подход повышает качество и результативность научных исследований. Научный подход – это система приемов, методов или способов решения научных проблем и задач, определяющий принципы и методы самих исследований, а также принципы анализа, обобщения и систематизации полученных результатов. Считается, что по своему содержанию категория «подход» близка к категории «принцип», но является более широкой (Брушлинский А.В., Платонов К.К.), поэтому предпочтение отдается именно подходам [3].

В проведенных психологических исследованиях конкурентоспособности предпринимателей осуществлялась опора на антропоцентрический, субъектный, системный и комплексный подходы, которые позиционировались и как методологические принципы [6]. Особенно была велика роль системного подхода. Это, несомненно, дало свои позитивные результаты, однако ориентация и на другие подходы при проведении эмпирических психологических исследований будет способствовать более глубокому психологическому изучению конкурентоспособности предпринимателей.

Сущность многомерного подхода

В настоящее время в комплексных человековедческих и психологических исследованиях весьма перспективным считается *многомерный подход*, который весьма результативен при изучении психологически сложных объектов [1]. Многомерный подход был обоснован при формировании комплексной научной и учебной дисциплины «конкурентологии». Данный подход может применяться как в междисциплинарных исследованиях, так и в рамках одной науки, если объект является сложным и обладает системными свойствами. В отличие от других подходов, которые часто отождествляются с методологическими принципами, многомерный подход задает не столько методологическую ориентацию, например, на приоритетность свойства субъектности, сколько определенную организацию научных исследований, которая влияет на их результативность и значимость. При применении многомерного подхода научное исследование осуществляется по нескольким взаимосвязанным направлениям, позволяющим

получить целостное представление о свойствах сложного объекта и показать продуктивность применения полученных результатов.

В психологических исследованиях многомерный подход сейчас начинает получать должное признание, особенно при изучении психологически сложных объектов, так как деловая активность, предприимчивость и конкурентоспособность предпринимателей. Важно отметить, что многомерный подход включает и полифункциональный подход, который при разработке психологических проблем конкурентоспособности предпринимателей ориентируется на идеи поликомпетентности и полипрофессионализма.

Содержание многомерного подхода в психологическом изучении конкурентоспособности предпринимателей

Согласно его идеологии, многомерный подход в разработке психологических проблем конкурентоспособности предпринимателей предусматривает проведение исследований, решение организационных и практических задач по нескольким направлениям.

Первое направление предполагает описание аспектного рассмотрения проблемы исследования. Разработка психологических проблем конкурентоспособности предпринимателей осуществляется в рамках психология труда, социальной психологии, экономической психологии, в ней также используются знания из психологии управления, акмеологии (в плане развития профессионализма). В нем используются так же результаты исследований теории управления (эффективное управление как фактор конкурентоспособности), синергии, философии при обобщениях. Широта аспектного поля рассмотрения проблемы обуславливает и предметное содержание исследований.

Второе направление многомерного подхода связано с определением целей и задач психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей. В виду того, что данная проблема отличается масштабностью, цели и задачи психологического исследования могут отличаться разнообразием. В частности, в проведенных исследованиях целью была разработка научного психологического основания конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности [7]. Целью может быть определение путей и средства развития конкурентоспособности предпринимателей. Цели могут быть локальными, например, связанные с изучением какой-либо психологической составляющей конкурентоспособности предпринимателей, например, психологической готовности к конкурентной предпринимательской деятельности. Что касается задач психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей, то они обуславливаются не только целью, но также характером и направленностью исследования. Такими задачами могут являться теоретико-методологический анализ проблемы, критический анализ проведенных исследований, разработка теоретических моделей, обоснование методов эмпирического исследования, разработка системных описаний и др.

В рамках данного направления обосновывается или корректируется понятийный аппарат проблемы, разрабатываются типологии и классификации.

Третье направление многомерного подхода предполагает обоснование объекта исследования, принципов и методов его изучения. Объектом исследования при разработке данной проблемы является конкурентоспособность субъектов предпринимательской деятельности (конкурентоспособность предпринимателей) и ее психологические составляющие и характеристики. Данный объект является интегративным, справедливым для уровня общего (всеобщего) рассмотрения проблемы. Однако конкурентоспособность может рассматриваться и на уровне особенного, например, обусловленного сферой предпринимательской деятельности (на производстве, обслуживании, в образовании и т.п.), гендерными аспектами и др. К тому же предприниматель в своей деятельности, поведении и отношениях выступает в четырех ипостасях как общественный индивид, личность, субъект профессиональной деятельности и индивидуальность. Это так же определяет особенности объекта исследований. Иными словами, конкурентоспособность предпринимателей можно рассматривать как у индивидов, личностей, субъектов деятельности и индивидуальности. Объектом таких исследований может быть конкурентоспособность личности

и конкурентоспособность деятельности предпринимателей, точнее их психологические аспекты. Иными словами, при психологической разработке проблемы конкурентоспособности предпринимателей следует иметь в виду, что исследования должны проводиться не только с конкретным объектом, а системой объектов («в объектном пространстве»).

