

І.В. Остапенко (Київ)

СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ОБРАЗУ Я УПРАВЛІНЦІВ ВИЩОЇ КЕРІВНОЇ ЛАНКИ

Багатоплановість існуючих підходів до визначення структури образу Я майбутнього професіонала та термінологічна невизначеність феномену професійної ідентичності суттєво ускладнюють процес створення цілісної концепції професійної ідентичності в психологічній науці. Саме ці аспекти зумовлюють актуальність нашого дослідження.

Теоретико-методологічний аналіз основних підходів до вивчення проблем професійної ідентичності дозволяє стверджувати, що концептуальним поглядам психологів властива широка поліваріативність. Найбільш вичерпне визначення ідентичності було запропоновано Е.Еріксоном, який розумів під ідентичністю певну структуру, що складається з набору елементів та переживається як почуття єдності та тотожності власної особистості, при сприйманні інших людей, які визнають ці властивості особистості. Ідеї, які були сформульовані в епігенетичній концепції Е.Еріксона, знайшли своє віддуння у працях вітчизняних психологів. У вітчизняній психології уявлення про ідентичність традиційно розвивались в межах дослідження самосвідомості та самовідношення. Крім того, ідентичність розглядалась як один із аспектів становлення образу Я особистості. Завдяки працям Б.Г. Ананьєва, Л.І. Божович, С.Л.Рубінштейна, В.В. Століна, П.Р. Чамати, І.І. Чеснокової створено певний категоріальний апарат, в межах якого встановлений взаємозв'язок між такими поняттями як самосвідомість, самовідношення, самооцінка. Досить ґрунтовно вивчені питання співвідношення свідомості і самосвідомості, структура самосвідомості, генезис самосвідомості та образу Я. Найбільш суттєвий внесок в розвиток теоретико-методологічного аналізу професійного розвитку внесли К.О. Абульханова-Славська, Б.С. Братусь, С.Д. Максименко, В.О. Моляко, В.А.Сластьонін, Г.П. Щедровицький, В.А.Ядов [1; 2; 4; 7].

Проблеми професійного самовизначення представлені і в працях О.Г. Асмолова, Н.В.Самоукиної, Є.А.Клімова [3]. Завдяки опрацюванню проблем ідентичності в цьому напрямку було здійснено переоцінку суб'єкта трудової діяльності, конкретизовано роль взаємовідносин у розвитку сюжетів професійного життя. Окрему ланку утворюють дослідження, що спираються на ідеї соціальної природи ідентичності. Так термін ідентичність використовують В.А.Ядов, Т.С.Баранова, В.С.Агеев, які акцентують увагу на його соціальній складовій. Зокрема В.А. Ядов вважає, що само ідентифікація людських індивідів є в

усіх її соціальних проявах, тобто визначається властивостями культури [7].

Положення, зазначені в теоретико-методологічному аналізі, стали вихідними для нашого дослідження професійної самосвідомості управлінців вищої керівної ланки. Об'єктом дослідження було визначено професійну самосвідомість топ-менеджерів. Предметом дослідження виступили структурні компоненти образу ідеального менеджера в уявленнях управлінців вищої керівної ланки. Мета дослідження полягала у виявленні структурних компонентів образу ідеального менеджера та визначенні факторної моделі професійної самосвідомості управлінців вищої керівної ланки.

Дослідження проводилось в два етапи. Головними дослідницькими завданнями на першому етапі були: 1) конкретизація концепту «успішний менеджер» в уявленнях управлінців; 2) розробка дослідницького інструментарію для другого етапу дослідження. Квотна вибірка становила 30 осіб (5 топ-менеджерів, які працюють як найняті працівники; 5 топ-менеджерів, які є власниками компаній; 5 менеджерів у сфері маркетингу та реклами; 5 менеджерів у сфері виробництва; 5 менеджерів у сфері фінансів та 5 менеджерів у сфері управління персоналом. Для реалізації дослідницьких завдань на першому етапі використовувалися методи глибинного інтерв'ю та репертуарних решіток. Нижче наведений скорочений варіант методики дослідження, яка використовувалась для виявлення атрибутів, якими описують концепт успішний менеджер управлінці вищої керівної ланки.

