

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ПОДРУЖНЬОГО БІЗНЕСУ

Сімейний бізнес є однією з актуальних і, на жаль, малодослідженою формою підприємницької діяльності в Україні. Традиційно залишаючись підґрунтям для розвитку малого і середнього бізнесу, сімейна підприємницька діяльність до цих пір не має чіткого правового статусу, громадських і професійних спілок, профільних представників в органах влади. Психологічна специфіка сімейного бізнесу досліджена ще менше. В Україні, так само як і в близькому зарубіжжі, знайдеться всього декілька десятків соціологічних робіт, присвячених сімейному бізнесу, і не однієї психологічної, що вказує на теоретичну неопрацьованість проблеми.

Консультативна робота з психологічною проблематикою сімейного бізнесу не має специфічного окремого напрямку і здійснюється в руслі стандартної психологічної і психотерапевтичної допомоги. Статті, присвячені психологічним аспектам сімейного підприємництва, мають скоріше популярний, а не науковий характер. Подібна лакуна тим більше помітна, що в практиці США і країн Європи сімейний бізнес давно захищений державними соціальними програмами, має розгалужену мережу консультаційних центрів, де членам сімей-підприємств надається, у тому числі спрямована соціальна і психологічна допомога.

Україна належить до низки країн з перерваною підприємницькою традицією, а тому поява такої форми бізнесу як сімейний, на наш погляд, супроводжується низкою специфічних психологічних проблем, які виходять за рамки звичайним проблем людей, ведучих приватну підприємницьку діяльність. Досліджуючи проблематику сімейного бізнесу, ми стикаємося з прямою системою взаємних впливів "робота-родина; родина-робота", – не рідко, міцність і стабільність родинних стосунків піддається певному ризику: спільний бізнес може зруйнувати сім'ю, а родинні стосунки – бізнес. Саме тому дослідження актуальних проблем і стану сімейного подружнього бізнесу на Україні ми вважаємо за необхідним і актуальним.

Таким чином, *об'єктом* нашого дослідження є психологічний зміст феномена подружнього бізнесу як загальної підприємницької діяльності подружжя. *Предметом* – система взаємних впливів спільної підприємницької діяльності подружжя та їх подружніх взаємин. *Мета* дослідження полягає у виділенні чинників, що визначають оптимальне співвідношення успішної реалізації функцій підприємництва і функцій міжособистісних стосунків в єдиній системі сім'ї.

Зважаючи на неопрацьованість проблематики, предмет і об'єкт дослідження були обмежені сімейним подружнім бізнесом, що дозволить отримати більш валідні й точні дані. Крім того, було визначено низку методологічних завдань дослідження.

- 1) Опрацювати понятійний апарат дослідження;
- 2) Виділити системостворюючі чинники дослідження;
- 3) Розробити операціональні моделі, необхідні для здійснення дослідження.

Вирішення поставлених завдань, викладено в матеріалі статті.

Під використанням в статті поняттям *сімейний (родинний) бізнес*, розуміється форма підприємницької діяльності, в створення, організацію і розвиток якої, залучені члени однієї сім'ї та близькі родичі.

Під *сімейним подружнім бізнесом*, ми розуміємо окрему форму родинної підприємницької діяльності, що здійснюється подружжям, або партнерами, які визначають свої стосунки як подружні. У якості синоніму поняття сімейний подружній бізнес, тут і далі використовуватимуться *подружній бізнес, подружнє підприємництво*.

Важливим методологічним етапом дослідження є розробка операціональної моделі, що має необхідний пояснювальний потенціал по відношенню до предмету дослідження.

Як вже згадувалося раніше, у вітчизняній психології відсутня комплексна модель опису сімейного бізнесу як соціально-психологічного феномену. У доступних нам зарубіжних джерелах акцент в дослідженні сімейного бізнесу робиться, як правило, на проблемі передачі бізнесу в стосунках батько-син і похідних формах [3], [6]. В той же час, досить розробленими і у вітчизняній, й в зарубіжній теорії є моделі сім'ї, подружніх стосунків і професійної праці.

