ՍՈՖՅԱ ՕՀԱՆՅԱՆ
ՀՊՏՀ փիլիսոփայության և հայոց պատմության ամբիոնի դոցենտ, փիլիսոփայական գիտությունների թեկնածու

ԳՈՐԾԱՐԱՐԻ ԱՆՁՆԱՅԻՆ ԴԻՄԱՆԿԱՐԸ. ՓԻԼԻՍՈՓԱՅԱՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Սոցիալական կյանքի առևտրայնացումը դարձել է հետխորհրդային ժամանակակից հասարակության արդիականացման հիմնական գծերից մեկը: Այս համատեքստում ՀՀ-ում ձևավորվող գործարարությունը ոչ միայն սոցիալ-տնտեսական երևույթ է, այլև անձնային տեսակ, որը, լինելով ինքնատիպ «փիլիսոփայության» կրող, օժտված է հոգեբանական որոշակի հատկանիշներով: Այդ հատկանիշների ուսումնասիրությունը հատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում ժամանակակից սոցիալ-հոգեբանական և տնտեսական գիտությունների համար, քանի որ դրանց հետ է կապված գործարարության հատուկ էթիկան՝ պատկերացումների ու նորմերի համակարգը, որը տնտեսական գործունեությանը պարտադրում է որոշ սահմանափակումներ, որոնք ուղղակիորեն չեն առնչվում տնտեսական նպատակահարմարությանը, արդյունավետությանը կամ շահույթին:

Հիմնաբառեր. *գործարար, հոգեբանական դիմանկար, անձնային որակներ, ղեկավար, շարժառիթ*
JEL: Y8, Y80, Y9

Ժամանակակից հասարակությունում շուկայական տնտեսական համակարգի առաջընթացն ու շարժունությունն ապահովող կենտրոնական կերպարներից է գործարարը: Հայաստանում, ինչպես նաև հետխորհրդային մյուս երկրներում ձևավորվել է սկզբունքորեն նոր սոցիալական կառուցվածք, որտեղ երևան են եկել խորհրդային հասարակությանն անծանոթ տնտեսավարող սուբյեկտներ, որոնք շուկայական տնտեսության օրենքների տիպական մարմնավորումն են:

Ինչպես յուրաքանչյուր անհատ, այնպես էլ գործարարը ձգտում է նպաստավոր տպավորություն թողնել և շրջապատողների կողմից սեփական գործողությունների հավանությանն արժանանալ: Մեծ բիզնեսի, կյանքի բոլոր կողմերի քաղաքականացման ժամանակը ծնել է նաև նոր պահանջ՝ *«ապրել բոլորի աչքի առաջ»:* Սոցիալական աստիճանակարգության մեջ սեփական հարգը բարձրացնելու համար անհրաժեշտ է աշխատել սեփական կերպարի վրա, որի ձևավորման առաջին փուլը կապված է ինքնագնահատականի բարձրացման հետ, իսկ երկրորդ փուլը վարվելակարգի դաստիարակությունն է, բարեկիրթ, վայելուչ լինելու, լսարանի վստահությանն արժանանալու կարողությունը[1]: Դրա հետ կապված՝ վերջին ժամանակներս մեր կյանք է ներխուժել «իմիջ» (անգլ. թարգմ.՝ կերպար, վարկանիշ, հեղինակություն) բառը. «Իմիջն անձի կամ կազմակերպության ընդհանրացված դիմանկարն է, որը ստեղծվում է հանրության խմբերի պատկերացման մեջ անձի կամ կազմակերպության հայտարարությունների ու գործերի հիման վրա և հասարակական կամ անհատական գիտակցության մեջ ձևավորում է անձի կամ կազմակերպության նկատմամբ հուզական վերաբերմունք»[2]: Իմիջն ինքնաներկայացում է, մյուսների համար սեփական կերպարի կերտումը: Գործարարի առնչությամբ դա նրա բարոյաանձնային, մտավոր, մասնագիտական որակների գնահատականն է շրջապատող մարդկանց կողմից:

Գործարարի հոգեբանական դիմանկարի ստեղծման առաջին փորձերից մեկը ձեռնարկել է գերմանացի տնտեսագետ, սոցիոլոգ Վերներ Զոմբարտը[3], ով համարում էր, որ գործարարը պետք է օժտված լինի նվաճողի, կազմակերպչի և առևտրականի որակներով.

Աղյուսակ 1

Գործարարի հոգեբանական դիմանկարն ըստ Վ. Զոմբարտի

ՆՎԱՃՈՂԻ ՈՐԱԿՆԵՐ	ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՉԻ ՈՐԱԿՆԵՐ	ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆԻ ՈՐԱԿՆԵՐ
Հոգևոր ազատություն, կամք ու էներգիա, համառություն, կայունություն	Մարդկանց ճիշտ գնահատելու, նրանց գործողություններն ուղղորդելով՝ աշխատել ստիպելու ընդունակություն	Առանց պարտադրանքի մարդկանց հավաքագրելու, իրենց արտադրանքի հանդեպ նրանց մեջ հետաքրքրություն առաջացնելու, վստահություն ներշնչելու ընդունակություն

Լրացնելով այս բնութագիրը՝ շվեդ տնտեսագետ, ժամանակակից մրցակցային ռազմավարության հետազոտող Բենգտ Կառլոֆը համարում է, որ ժամանակակից գործարարի հիմնական առանձնահատկություններն են.