Четвертое направление многомерного подхода связано с обоснованием и описанием предмета исследования. Общим предметом психологических исследований при разработке данной проблемы являются психологические механизмы и закономерности конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности. Могут быть и другие предметы исследований в рамках разработки данной проблемы, например, психологическая система конкурентоспособности предпринимателей, психологические детерминанты развития конкурентоспособности предпринимателей. Данное разнообразие предметов в таком исследовании позволяет утверждать о наличии «предметного пространства» проблемы.

Пятое направление многомерного подхода определяет функции исследования. Психологическое изучение конкурентоспособности предпринимателей преследует не только поставленные цели и задачи, но и выполняет важные функции. В многомерном подходе выделены следующие функции. Отметим их.

Гностическая или исследовательская функция, связанная с получением нового психологического знания относительно сущностных психологических характеристик конкурентоспособности предпринимателей.

Информационная функция позволяет использовать информацию о психологических характеристиках конкурентоспособности предпринимателей, использовать ее в научной кооперации и на практике.

Прогностическая функция позволяет разрабатывать прогнозы изменений конкурентоспособности предпринимателей в зависимости от факторов и обстоятельств, а также особенностей ее развития.

Существуют и другие функции многомерного подхода – организационная, коммуникативная, рефлексивная.

Шестое направление многомерного подхода имеет особенное значение, так как оно связано с самопроцессами. Известно, что предпринимательская деятельность осуществляется в условиях практически постоянного дефицита времени, обусловленного необходимостью решения большого количества задач, оперативного реагирования на изменяющиеся в бизнесе ситуации и пр. Иными словами, отвлечение от предпринимательской деятельности для развития своей конкурентоспособности в условиях обучения, повышения квалификации или профессиональной переподготовки представляется весьма затруднительным. В то же время у предпринимателей имеется возможность для осуществления целенаправленного саморазвития конкурентоспособности, что может осуществляться и по другим векторам в плане самопознания, самосовершенствования, самореализации, самоуправления и пр. Отсюда любое психологическое исследование конкурентоспособности предпринимателей должно содержать научные результаты, позволяющие осуществлять все виды саморазвития.

Седьмое направление многомерного подхода определяет вид результатов исследования, подлежащих анализу и обобщениям. Ими является общее и специальное знание о психологических особенностях конкурентоспособности предпринимателей, различные фактологические данные, связанные с конкурентоспособностью предпринимателей, выявленные психологические феномены, доказанные закономерности и устойчивые отношения, описание существующих связей, различные компетенции, исследовательский опыт, банк концептуальных идей относительно повышения уровня или развития конкурентоспособности предпринимателей.

Восьмое направление многомерного подхода обусловлено необходимостью апробации результатов исследования, а также определением видов апробаций. Это необходимо для озна-

комления научной общественности и практиков с полученными результатами, оценкой их значимости, возможной корректировкой направленности и характера исследований. Результаты психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей целесообразно опубликовать в виде статей в научных журналах, докладывать на семинарах и конференциях, представлять в виде монографии, учебного модуля, учебного пособия.

Девятое направление многомерного подхода определяет сферу применения полученных результатов. Планирование сферы применения полученных результатов необходимо для реализации принципа единства теории, эксперимента и практики, позволяющего достигать значимых результатов. Результаты психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей должны использоваться для повышения эффективности предпринимательской деятельности, развития профессионализма предпринимателей, для личностно-профессионального развития в учебной деятельности (при профессиональной подготовке, переподготовки и повышения квалификации будущих предпринимателей).

Выводы

Таковы основные положения многомерного подхода в психологическом изучении конкурентоспособности предпринимателей. Ориентация на многомерный подход позволяет сделать психологическое исследование конкурентоспособности предпринимателей более эффективным и рациональным, уменьшающим долю непрофильных и мало перспективных исследований. Ориентация на многомерный подход определяет не только специфику психологического исследования конкурентоспособности предпринимателей, но и характер научных корпоративных связей в разработке данной проблемы, апробацию и сферу применения полученных результатов.

Литература

1. Андреев В.И. Конкурентология. Казань : Центр инновационных технологий, 2004. 468 с.
2. Гайдамашко П.С. Психологические детерминанты деловой активности субъектов управленческой деятельности // Научное мнение. 2017. №7-8. С.58-63.
3. Ломов Б.Ф. Системность в психологии. Избранные труды. М.-Воронеж: МПСИ, 1996. 384 с.
4. Жерелина Л.Н. Акмеологическое развитие профессионализма предпринимателей: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13. М., 2012. 24 с.
5. Посохова А.В. Конкурентоспособность предпринимателей: результаты психолого-акмеологического исследования // Человеческий капитал. 2014. № 8 (68). С. 64-67.
6. Посохова А.В. Конкурентоспособность предпринимателей (психолого-акмеологические аспекты проблемы). М.: АПКИППРО, 2014. 128 с.
7. Посохова А.В. Психологические основания конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности: дисс. ... степени док. психол. наук: 19.00.03. М., 2016. 439 с.
8. Bricklin D. Natura-born entrepreneur // Harvard Business Review. 2001. Vol. 79. №8. Pp. 53-59.
9. Efros S., Burlacu N. The evaluation of the ways and methods as efficient management activity result of the constructive entrepreneur // Economie si Sociologie: Revista Teoretico-Stiintifica. 2013. №3. С. 122-132.
10. Scourfield P. Social care and the modern citizen: client, consumer, service user, manager and entrepreneur // British Journal of Social Work. 2007. Vol. 37. №1. Pp. 107-118.

Посохова Анастасия Владиславовна. E-mail: aposohova@mail.ru

Дата поступления 03.06.2018

Дата принятия к публикации 10.08.2018

MULTIDIMENSIONAL APPROACH IN DEVELOPMENT OF PSYCHOLOGY PROBLEMS OF COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURS

DOI: 10.25629/HC.2018.08.09

POSOKHOVA A.V.

MIREA – Russian Technological University. Moscow

Abstract. The article presents theoretical prerequisites for the application of a multidimensional approach to the psychological study of the competitiveness of entrepreneurs. The analysis of publications on this issue showed that the aspect local psychological studies of the competitiveness of entrepreneurs are predominant. The methodological study of the problem necessitated the orientation not only of methodological principles, but also of the principles-approaches (anthropocentric, systemic, subject-activity, etc.). These approaches should be combined into a multidimensional approach. Unlike other approaches, the multidimensional approach sets less as a methodological orientation, for example, on the priority of the property of subjectivity, than as a certain organization of scientific research, which affects their effectiveness and significance. Multidimensional approach performs the most important functions: gnostic, informational, organizational, communicative, reflexive, etc. The contents of the multidimensional approach, its features in comparison with other approaches and methodological principles are described. On the basis of a theoretical analysis of the problem and generalization of the results of psychological studies of the competitiveness of entrepreneurs, approach to the psychological study of the competitiveness of entrepreneurs is described: the direction of the aspect on the examination of the research problem; direction of the definition of goals and objectives of psychological research of the competitiveness of entrepreneurs; substantiation of the research object, principles and methods of its study; substantiation and description of the subject of research; type of research results, their approbation and implementation. A special place is the direction of the description of self-processes associated with the productive self-development of entrepreneurs. Orientation to a multidimensional approach gives good results in the study of psychologically complex objects, which is the competitiveness of entrepreneurs through rational organization and increasing the level of interaction in scientific research.

Keywords: entrepreneurs, competitiveness of entrepreneurs, methodological grounds, multidimensional approach.

References:

1. Andreev V.I. *Konkurentologija* [Competition]. Kazan : Centr innovacionnyh tehnologij, 2004, 468 p.
2. Gajdamashko P.S. Psihologicheskie determinanty delovoj aktivnosti sub#ektov upravlench-eskoj dejatel'nosti [Psychological determinants of business activity of subjects of administrative activity]. *Nauchnoe mnenie*, 2017, no. 7-8, pp. 58-63. (In Russ.).
3. Lomov B.F. *Sistemnost' v psihologii. Izbrannye trudy* [Consistency in psychology. Selected works]. Moscow–Voronezh: MPSI, 1996, 384 p.
4. Zherelina L.N. Akmeologicheskoe razvitie professionalizma predprinimatelej: avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk [Acmeological development of professionalism of entrepreneurs. Ph.D. (psychology) Thesis]. Moscow, 2012, 24 p.
5. Posohova, A. V. Konkurentosposobnost' predprinimatelej: rezul'taty psihologo-akmeolog-icheskogo issledovanija [Competitiveness of entrepreneurs: the results of psychological and acmeological research]. *Chelovecheskij kapital*, 2014, no. 8 (68), pp. 64-67. (In Russ.).
6. Posohova A.V. Konkurentosposobnost' predprinimatelej (psihologo-akmeologicheskie aspekty problemy) [Competitiveness of entrepreneurs (psychological and acmeological aspects of the problem)]. Moscow: APKiPPRO, 2014, 128 p.

7. Posohova A.V. Psihologicheskie osnovaniya konkurentosposobnosti sub'ektov predprinimatel'skoj dejatel'nosti : diss. ... dok. psihol. nauk [Psychological foundations of competitiveness of subjects of entrepreneurial activity. Dr. Sci. (Psychology) diss.]. Moscow, 2016, 439 p.

8. Bricklin D. Natura-born entrepreneur. *Harvard Business Review*. 2001. Vol. 79. No. 8. Pp. 53-59.

9. Efros S., Burlacu N. The evaluation of the ways and methods as efficient management activity result of the constructive entrepreneur. *Economie si Sociologie: Revista Teoretico-Stiintifica*. 2013. No. 3. Pp. 122-132.

10. Scourfield P. Social care and the modern citizen: client, consumer, service user, manager and entrepreneur. *British Journal of Social Work*. 2007. Vol. 37. No. 1. Pp. 107-118.

Posokhova Anastasiya Vladislavovna. E-mail: aposohova@mail.ru

Date of receipt 03.06.2018

Date of acceptance 10.08.2018