Перераховані причини зумовили необхідність розробки автентичної психологічної моделі стосунків в системі подружнього бізнесу. В процесі створення моделі, був використаний пояснювальний потенціал діяльнісного та суб'єктного підходів (В.К. Калін, О. Н.Леонтєв, Д. О. Леонтєв, В.О. Татенко), а також методологія системного підходу (Б.Ф. Ломов, Д. С. Контров, А. М. Занковський). Модель передбачає пошук єдиної методологічної основи для об'єднання теоретичних напрацювань в сферах сімейної психології і психології підприємницької діяльності, а також виділення ключових протиріч існування сімейного бізнесу. Практична її цінність полягає у визначенні чинників, що розкривають оптимальне співвідношення успішної реалізації функцій підприємництва і функцій міжособистісних стосунків в єдиній системі сім'ї.

Центральними фігурами представленої нижче моделі виступає подружжя, що веде спільну підприємницьку діяльність (С1 і С2 на схемі відповідно). Виходячи з того, що взаємодія суб'єкта і світу може відбуватися в трьох типах відношень – суб'єктно-суб'єктному, суб'єктно-об'єктному і самосуб'єктному [2], ми виділяємо ці стосунки на схемі в наступному порядку:

- стосунки подружжя між собою як суб'єктів єдиної родини (А2);
- стосунки подружжя між собою як суб'єктів єдиної підприємницької діяльності (А3);
- ставлення подружжя до бізнесу як об'єкту загального докладання зусиль (А4);
- ставлення кожного з подружжя до сім'ї, як до об'єкту загальної турботи (А5);
- ставлення кожного з членів подружжя до самого себе (суб'єктивний образ Я) реалізований двічі – в контексті сім'ї, та в контексті підприємницької діяльності (А1);
- сім'я (В1);
- підприємницька діяльність (В2).

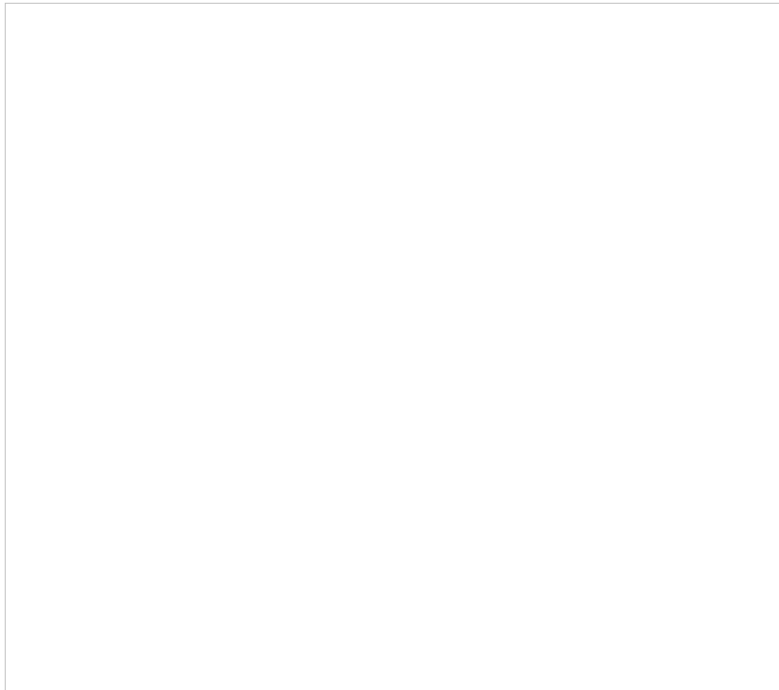


Рис 1. Графічна модель системи сімейного бізнесу

Модель охоплює все різноманіття можливих відношень подружжя в системі сімейного бізнесу і сім'ї, поетапне дослідження яких дозволить виділити основні протиріччя системи та чинники, сприяючі гармонійному її розвитку. Виходячи з неї, ми можемо зазначити первісні виміри психологічних утруднень системи подружньої підприємницької діяльності:

- вимір узгодження цілей та результатів, а також планів їх досягнення між партнерами у подружньому житті та підприємницькій діяльності (комунікаційний рівень);
- вимір функціонально-рольової структури відносин подружжя у сфері подружнього життя та у сфері бізнесу
- вимір розподілення владних повноважень у міжособистісних стосунках та подружньому бізнесі
- ціннісно-мотиваційні спрямування партнерів;
- система суб'єктивних образів Я, образів партнера та образів спільної діяльності і відносин у родині та підприємницькій діяльності.