- նախընտրում է ինքնուրույն կայացնել որոշումներ,
- նորի հանդեպ ընկալունակ է, միտված է արդյունքների ստացմանը,
- բաց է կառուցողական քննադատության ու գովասանքի համար,
- սիրում է արագ զարգացում և նորամուծություններ,
- գործարարության միջավայրում, բիզնեսն ընդլայնելիս իրեն զգում է «ասես ձուկը ջրում»,

---

[1] Տե՛ս **Ս. Օհանյան, Ա. Մալքջյան,** Գործարարի անձնային որակները // URL: http://media.asue.am/upload/Ohanyan.pdf

[2] **Семинов А.,** Имидж делового человека. М., 2014, с. 66.

[3] Այդ մասին ավելի մանրամասն տե՛ս **Зомбарт В.,** Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М., 2004:

- ծայրահեղ խստապահանջ է իր և իր գործընկերների ընդունակությունների հանդեպ[4]:

Արևմտյան հետազոտողների տվյալների համաձայն՝ խոշոր գործարարները սովորաբար նախընտրում են մեծամասշտաբ որոշումներ, հակված են գործելու մտածված ու արագ՝ կողմնորոշվելով ընկերության վերակազմակերպմանը, բիզնեսի ուղղվածության փոփոխությանը և այլն: Այդպիսի գործարարը ոչ այնքան որոշակի մասնագիտություն ընտրած անհատ է, որքան անձնային տիպ, որի բնութագրերն են անկախության ու իշխանության ձգտումը, նոր հնարավորությունների որոնումը, նախաձեռնողականությունը, նպատակաուղղվածությունը, մարդկանց կազմակերպելու և ռեսուրսները բաշխելու ընդունակությունը, վտանգի թույլ զգացումը, վարչարարական գործողությունների հանդեպ անհանդուրժողականությունը, իր վրա պատասխանատվություն վերցնելու վախի բացակայությունը:

Մանր ու խոշոր բիզնեսի արևմտյան ներկայացուցիչների հոգեբանական դիմանկարների համեմատությունը ցույց է տալիս, որ վերջիններս օժտված են ավելի բարձր ինտելեկտով, ավելի համառ են, քիչ են հակված հետևելու խմբային հասարակական նորմերին, օժտված են ավելի հարուստ երևակայությամբ, մտածողության ճկունությամբ ու ինքնուրույնությամբ: Խոշոր բիզնեսի ներկայացուցիչների մեջ առանձնանում է «ներամփոփ, ստեղծագործող ղեկավարի» անձնային տեսակը: Այս մարդիկ հուզականորեն կայուն են, ձգտում են իշխել շրջապատողների վրա, չեն ընդունում հեղինակություններ, ակտիվ են ու համարձակ, օժտված են զարգացած վերացական մտածողությամբ, կազմակերպչական ընդունակություններով: Ղեկավարի կազմակերպական ներուժը, որպես անձնային որակ, դրսևորվում է ինքն իր ու մյուս մարդկանց հետ նրա հարաբերությունների համակարգում[5]:

Գոյություն ունի ենթակաների հետ ղեկավարի համագործակցության երկու մեթոդ: Այսպես կոչված *«բացասական ամրապնդման»* էությունը ենթակաների գործունեության բացասական կողմերի որոնումն է: Այս մեթոդը վաղուց են օգտագործում իշխանությամբ օժտված մարդիկ: Դա իսկապես փոխում է մարդկանց վարքը, բայց հանգեցնում է աշխատանքից խուսափելուն և երկու կողմի ոգեշնչման նվազմանը: Բոլոր նրանք, ում երբևէ ղեկավարել են, ընդունում են, որ ենթակաների աշխատանքն ամենավատը վարձատրում է այն ղեկավարը, ով ընդհանրապես չունի նրանց հետ հետադարձ կապ: Աշխատողը զգում է իր աշխատանքի վերաբերյալ արձագանքի պակաս և ժամանակի ընթացքում կորցնում է հետաքրքրությունը դրա հանդեպ: Հակառակ մոտեցման դեպքում, որը հոգեբաններն անվանում են *«դրական ամրապնդում»,* որոնվում են մարդու աշխատանքի օգտակար կողմերը, և խրախուսվում է հենց այդպիսի վարքը: Այս դեպքում ղեկավարը հատուկ ջանքեր է գործադրում աշխատանքի մեջ մարդու ներդրման դրական կողմերի բացահայտման ու վարձատրման համար[6]:

---

[4] Այդ մասին ավելի մանրամասն տե՛ս **Карлоф Б.,** Деловая стратегия: Концепция. Содержание. Символы. М., 1991:

[5] Այդ մասին տե՛ս նաև **Ա. Սարգսյան, Ս. Սարգսյան, Ս. Հայրապետյան, Յու. Հովակնյան, Մ. Նիկողոսյան, Ս. Օհանյան, Ա. Մալքջյան,** Բիզնեսի բարոյականության և սոցիալական պատասխանատվության հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում, Եր., 2015 («Ամբերդ» մատենաշար), էջ 79–81:

[6] Տե՛ս **Ջ. Գրիգորյան,** Ղեկավարների աշխատանքի արդյունավետության հոգեբանական գործոնները // «Հանրային կառավարում», 2014, N 5, էջ 215:

Գործարարն առաջին հերթին պետք է առաջնորդ (լիդեր) լինի, քանի որ պետք է իր շուրջը համախմբի մարդկանց և ոգեշնչի նրանց բարձր նպատակի հասնելու համար. «Առաջնորդին կարելի է բնորոշել որպես տվյալ սոցիալական հանրույթում առավել հեղինակավոր անձ, որը կենտրոնական դեր է խաղում համատեղ գործունեության կազմակերպման և խմբում փոխհարաբերությունների կարգավորման մեջ»[7]: Նա հաջողության կիասնի բիզնեսում, միայն եթե կկարողանա համոզել իր աշխատակիցներին՝ հասնելու առաջադրանքների կատարման այնպիսի մակարդակի, որը նախկինում նրանց անհասանելի էր թվում: Առաջնորդի այդ ընդունակությունը սերտորեն կապված է այնպիսի որակների հետ, ինչպիսին են լավատեսական պլաններ ստեղծելու, հաջողության հույսերն ամրապնդելու, նորարարությունների էությունը բացատրելու, ճգնաժամային իրավիճակներում կոլեկտիվին համախմբելու ունակությունները: Իտալացի փիլիսոփա, հոգեբան Անտոնիո Մենեգետիի կարծիքով՝ առաջնորդն այն մարդն է, ով, բավարարելով սեփական եսասիրությունը, բավարարում է հասարակական շահը: Զարգացնելով սեփական գործունեությունը՝ նա բաշխում է նյութական բարիքներն ու աշխատանքով է ապահովում հարյուրավոր մարդկանց: Ընդ որում, առաջնորդը զուգահեռաբար խթանում է հասարակական առաջընթացը և աշխուժություն է մտցնում տնտեսության մեջ[8]: Հասարակության շահերը բավարարելու համար գործարարին անհրաժեշտ է.

- ուսումնասիրել մարդկանց որոշակի խմբի շահերը,
- առաջարկել գոյություն ունեցող շահերի բավարարման կամ առկա խնդիրների լուծման ինչ-որ միջոցներ,
- գործարար ակտիվության շնորհիվ ստանալ սեփական օգուտը՝ լուծելով սոցիալական խնդիրը:

Աղյուսակ 2

Առաջնորդի որակներն ըստ Ա. Մենեգետիի

ՄՏԱՎՈՐ ԸՆԴՈՒՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	ԽԱՌՆՎԱԾՔԻ ԳԾԵՐ	ՁԵՌՔԲԵՐՈՎԻ ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ
- զարգացած տրամաբանական մտածողություն - խորաթափանցություն - մտածողության ինքնատիպություն - հետաքրքրասիրություն - նոր գիտելիքներ և հմտություններ յուրացնելու ընդունակություն - ներընկալում (ինտուիցիա) - կրթվածություն	- նախաձեռնողականություն - ճկունություն - ստեղծագործելու հակում - համարձակություն - ինքնավստահություն - հավասարակշռվածություն - ինքնուրույնություն - հավակնոտություն - ինքնագնահատականի համարժեքություն - պարտաճանաչություն - ակտիվություն - հուսալիություն - տիրականություն - աշխատունակություն - անկախություն	- աջակցություն ստանալու կարողություն - համագործակցելու կարողություն - հռչակ ու վարկանիշ նվաճելու կարողություն - մտքերն արտահայտելու կարողություն - նրբանկատություն և դիվանագիտություն - ռիսկ և պատասխանատվություն ստանձնելու կարողություն - այլ մարդկանց կազմակերպելու կարողություն - համոզելու կարողություն - հումորը հասկանալու կարողություն - մարդկանց ճանաչելու կարողություն

[7] **Щербатых Ю.,** Психология предпринимательства и бизнеса. СПб., 2008, с. 126.
[8] Տե՛ս **Менегетти А.,** Психология лидера. М., 2001, էջ 15:

Ըստ Մենեգետիի պատկերացումների՝ առաջնորդն օժտված է 3 խումբ որակներով, որոնց մեջ պայմանականորեն կարելի է առանձնացնել մտավոր ընդունակությունները, խառնվածքի գծերը և ձեռքբերովի կարողությունները.