Фрагмент плану глибинного інтерв'ю

Вступ. «Ви ділова людина і напевно за родом своєї діяльності спілкуєтесь із широким колом людей. Чи є серед них топ-менеджери (керівники), які настільки успішні у своєму бізнесі, що можуть слугувати прикладом для Вас та інших управлінців? Що відрізняє цих людей? Що ще? Ще?

Виявлення елементів. «Назвіть, будь ласка, 5 топ-менеджерів, які, на Ваш погляд, можна назвати успішними і 3-5 топ-менеджерів, які з Ваш погляд є менш успішними. За можливості, називайте топ-менеджерів, які керують підприємствами (компаніями) з різних галузей. Імена топ-менеджерів компаній (допускається умовна назва) записуються на картки, які складають первинний набір елементів репертуарної решітки.

Виявлення конструктів методом мінімального контексту (техніка «Триад»). З набору елементів беруться по 3 картки (тріада). «Давайте спробуємо

порівняти цих 3-х людей. Знайдіть, будь ласка, те, чим двоє з них схожі один з одним і чим вони відрізняються від третього». Усі характеристики записуються на спеціальному бланку. Для кожної характеристики формулюється біполярна ознака. Процедура передбачає почергове порівняння всіх топ-менеджерів з набору елементів. Кожен елемент (топ-менеджер) порівнюється з іншими мінімум 1 раз.

Заключна частина. «Отже, давайте, підведемо підсумки. Ви назвали такі характеристики успішного топ-менеджера Давайте подумайте, чи всі характеристики Ви назвали. Можливо щось важливе залишилося за межами нашої розмови. Якими ще якостями, з Вашої точки зору, необхідно володіти, що б бути успішним топ-менеджером». За результатами інтерв'ю заповнювалась рангова репертуарна решітка, до якої включалися виявлені елементи та конструкти. Конструкти, які, на думку експертів, мали найвищі рангові місця включалися до загального переліку атрибутів, якими управлінці вищої керівної ланки описують концепт успішний менеджер.

Аналіз результатів експертних інтерв'ю на першому етапі дослідження дозволив визначити 42 атрибута (характеристики), які складають основу уявлень управлінців вищої керівної ланки про успішного менеджера. Ці характеристики були покладені в основу розробки методики анкетного опитування, яке проводилось на другому етапі дослідження. Головними завданнями другого етапу дослідження були: 1) визначення структури уявлень управлінців вищої керівної ланки про ідеального менеджера; 2) побудова факторної моделі професійної самосвідомості топ-менеджерів. Для реалізації цих завдань нами використовувався метод монополярного семантичного диференціалу. Квотна вибірка становила 150 осіб (50% топ-менеджерів; 50% менеджерів середньої ланки).

Для обробки результатів другого етапу дослідження з метою визначення профілю уявлень експертів про ідеального менеджера і побудови факторної моделі професійної самосвідомості управлінців вищої керівної ланки використовувались: факторний, регресійний та кореляційний аналіз. Факторний аналіз результатів експертного опитування методом монополярного семантичного диференціалу дозволив визначити 12 факторів, які складають структуру уявлень експертів про ідеального менеджера (розташовані за відсотком описаної дисперсії): 1) лідерство – (21%); 2) інноваційний потенціал – (19%); 3) іміджевий потенціал – (15%); 4) корпоративний потенціал – (9%); 5) управлінський потенціал – (8%); 6) результативність діяльності – (7%); 7) професійна компетентність – (7%); 8) емоційно-вольовий потенціал – (6%); 9) комунікативний потенціал – (5%); 10) HR-

потенціал (управління персоналом) – (5%); 11) соціальна відповідальність – (4%); 12) особиста участь у бізнес-процесах – (4%).

Результати факторного аналізу також дозволили розкрити змістовні складові, виявлених факторів, які мають наступний вигляд (факторні навантаження для кожної ознаки наведені в дужках):

Фактор 1 «Лідерство (харизматичність)»: 1) має яскраво виражені лідерські якості (цілеспрямований, амбіційний, честолюбний, незалежний, впевнений у собі, не боїться брати відповідальність на себе, динамічний, рішучий, енергійний) – (0,777); 2) володіє харизмою, вміє створювати надихаючу мотивацію для співробітників (надихати, викликати почуття загальної місії, загальної справи) і вести їхній за собою – (0,687).