Наведена операціональна модель, визначає сімейний подружній бізнес як систему, в якій симультанно реалізуються дві підсистеми, кожна, регулюється власним принципом і має власний, відмінний продукт. Для підприємницької діяльності таким принципом виступає принцип максимальної ефективності, для системи подружніх стосунків – принцип максимальної якісної визначеності [2]. Тим більше, відмічає Пітер Ліч, існування системи подружнього бізнесу вже за своїм витоком породжує фундаментальне протиріччя, яке може сприяти розвитку конфліктних відносин у сімейній парі. Ним є полярність принципів розвитку систем бізнесу та родини. Родинне життя у більшій мірі спрямоване на стабілізацію, закріплення та збереження системи відносин; сімейний подружній бізнес, - більшою мірою зорієнтований на постійні зміни, виклики та ситуативні модифікації [4: 35]. Саме тому, дві підсистеми – а) сім'я і б) підприємницька діяльність подружжя, спочатку будуть аналізуватися як два окремі системні утворення, об'єднані загальними суб'єктами активності, та маючі як подібність, так і принципові відмінності.

У якості системостворюючого чиннику, для аналізу підсистеми сім'ї, був вибраний чинник *задоволеності шлюбом*. Для підсистеми підприємницької діяльності – *задоволеність працею*. Обидва поняття досить розроблені у вітчизняній психології, хоча й визначаються майже завжди як продукт суб'єктивної оцінки партнерами систем стосунків, в яких вони себе визначають [1], [3]. З метою подолання неоднозначності понять, була здійснена їх операціоналізація – переклад в об'єктивно вимірювані та доступні дослідженню поняття.

Стосовно моделі, що зображена на рис. 1, кожен з системостворюючих чинників розглядався як реалізований у площинах самособ'єктних, суб'єктно-об'єктних і суб'єктно-суб'єктних відносин. Іншими словами, визначалося як задоволеність працею або шлюбом виглядає на рівні самовідношення особистості, рівні відношення її до об'єкту задоволеності, рівні відношення до партнера по діяльності або стосункам.

В результаті теоретико-методологічного аналізу літератури з проблеми, для обох чинників було розроблено універсальне визначення, структура якого представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Змістовна структура поняття "Задоволеність шлюбом (працею)

Тип стосунків, що реалізовує стан задоволеності шлюбом (працею) для подружжя	Показники задоволеності шлюбом (працею) властиві вибраному типові стосунків
1. Самособ'єктні відносини	Образ Я кожного з партнерів, індивідуальна спроможність до адаптації, особистісний і соціальний ресурс кожного з партнерів (досвід, психологічна готовність до подружніх стосунків), міра саморефлексії, самоефективність.
2. Ставлення кожного з членів подружжя до сім'ї (підприємницької діяльності) як	Родинні сценарії, що існують у кожного з членів подружжя, міра їх сумісності, уявлення про власний суб'єктивний внесок у сім'ю (справу) та внесок у нього партнера, настанови подружжя до традиційних цінностей сім'ї, міра

об'єкту загальної турботи	диференціації родинних стосунків від стосунків в системі підприємницької діяльності.
3. Суб'єктно-суб'єктні відносини подружжя	Схожість життєвих настанов та ціннісних орієнтацій подружжя, конструктивні комунікативні стратегії, конструктивні способи вирішення конфліктів, реалістичний суб'єктивний образ партнера, конструктивний розподіл ролей, обов'язків і сфер домінування у подружжі

До операціонального визначення потрапили лише психологічні якості і характеристики, кожна з яких визначалася мірою її значущості в розкритті згаданих типів відношень.