Անձնային որակների այս ոչ լրիվ ցանկը ստիպում է դրանց մեջ փնտրել առավել կարևորները, առանց որոնց գործարար գործունեության հաջողությունն էապես կդժվարանա: Գործարարների գործունեության վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ բազմազան անձնային որակների մեջ կարելի է առանձնացնել հետևյալ առավել կարևորները[9].

- *Ինքնուրույնություն,* որն ընդհանուր իմաստով կարելի է սահմանել որպես մարդու ձգտում՝ անձամբ որոշելու իր կյանքի ուղին, ընտրելու գործնական նպատակները և դրանց հասնելու միջոցները: Անձի այդպիսի գծի առկայությունը հաջողության կարևորագույն պայմաններից մեկն է: Գործարար են դառնում առաջին հերթին այն մարդիկ, որոնց չի գոհացնում վարձու աշխատողի իրենց դերը, ում պակասում է ինքնուրույնությունն իրենց աշխատանքում: Ա. Մասլոուի հայեցակարգը հիշելու դեպքում կարելի է ասել, որ գործարարներն ինքնիրացման հատուկ արտահայտված պահանջմունքով մարդիկ են:
- *Հավակնոտություն,* որն ի սկզբանե օգնում է գործարարին՝ հաղթահարելու ցանկացած արգելք հաջողության ճանապարհին: Հետաքրքիր է նշել, որ մարդկանց վերաբերմունքը տվյալ անձնային որակի հանդեպ մեծապես տարբերվում է տարբեր մշակույթներում: ԱՄՆ-ում դա գնահատվում է որպես առավելություն, իսկ Ռուսաստանում՝ ավելի հաճախ որպես թերություն, ծայրահեղ դեպքում նման մարդկանց մասին հաճախ քննադատաբար են խոսում: Այնուամենայնիվ, հավակնոտությունը, այսինքն՝ բարձր ինքնագնահատականը և հաջողության նկատմամբ հավատը մարդուն հաղորդում է լրացուցիչ ուժեր և օգնում է հաղթահարել դժվարությունները:
- *Համառություն,* որը գործարարության համատեքստում նշանակում է հաջողության հասնելու համար հնարավոր ամեն ինչ անելու ցանկություն և հանուն հաջողության որոշակի զոհաբերություններ կատարելու պատրաստակամություն: Բիզնեսի համատեքստում համառությունը՝ համակցված նպատակամղվածությանը, դրսևորվում է նրանում, որ մարդն ապրում է իր բիզնեսով, մտածում դրա մասին:
- *Աշխատասիրություն,* որը, որպես անձնային որակ, լիովին բնութագրում է բիզնեսի աշխարհում հաջողակ շատ մարդկանց: Նրանք աշխատում են ոչ միայն այն պատճառով, որ ցանկանում են շատ փող վաստակել, այլ որովհետև նրանց դուր է գալիս աշխատանքի գործընթացը:
- *Դիմացկունություն:* Կյանքի դժվարությունների հանդեպ դիմացկունությունը և ճակատագրի հարվածներին դիմակայելու կարողությունը կազմված է երկու բաղադրիչից՝ անբարենպաստ հանգամանքների դեպքում չոգեզրկվելու ընդունակությունից և անհաջողություններից դրական փորձ քաղելու կարողությունից:

Ըստ վիճակագրության՝ տասը գործարարից միայն մեկն է կարողանում հաջողության հասնել բիզնեսում, մյուսները ձախողվում են[10]: Թերևս դրա

---

[9] Տե՛ս **Щербатых Ю.,** Психология успеха. М., 2005:

[10] Տե՛ս Организация предпринимательской деятельности. Под ред. Пелиха А. М., 2003 // URL: http://www.bibliotekar.ru/biznes-41/92.htm

պատճառներից են նաև գործարարի հետևյալ գլխավոր հատկությունները՝ կազմակերպվածություն, հաղորդակցման ունակություն, գործնականություն ու հաշվենկատություն, ներընմբռնում կամ իրավիճակի կանխատեսում, դիտողականություն, ինքնավերլուծություն, ճկունություն և բազմակողմանիություն, խելամիտ ռիսկ ու համարձակություն, ստեղծագործականություն, նպատակաուղղվածություն, առողջ արկածախնդրություն, դիտողունակ ու հետաքրքրասեր միտք, իր և մյուս մարդկանց համար պատասխանատվություն կրելու հատկություն, պրագմատիզմ, վերլուծական միտք, առողջ կասկածամտություն, արագ որոշումներ կայացնելու ընդունակություն, գերազանցության ձգտում, մրցակցության ոգի, նորարարություն[11]:

Այսպիսով՝ ժամանակակից գործարարի անհատական-հոգեբանական հիմնական բնութագրերը թույլ են տալիս առանձնացնել հետազոտական մի քանի բլոկներ՝ ինտելեկտուալ, հաղորդակցային և շարժառիթային-կամային[12]:

Ինտելեկտուալ բլոկը ներառում է այնպիսի բնութագրեր, ինչպիսիք են իրազեկությունը (կոմպետենտություն), լայնախոհությունը, զարգացած ներընմբռնումը, վառ երևակայությունը, ստեղծագործականությունը[13], հեռանկարային մտածողությունը, երկարաժամկետ կանխատեսումը և ճկունությունը[14]:

Հաղորդակցային բլոկի հիմքը կազմում են հաղորդակցման ընդունակությունը, սոցիոբելությունը, ուրիշների ջանքերն ուղղորդելու տաղանդը, անձնական հմայքը, կոլեկտիվ ստեղծելու և դրանում ներդաշնակ մթնոլորտ ապահովելու ունակությունը, մյուս մարդկանց հետ շփման պատրաստակամությունը:

Շարժառիթային-կամային բլոկի հոգեբանական բնութագրերից կարելի է առանձնացնել ռիսկի հակվածությունը, պայքարելու և հաղթանակելու ձգտումը, ինքնադրսևորման և հանրային ճանաչման պահանջմունքը, անհաջողությունից փախչելու շարժառիթի համեմատությամբ հաջողության հասնելու շարժառիթի գերակշռումը, իրեն և ուրիշներին շահադրդելու պատրաստակամությունը: Այս համատեքստում հատկանշական է, որ ավստրո-ամերիկյան տնտեսագետ, սոցիոլոգ Յ. Շումպետերն առանձնացնում էր գործարարական երեք շարժառիթ[15]. առաջինը տիրապետման, իշխանության, ազդեցության պահանջմունքն է, երկրորդը՝ հաղթանակի ծարավը, հաջողության ձգտումը մրցակցի և ինքն իր հետ պայքարում, երրորդը՝ գործերի ինքնուրույն վարման արդյունքում ստեղծագործական ուրախությունը:

Վերը ներկայացվածից բացի, արդյունավետ ղեկավարմանը վերաբերող ևս մի կարևոր հատկանիշ է այն, որ հաջողակ ղեկավարը միշտ պետք է կա-

---

[11] Տե՛ս Качества предпринимателя//URL:http://businesstrack.ru/biznesnovosti/45-predprinimatel.html; Личные качества предпринимателя//URL:http:/www.russianbizness.ru/explain_ busines/lichnye_ kachestva_predprinimatelya/

[12] Տե՛ս **Аймаганбетова О.,** Экономическая психология. Алматы, 2006, էջ 80:

[13] Հետաքրքրական է, որ Հարվարդում անցկացված՝ գործարարների ստեղծագործական ընդունակությունների վերաբերյալ հետազոտությունները ցույց են տվել, որ մարդկանց միայն 1%-ն է օժտված «բացառիկ ստեղծագործական ներուժով»՝ կապված գործարարության ոլորտում ականավոր նվաճումների հետ: 10%-ն օժտված է «բարձր ստեղծագործական ներուժով»: Ուսումնասիրվողների 60%-ն օժտված է «ստեղծագործական որոշակի ներուժով»՝ կապված գործարար ընդունակությունների ոչ մշտական և նույնիսկ պատահական դրսևորումների հետ: Մարդկանց 30%-ն ընդհանրապես հակված չէ զբաղվելու գործարարությամբ:

[14] Այդ մասին ավելի մանրամասն տե՛ս **Апресян Р.,** Ценностные контроверзы предпринимательства // “Общественные науки и современность”, 1993, N 2, էջ 19–29:

[15] Տե՛ս **Шумпетер Й.,** Теория экономического развития. М., 1982, էջ 169-170:

րողանա հավասարակշռություն ստեղծել երկու ծայրահեղությունների միջև: Առավել հաջողակ գործարարների անձնային առանձնահատկությունների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ նրանց մեծամասնությունն օժտված է չորս զույգ որակներով, որոնք առաջին հայացքից թվում են փոխբացառող[16].

- **Հավակնոտություն – համեստություն:** Հավակնոտությունը գործարարի կարևորագույն որակներից է, որը հաջողակ ղեկավարին հաղորդում է այն էներգիան, առանց որի անհնար է հաղթանակը ժամանակակից բիզնեսում: Միաժամանակ, առաջնորդի համեստությունը դրսևորվում է այն բանում, որ նա իրեն չի վերագրում կազմակերպության բոլոր նվաճումները, հակառակ դեպքում ենթականերին կթվա, թե պետը պարզապես օգտագործում է իրենց: Պետք է նշել, որ ոչինչ այնքան չի ոգեշնչում աշխատողներին, որքան իրենց նվաճումների գնահատումը ղեկավարության կողմից:
- **Ռազմավարական մտածողություն – ուշադրություն մանրուքների հանդեպ:** Արդյունավետ ռազմավարական գաղափարն այն է, ինչը տարբերում է հաջողակ ընկերությունը միջակից, ականավոր առաջնորդին՝ ուրիշի գաղափարները նմանակողից: Հայտնի շատ գործարարների գլխավոր ռազմավարական գաղափարն այն է, որ նրանք առաջնային են համարում ոչ թե իրենց ցանկությունները, այլ այն մարդկանց կարիքները, որոնք վճարում են իրենց ցանկությունների իրականացման համար: Այսպես՝ միմյանց հետ շփվելու մարդկանց ցանկությունը հանգեցրեց բջջային կապի ընկերությունների հարստացմանը, առողջության ձգտումը նպաստեց դեղագործական ընկերությունների կապիտալի աճին, իսկ զվարճալիքների ծարավը ծնունդ տվեց շոու-բիզնեսի արդյունաբերությանը: Միաժամանակ՝ ձգտելով լայնածավալ մտածել, ղեկավարը պետք է հասկանա, որ երբեմն ցավալի մանր զանցանքը կարող է կործանել ամենահռելի ձեռնարկությունը: Այդ պատճառով իմաստուն ղեկավարը մտածում է նաև մանրուքների մասին:
- **Խանդավառություն – ներքին հանդարտություն:** Խանդավառությունը հուզական վարակ է, որը ստիպում է կատարել աշխատանքային սխրանքներ: Մեծ նախագծերը չեն կատարվում միայն սառը հաշվարկի հիման վրա: Ապագայի հավատը, հաջողության հանդեպ վստահությունը, իր կազմակերպության համար հպարտությունը, համատեղ աշխատանքի ուրախությունն այն գործոններն են, որ նշանակալիորեն մեծացնում են կազմակերպության ռեսուրսները, ընդ որում, դրանք բխում են ղեկավարից: Սակայն միայն զգացմունքներն ու հույզերը հեռու չեն տանի: Երբ ներշնչանքի և հուզական պոռթկման ժամանակն ավարտվում է, վրա է հասնում տրամաբանության և սեփական ուղու ճշմարտացիության հանգիստ վստահության ժամանակը:
- **Ռիսկի դիմելու կարողություն – սխալներից օգուտ քաղելու ընդունակություն:** Գործարարության վարումն անհնար է առանց ռիսկի, այդ պատճառով ռիսկային արարքների հակվածությունը գործարարի առանձնահատկությունն է: Սակայն պետք է հիշել, որ ռիսկը լինում է արդարացված ու չարդարացված: Առաջին դեպքում մարդը պատրաստ է կատարել ինչ-որ գործողություններ անորոշության պայմաններում, եթե տեսնում է, որ հաջողության հավանականությունը բավական մեծ է: Իսկ եթե մարդը չի գնահատում անբարենպաստ իրադարձության հավանականությունը կամ գործը սկսում է հաջողության ծայրահեղ ցածր հնարավորությամբ, ռիսկն արդարացված չէ: Հետևաբար՝ գործարարը պետք է մի կողմից՝ կարողանա գնալ որոշակի ռիս-

[16] Տե՛ս **Щербатых Ю.,** Психология предпринимательства и бизнеса, նշվ. հրատ., էջ 129:

կի, բայց, մյուս կողմից՝ նա պետք է լինի բավական իմաստուն ու զգույշ, որպեսզի ապարդյուն ռիսկի չդիմի: Անհաջողությունից ոչ ոք ապահովագրված չէ, ուստի գործարարի համար չափազանց կարևոր է իր յուրաքանչյուր բացթողումը հանգիստ վերլուծելու և դրանից օգուտ քաղելու կարողությունը, որպեսզի չկրկնի իր սխալները:

Հետաքրքրական է, որ տվյալ որակներից ցանկացածն իր զարգացման ընթացքում վերածվում է թերության և միայն իր հակադրության հետ հավասարակշռության մեջ է ձեռք բերում ներդաշնակություն ու հանգեցնում հաջողության: Հետևաբար՝ որքան կարևոր է բիզնեսում հաջողությանը նպաստող անձնային հատկությունների ուսումնասիրությունը, նույնքան մեծ նշանակություն ունի հաջողությանը խոչընդոտող անձնային որակների վերլուծությունը:

Գործարարին հակացուցվող որակներն են հուզական անհավասարակշռությունը, ծուլությունը, պասիվությունը, ներշնչելիությունը, չափազանց կատարողականությունն ու ճշտապահությունը: Թվարկվածներից վերջին երկու հատկություններն, ընդհանուր առմամբ, դրական են, սակայն այն, ինչ լավ է վարձու աշխատողի պարագայում, բացասական է գործարարի համար, ով ինքը պետք է իրեն առաջադրանքներ տա, այլ ոչ թե սպասի, որ ինչ-որ մեկն իրեն ասի, թե ինչ է պետք անել: Ճշգրտությունը լավ է հաշվապահի համար, բայց արագ փոփոխվող շուկայական տնտեսության պայմաններում ճկունությունը կայունությունից կարևոր է: Գործարարի գործունեությունը դժվարացնող ևս մի անձնային որակ է չափազանց զգուշավորությունը: Դրա առկայությամբ բիզնեսմենը շատ երկար կտատանվի որոշումներ ընդունելիս և շատ դանդաղ կգործի, երբեմն էլ կհայտնվի պասիվության մեջ: Գործարարությունը միշտ ռիսկ է և գործողություններ՝ անորոշության պայմաններում[17]: Այդ հանգամանքներում ավելի լավ է գործել ու սխալվել՝ օգուտ քաղելով սխալներից, քան վախենալ ձախողումից և ոչինչ չձեռնարկել: Մինչ բիզնեսմենը տատանվում է և մտորում, ժամանակը գործում է նրա դեմ. մրցակիցներն արտադրում են ապրանքներ ու գրավում շուկաներ, հարկային ծառայությունն ավելացնում է հարկերն ու տույժերը, իսկ շինությունների տերերը՝ վարձակալության վճարը:

Ամերիկացի գիտնական, հոգեբան, կազմակերպությունների կառավարման խորհրդատու Ջոզեֆ Սթիվենսն առանձնացնում է մի շարք անձնային որակներ, որոնք խանգարում են մարդուն՝ ներդաշնակ ու հաջողակ ապրելու և գործելու: Նա դրանք անվանում է «դևեր» («վիշապներ») և ցույց տալիս, որ անձնային առանձնահատկությունները կարող են լինել մարդու համար և՛ օգտակար, և՛ վնասակար[18]: Այս հեղինակն այդ գծերի թվին է դասում, մասնավորապես՝ մեծամտությունը, որի հիմքում կարող է թաքնվել սեփական անօգնականության վախը, բացասական գնահատականի վախը կամ սեփական նշանակալիության մասին ուռճացված պատկերացումը: Մյուս բացասական գիծն անհամբերությունն է, որը դրսևորվում է ժամանակը կորցնելու վախի մեջ: Նման վախով համակված մարդիկ անընդհատ սթրեսային վիճակում են գտնվում, փորձում են շատ բան անել կարճ ժամանակահատվածում և ապրում են ապագայի մասին երազանքներով՝ չկարողանալով ապրել ներկայում: Այսպիսի մարդկանց վարքի արտաքին դրսևորումներից են նյարդայնությունը, կոպտությունը, դյուրաբորբոքությունը և շտապողականությունը որո-

[17] Տե՛ս **Завьялова Е., Посохова С.,** Психология предпринимательства. СПб., 2004, էջ 69-70:
[18] Տե՛ս **Стивенс Дж.,** Приручи своих драконов. СПб., 1996:

շումներ ընդունելիս: Վարքի ներքին դրսևորումները կլինեն անհանգստությունը, խուճապի և կամակորության հակումները: Մարդուն խժռող ևս մի «դև» է ագահությունը: Արտաքնապես դա դրսևորվում է եսասիրության, ժլատության, չարչիության հակումներում և ուրիշի հարստության հանդեպ նախանձի մեջ, իսկ ներքին մակարդակում՝ զրկվածության զգացման և ընչաքաղցության ձևով: Ջ. Սթիվենսը ենթադրում է, որ այդ գծերից լիովին ձերբազատվելն անհնար է, բայց դրանք կարելի է «ընտելացնել» և գործածել սեփական օգուտի համար և ի շահ մարդկանց:

Անգլիացի հոգեբաններ Մայքլ Վուդկոկը և Դեյվիդ Ֆրենսիսը բացահայտել են յոթ գլխավոր գործոններ, որոնք սահմանափակում կամ ոչնչացնում են գործարարի ստեղծագործական և նորարարական ընդունակությունները[19].

ա. *Ծուլություն:* Ստեղծագործությունը պահանջում է ժամանակ ու ջանքեր: Ժամանակը ստեղծագործական ջանքերին նվիրելու համար պետք է կարգապահություն, իսկ երբեմն էլ պահանջվում է հաղթահարել ձանձրույթը:

բ. *Կայացած սովորություններ:* Բոլոր մարդիկ ունեն շարժումների, աշխատանքի, շարժուձևի ու մտածողության կարծրատիպեր, բայց սովորությունները կարող են դառնալ ստեղծագործության թշնամիները:

գ. *Ավելորդ լարվածություն:* Ստեղծագործելիս մենք հաճախ ենք բախվում անվստահությանն ու շփոթմունքին: Լարված վիճակում գտնվող մարդիկ ջանում են հետևել իրենց լավ հայտնի կանոններին ու նորմերին, և դրա հետևանքով նրանց ուժերն ու էներգիան օգտագործվում են ոչ լիովին:

դ. *Թույլ նպատակամղվածություն:* Ասում են, որ ոչ մի նշանակալի նվաճում չէր կատարվի, եթե չլիներ փոփոխությունների գիտակցված ձգտումը:

ե. *Անբավարար հնարավորություններ:* Պատմական շատ բացահայտումների հեղինակներն այնպիսի մարդիկ են, որոնք չեն կարողացել իրենց կյանքը նորմալ ապրել հիվանդության, բանտարկված լինելու, հեղինակությունը ժամանակավորապես կորցնելու պատճառով: Մարդկանց մեծամասնության համար նորմալ ապրել նշանակում է իրենց կյանքը լցնել առօրյա գործերով, որոնք կլանում են ժամանակի և ուժերի մեծ մասը. նրանց կյանքում հազվադեպ են նորամուծությունների հնարավորությունները:

զ. *Ավելորդ լրջություն:* Ստեղծագործաբար ինքնիրացվելու համար հաճախ անհրաժեշտ է «խաղալ» գաղափարների հետ. երբեմն որոնելի լուծումը գտնվում է ամենաարտառոց ու անհավանական առաջարկությունների մեջ: Խաղային դիրքորոշման պակասը դժվարացնում է նաև շփումը շրջապատողների հետ:

է. *Կատ մեթոդաբանություն:* Խնդիրների լուծման համապատասխան կամ արդյունավետ մեթոդի պակասը թուլացնում է ստեղծագործական ջանքերը: Ստեղծագործական գործընթացը կարելի է ուսումնասիրել ու վերլուծել անհրաժեշտ հմտություններ ձեռք բերելու և համապատասխան մեթոդներ զարգացնելու համար[20]:

Բնականաբար, զուտ անձնային որակներից բացի, գործարարը պետք է օժտված լինի իր աշխատանքի ոլորտում հատուկ գիտելիքների, կարողությունների և հմտությունների համակազմով: Հասկանալի է, որ ֆինանսական

---

[19] Տե՛ս **Вудкок М., Френсис Д.**, Раскрепощенный менеджер. М., 1991:

[20] Այդ մասին տե՛ս նաև **Ս. Օհանյան,** Գործարարի անձնային-հոգեբանական առանձնահատկությունները // «Հանրային կառավարում», 2017, N 3–4, էջ 119:

գործարքների բարեհաջող կատարման համար գործարարին անհրաժեշտ են ֆինանսավարկային ոլորտի ու հաշվապահական հաշվառման նվազագույն գիտելիքներ: Եվ, այնուամենայնիվ, երբեմն դրանք որոշիչ չեն: Հաճախ է պատահում, որ գործարարը հատուկ գիտելիքներ ու կարողություններ է ձեռք բերում իր բիզնեսի զարգացման ընթացքում, իսկ սկզբնական փուլերում գործում է կամ բնազդաբար, կամ հրավիրյալ մասնագետների օգնությամբ: Այստեղ գլխավորը սովորելու և որակավորումը բարձրացնելու ցանկությունն է սեփական բիզնեսի կատարելագործման նպատակով, իսկ այդպիսի ցանկությունը վերաբերում է արդեն անձնային որակներին: Այսպիսով՝ ժամանակակից գործարարը, ամենից առաջ, իրազեկ, տաղանդավոր, ակտիվորեն գործող ու որոնող, արագ մտածող, շփվող, կամային, ռիսկի հակված և հաղթանակի միտված ստեղծագործ մարդ է:

Օգտագործված գրականություն

1. Սարգսյան Ա., Սարգսյան Ս., Հայրապետյան Ս., Հովակնյան Յու., Նիկողոսյան Մ., Օհանյան Ս., Մալքջյան Ա., Բիզնեսի բարոյականության և սոցիալական պատասխանատվության հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում, Եր., «Ամբերդ» մատենաշար, 2015:
2. Գրիգորյան Ջ., Ղեկավարների աշխատանքի արդյունավետության հոգեբանական գործոնները // «Հանրային կառավարում», N 5, 2014:
3. Օհանյան Ս., Գործարարի անձնային-հոգեբանական առանձնահատկությունները // «Հանրային կառավարում», N 3-4, 2017:
4. Օհանյան Ս., Մալքջյան Ա., Գործարարի անձնային որակները // URL: http://media.asue.am/upload/Ohanyan.pdf
5. Аймаганбетова О., Экономическая психология. Алматы, 2006.
6. Апресян Р., Ценностные контроверзы предпринимательства // “Общественные науки и современность”, N 2, 1993.
7. Вудкок М., Френсис Д., Раскрепощенный менеджер. М., 1991.
8. Завьялова Е., Посохова С., Психология предпринимательства. СПб., 2004.
9. Зомбарт В., Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М., 2004.
10. Карлоф Б., Деловая стратегия: Концепция. Содержание. Символы. М., 1991.
11. Качества предпринимателя // URL: http://businesstrack.ru /biznesnovosti/45-predprinimatel.html
12. Личные качества предпринимателя // URL: http:/www.russian bizness.ru/explain_busines/lichnye_kachestva_predprinimatelya/
13. Менегетти А., Психология лидера. М., 2001.
14. Организация предпринимательской деятельности. Под ред. Пелиха А. М., 2003 // URL: http://www.bibliotekar.ru/biznes-41/92.htm
15. Семинов А., Имидж делового человека. М., 2014.
16. Стивенс Дж., Приручи своих драконов. СПб., 1996.
17. Щербатых Ю., Психология предпринимательства и бизнеса. СПб., 2008.
18. Щербатых Ю., Психология успеха. М., 2005.
19. Шумпетер Й., Теория экономического развития. М., 1982.

СОФЬЯ ОГАНЯН
Доцент кафедры философии и истории армянского народа АГЭУ,
кандидат философских наук

Личностный портрет предпринимателя: философско-психологический анализ.– