

Литература:

1. Канеман Д. Контуры ограниченной рациональности: возможность интуитивных суждений и выбора. // Эковест. 2004. Т. 4. № 4. С. 540–592.
2. Damasio A.R. Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain. New York: G.P. Putnam's Sons, 1994. 312 с.
3. Epstein S. Cognitive-experiential self-theory of personality / Millon T., Lerner M. J. (Eds) // Comprehensive Handbook of Psychology. Vol. 5: Personality and Social Psychology. Hoboken, NJ: Wiley & Sons, 2003. P. 159–184.
4. Johns, G. The essential impact of context on organizational behavior. // Academy of management review. 2006. Vol. 31. № 2. P. 386–408.
5. Morgeson, F. P., Dierdorff E. C., Hmurovic, J. L. Work design in situ: Understanding the role of occupational and organizational context. // Journal of Organizational Behavior. 2010. № 31. P. 351–360.
6. Neale M., Huber V., Northcraft G. Framing of negotiations: contextual versus task frames. // Organizational behavior and human decision processes. 1987. Vol. 39. 228-241.
7. Stanovich K.E., West R.F. Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate? // Behavioral and Brain Sciences. 2000. Vol. 23. 645–726.
8. Tversky, A., Kahneman, D. The framing of decisions and the psychology of choice. // Science. 1981. № 211. 453-463.

УДК 159.99

**ОСОБЕННОСТИ МЫШЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В
СФЕРЕ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА**

Мухарлямова Александра Юрьевна, Фукин Анатолий Иванович

Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального

университета, Россия, Елабуга.

Аннотация:

В статье приведены данные исследования мышления и креативности у предпринимателей торгового бизнеса; проанализированы полученные результаты.

Ключевые слова: предпринимательство; мышление; креативность.

Развитие предпринимательства играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства. Оно является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Предпринимательство обеспечивает развитие новых отраслей производства и реформирование устаревших[3].

Проблемы развития предпринимательства и человеческого фактора в рыночной экономике являются одной из наиболее активно обсуждаемых в современной научной литературе [1]. Важнейшим признаком предпринимательства является самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. В основе их поведения лежат внутренние побуждения. Каждый человек, становясь предпринимателем, самостоятельно решает все вопросы деятельности своего предприятия исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры [4].

Каждый предприниматель, обладает собственными личностными особенностями (темперамент, характер, самооценка, волевая регуляция особенности мыслительных процессов), что, несомненно, напрямую связано с успешностью его деятельности.

Мышление в предпринимательстве конкретно воплощается в форме делового проектирования - начальной точке любой планируемой предпринимателем деловой операции или активности.

В г. Елабуга было проведено исследование интеллектуальной сферы предпринимателей торгового бизнеса. Выборку исследования составили предприниматели среднего бизнеса в сфере торговли. Всего в исследовании

приняли участие 37 человек: 15 мужчин и 22 женщины. Возрастной диапазон выборки составил от 27 до 59 лет. Для изучения преобладающего типа мышления и уровня креативности предпринимателей мы использовали методику «Определение типов мышления и уровня креативности» (Дж. Брунер) [2].

Дж. Брунер выделяет четыре базовых типа мышления, каждый из которых обладает специфическими характеристиками: предметное мышление (этим типом мышления обладают люди с практическим складом ума); образное мышление (свойственен для людей с художественным складом ума); знаковое мышление (характерен для людей с гуманитарным складом ума); символическое мышление (свойственен для лиц с математическим складом ума).

Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели доминирующих типов мышления предпринимателей в сфере торгового бизнеса

Доминирующий тип мышления	Количество испытуемых	Процентное соотношение
Предметное мышление	6	16,2%
Символическое мышление	9	24,32%
Знаковое мышление	18	48,7%
Образное мышление	4	10,8%

Из таблицы видно, что большинство предпринимателей (48,7%) обладают знаковым мышлением. Такие люди легко понимают собеседника, анализируют информацию, сопоставляя различные высказывания. Результатом анализа является мысль в форме понятия или высказывания. Люди со знаковым мышлением хорошо осознают свои эмоции, легко их называют и описывают, а также контролируют. Предприниматели постоянно находятся в ситуации взаимодействия с другими людьми, от которого напрямую зависит успешность их деятельности. Умение находить контакты с людьми является важным

требованием успешности в предпринимательской деятельности и одной из характеристик знакового мышления.

24,32% испытуемых обладают символическим мышлением. При данном типе мышления преобразование информации происходит с помощью «алгебраических» правил вывода. Такие люди обладают высоко развитыми аналитическими способностями; характеризуются математическим складом ума, способностью к оценке, расчету и анализу; умеют делать логические выводы.

Наименьшие показатели наблюдаются по шкалам «предметное мышление» и «образное мышление». Предметное мышление предполагает преобразование информации с помощью предметных действий, последовательное выполнение операций для достижения результата деятельности. Образное мышление позволяет качественно воссоздавать все многообразие различных фактических характеристик объекта. Данный тип мышления основан на оперировании образами объектов, без выполнения реальных практических действий с ними.

При диагностики уровня креативности были получены результаты, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Показатели креативности предпринимателей торгового бизнеса

	Показатели креативности		
	низкий уровень	средний уровень	высокий уровень
Количество человек	0	19	18
Процентное соотношение	0	51,4%	48,6%

Показатели креативности распределились в равном соотношении между средним и высоким уровнем. Интересно, что низкого уровня креативности ни у одного испытуемого из исследуемой выборки выявлено не было. Можно сказать, что предприниматели в сфере торговли обладают хорошо развитым

творческим мышлением, они готовы к созданию новых идей, решению проблем с помощью нестандартных способов. Согласно американскому психологу А.Маслоу креативность врожденно свойственная всем, но большинством теряется под воздействием сложившейся системы воспитания, образования и социальной практики. Мы предполагаем, что предпринимательская деятельность требует нестандартного мышления и способствует развитию креативности и творческого мышления.

Литература:

1. Антонов, И. М. Личность предпринимателя (социально-философский аспект исследования) : автореф. дис. на соиск. учен.степ. канд. филос. наук. Чебоксары, 2003.
2. Резапкина Г.В. Отбор в профильные классы. - М.: Генезис, 2005.
3. Фукин А.И., Хуснутдинов Р.Р. Психологические факторы успешности предпринимательской деятельности с позиций системно-профессиографического анализа //Тенденции развития социально-психологической науки / Тезисы юбилейной научной конференции - М. изд-во ИП РАН, 2007. - Ч. 2. - С. 169-170.
4. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие.- Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. - 92 с.

УДК 159.9

ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ О БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ У СТУДЕНТОВ

Набиуллина Ольга Григорьевна

Муниципальное бюджетное учреждение молодежной политики

«Доверие», Россия, Казань

olga-nab76@yandex.ru