Внаслідок того, що модель та подальші викладки носять теоретичний характер, в практичному дослідженні паралельно застосовуються як інструменти, що досліджують суб'єктивно оцінювані поняття "задоволеність шлюбом (працею)", так і спеціально підібраний комплекс методик, що дозволяють перевірити наскільки передбачувані нами компоненти такої задоволеності дійсно їй відповідають.

Згідно з метою дослідження, вивченням взаємовпливу підсистем сім'ї та підприємницької діяльності, необхідно розробити цілісну модель подружнього бізнесу, що враховує якості та механізми обох підсистем, а саме моделі цілісної, симультанної динамічної системи подружнього бізнесу. Таку модель ми бачимо як ряд вичерпних комбінацій чинників задоволеності шлюбом (підприємницькою діяльністю) і незадоволеності шлюбом (підприємницькою діяльністю), де поєднання "задоволеність підприємницькою діяльністю \ задоволеність подружніми стосунками" є ідеальною моделлю існування подружнього бізнесу, три інших – тими, що потребують корекції, дослідження та аналізу.

На рис. 2, представлені теоретично можливі комбінації поєднання чинників, приведені короткий опис отриманих поєднань.

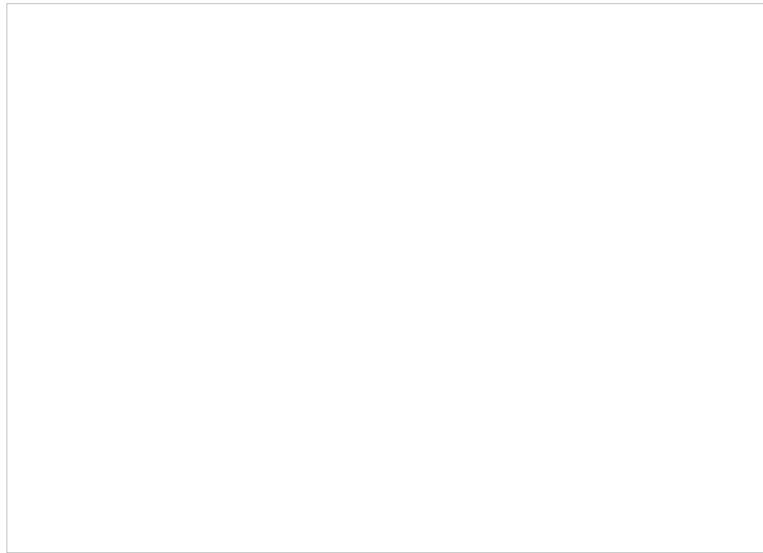


Рис. 2. Комбінації взаємовпливу чинників задоволеності шлюбом (ЗШ) та задоволеності працею (ЗП) на систему стосунків подружжя, що веде спільну підприємницьку діяльність

Кожен з чотирьох квадратів таблиці реалізує можливий тип стосунків у подружній системі, вказує на мотиваційні, ціннісні і проблемні її характеристики. Кожен з квадратів не просто зазначає згадані типи, але й забезпечує на координатній площині достатній простір для можливих варіацій у межах одного типу.

Квадрат (А) визначає тип сімей задоволених спільною підприємницькою діяльністю, але незадоволених характером подружніх стосунків.

Квадрат (Б) реалізує модель сім'ї, де підприємницька діяльність і подружні стосунки гармонійно об'єднані і задовольняють партнерів. Така модель виступає як ідеальна модель сім'ї, відносно неї, згодом, буде розроблена консультативна програма.

Квадрат (В) відображає ситуацію сімей з низьким рівнем задоволеності як подружніми, так і діловими стосунками.

Квадрат (Г) визначає сім'ї, в яких подружжя задоволене міжособистісними сімейними стосунками, але невдоволене тим, як реалізується їх спільна підприємницька діяльність.

Робота з останньою моделлю, передбачає наявність даних більш раннього етапу, а саме – даних про психологічний зміст понять "задоволеність працею" і "задоволеність шлюбом". Це дозволить виділити найбільш значущі детермінанти задоволеності в кожній з підсистем сімейного подружнього бізнесу, а також виробити необхідні діагностичні, консультативні і коректувальні інструменти роботи з проблематикою у межах цілісної моделі сімейного подружнього бізнесу.

Висновки. 1. Феномен сімейного подружнього бізнесу як заснований одночасно і на діяльності, і на міжособистісних стосунках подружжя – партнерів, якнайповніше може бути досліджений у парадигмі діяльнісного та суб'єктного підходів, з позицій та методологічних принципів системності й історизму. В рамках феномену можливе і доцільне виділення підсистем підприємницької діяльності і подружніх стосунків як тих, реалізуються спільно, але детермінованих різним чином. 2. Основними напрямками вивчення взаємовпливу подружніх і ділових стосунків в сімейному подружньому бізнесі, ми вважаємо три типи основних способів взаємодії суб'єкта зі світом – самосуб'єктного, суб'єктно-об'єктного та суб'єктно-суб'єктного. По трьох приведених напрямках можлива розробка системоутворюючих понять дослідження – задоволеність шлюбом і задоволеність працею. 3. Задоволеність працею і задоволеність шлюбом, як системостворюючі поняття дослідження, дозволяють закласти основу для дослідницької класифікації різних типів сімейного подружнього бізнесу, виділити чинники що впливають на існування кожного з них.

1. *Алешина Ю.* Социально-психологические методы исследования супружеских отношений. Спецпрактикум по социальной психологии / Ю. Алешина, Л. Гозман, Е. Дубовская. – М.: МГУ, 1987. – 126 с.
2. *Калін В. К.* Аналіз самоорганізації та само детермінації активності особистості з позицій системного підходу. / В.К. Калін // Наука і Освіта. – 1999. – №1-2. – С.45-48.
3. *Карабанова О.А.* Психология семейных отношений и основы семейного консультирования: учебн. пособ. / О.А. Карабанова. — М.: Гардарики, 2005. — 320 с.
4. *Лич Питер, Богод Тони.* Семейный бизнес: Опыт успешного ведения бизнеса, управляемого семьей / Лич Питер, Богод Тони. [Пер с англ.]. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 256 с.
5. *Технології роботи організаційних психологів: Навч. посібник для студ. вищих навчальн. закл. та слухачів ін-тів післядипломної освіти.* [За наук. ред. Л.М. Карамушки]. – К.: Фірма "ІНКОС", 2005. – 366 с.
6. *Grant Gordon & Nigel Nicholson* Family Wars: Classic conflicts in family business and how to deal with them. New York Public Press, 2005.

Подано до редакції 02.09.09

РЕЗЮМЕ

У статті запропоновано методологічне підґрунтя до вивчення актуального феномену сучасності – сімейного подружнього бізнесу. Наведені основні моделі аналізу проблематики, розроблено та запропоновано зміст системостворюючих факторів дослідження.

Ключові слова: сімейний подружній бізнес, задоволеність шлюбом, задоволеність працею.

***Е.В. Тихоний*
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ
СУПРУЖЕСКОГО БИЗНЕСА**

РЕЗЮМЕ

В статье представлены методологические основания для исследования проблематики семейного супружеского бизнеса, приведены основные исследовательские модели, обоснован методологический подход исследования, выделены основные проблемные аспекты психологии семейного супружеского бизнеса.

Ключевые слова: семейный супружеский бизнес, удовлетворенность трудом, удовлетворенность браком.

***Е.В. Тыхопору*
METHODOLOGICAL PRECONDITIONS FOR INVESTIGATING PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF MARITAL
FAMILY BUSINESS**

SUMMARY

The article presents some methodological basis for investigating marital family business; characterizes some main approaches and models; substantiates the methodological approach of investigation; points out some main problematic aspects of the psychology of marital family business.

Keywords: marital family business, marriage satisfaction, labor satisfaction.