Фактор 2 «Інноваційний потенціал»: 1) мотивований бажанням дати ринку нову цінність – (0,726); 2) здатний самостійно генерувати прогресивні ідеї і нововведення – (0,665); 3) вміє швидко адаптувати нові методи управління і технології виробництва (товарів, послуг) – (0,584); 4) орієнтований на освоєння компанією нових видів бізнесу (нових ринків збуту) – (0,437); 5) має бізнес-інтуїцію (схильний йти на виправданий ризик) – (0,415).

Фактор 3 «Іміджевий потенціал»: 1) діяльність керівника компанії дозволяє йому бути суспільно значимою фігурою, набути популярність у суспільстві – (0,718); 2) оцінюється колегами як професіонал і має репутацію надійного ділового партнера («людина слова») – (0,667); 3) відомий на ринку праці як людина під керівництвом якої хочуть працювати співробітники – (0,660).

Фактор 4 «Корпоративний потенціал»: 1) впроваджує єдині принципи корпоративної політики – (0,689); 2) прагне до публічності (прозорості) бізнесу – (0,604); 3) здатний відкрито, доступно і зрозуміло доносити інформацію про стратегію розвитку компанії для співробітників, партнерів, споживачів – (0,493); 4) бере участь у формуванні бізнесу-співтовариства (галузевого, регіонального, національного) – (0,482); 5) прагне дотримувати баланс інтересів усіх зацікавлених сторін компанії (власників/акціонерів, співробітників, клієнтів/споживачів) – (0,466).

Фактор 5 «Управлінський потенціал»: 1) грамотно розподіляє ресурси компанії (використовує сучасні методи фінансового і HR менеджменту) – (0,706); 2) має управлінську інтуїцію – (0,652); 3) орієнтований на системність у побудові бізнесу – (0,572); 4) має стратегічне мислення, баченням майбутнього бізнесу – (0,467); 5) вимогливий, вміє грамотно організувати систему контролю – (0,461).

Фактор 6 «Результативність діяльності»: 1) має значимі досягнення (ріст компанії, фінансова успішність, стабільність позицій на ринку) як керівник

– (0,664); 2) вміє ставити і реалізовувати бізнесу-цілі, спираючись на ринковий ресурс – (0,642); 3) має успішну і тривалу особисту бізнес-історію – (0,432); 4) вміє ставити конкретні цілі («знає чого хоче») і здатний їхній успішно реалізовувати – (0,424).

Фактор 7 «Професійна компетентність»: 1) прагне до професійного самовдосконалення, займається підвищенням власного освітнього рівня – (0,763); 2) має знання технології бізнесу – (0,592); 3) має прогресивне мислення, знає світові тренди (тенденції) – (0,523); 4) уважний до якості взаємин компанії з контрагентами, визначенню їхньої адекватності поточному стану ринку – (0,415); 5) сповідує клієнт-орієнтований підхід – (0,408).

Фактор 8 «Емоційно-вольовий потенціал»: 1) володіє розвинутими вольовими якостями – (0,726); 2) стійкий до стресу («вміє тримати удар») – (0,581).

Фактор 9 «Комунікативний потенціал»: 1) гнучкий і приємний у спілкуванні, доступний, відкритий до діалогу, вміє слухати, готовий учитися в інших – (0,596); 2) вміє ефективно вести переговори (домовлятися) з партнерами, контрагентами – (0,533).

Фактор 10 «HR-потенціал (управління персоналом)»: 1) вміє зібрати сильну й ефективну команду – (0,689); 2) орієнтований на підготовку нового покоління співробітників усередині компанії, забезпечення «наступності поколінь» у менеджменті – (0,604); 3) здатний мобілізувати колектив на досягнення поставлених задач – (0,493); 4) вміє розподіляти задачі, повноваження і відповідальність адекватно ситуації і ресурсам компанії – (0,482); 5) характеризується позитивним ставленням до співробітників (розуміє, цінує, надихає) – (0,461); 6) виявляє турботу розвитку і навчанні персоналу (створює умови для кар'єрного росту співробітників) – (0,414).

Фактор 11 «Соціальна відповідальність»: 1) виявляє турботу про забезпечення соціального захисту працівників компанії – (0,642); 2) піклується про облагороджування інфраструктури навколо компанії (підприємства) – (0,432).

Фактор 12 «Особиста участь у бізнес-процесах»: 1) повністю занурений у бізнес – (0,523); 2) вміє одержувати задоволення від зробленого і розділяти це почуття з компанією (співробітниками) – (0,475).

Спираючись на результати проведеного теоретико-

методологічного аналізу та відповідно до логіки емпіричного дослідження, можемо зробити наступні висновки.

1. Сутність та динаміка професійної ідентичності реконструюється у просторі самовизначення, самоорганізації та персоналізації. Психологічна природа ідентичності може бути експлікована у наступних сферах „професія”, „образ Я-професіонал”, професійне співтовариство. Взаємодія в цих сферах породжує цілісну та стійку структуру – професійну ідентичність.

2. Структура ідентичності має багаторівневу організацію, яка відповідає генетично різним формам організації. Становлення професійної ідентичності визначається мірою відповідальності, яку професіонал готовий взяти на себе, співвідношенням процесуальної та цільової активності, рівнем особистісного та „технологічного” розвитку (професійної компетентності), мотиваційною готовністю до самореалізації у професійній сфері, прагненням належати до професійної спільноти, постійного професійного самовдосконалення та особистісного росту.

3. Відображенням багаторівневої організації професійної самосвідомості управлінців може слугувати 12-факторна модель: 1) лідерство; 2) інноваційний потенціал; 3) іміджевий потенціал; 4) корпоративний потенціал; 5) управлінський потенціал; 6) результативність діяльності; 7) професійна компетентність; 8) емоційно-вольовий потенціал; 9) комунікативний потенціал; 10) HR-потенціал (управління персоналом); 11) соціальна відповідальність; 12) особиста участь у бізнес-процесах.

Подальші перспективи власних досліджень ми пов'язуємо з більш детальним вивченням самосвідомості управлінців у контексті проблеми формування професійної ідентичності. Також ми вважаємо за доцільне продовжити роботу по вдосконаленню та стандартизації розробленої нами методики дослідження професійної самосвідомості топ-менеджерів. Це дозволить рекомендувати методику для використання як інструменту психодіагностики в сфері корпоративного консультування та управління персоналом.

самоопределения. – Ростов-на-Дону: Изд-во „Феникс”, 1996. – 512 с.

4. Моляко В.А. Творческая конструкторология (пролегомены) – К.: Изд-во «Освіта України», 2007. – 387 с.

5. Психологические проблемы самореализации личности. / Вып. под. ред. Г. С. Никифорова, Л. А.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.

2. Життєві кризи особистості: Наук.-методичний посібник: У 2 ч. / Ред. рада: В. М. Доній та ін. – К.: ІЗМН, 1998. – Ч. 1: Психологія життєвих криз особистості. – 360 с.

3. Климов Е.А. Психология профессионального

Коростылевой. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2001. – 252 с.

Б. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность. – М.: МОСУ, 2001. – 256 с.

7. Ядов В.А. Самореализация и прогнозирование социального поведения личности. – Л.: Наука, 1979. – 264 с.

Подано до редакції 09.06.08

РЕЗЮМЕ

Стаття присвячена проблемі професійної ідентичності та самосвідомості. Автором аналізуються основні підходи до визначення специфіки професійної ідентичності та самосвідомості. Запропонована факторна модель образу-Я управлінців вищої керівної ланки.

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена проблеме профессиональной идентичности. Автором проанализированы основные подходы к изучению специфики профессиональной идентичности. Предложена факторная модель образа-Я управленцев высшего руководящего звена.

SUMMARY

The article is dedicated to the problem of professional identity in psychology. The author analyzes some basic approaches to studying specificity of professional identity. There is presented a factor model of top-managers' I-image.

Ключові слова: професійна ідентичність, факторна модель образу-Я.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, факторная модель образа-Я.

Keywords: professional identity, the factor model of I-image.
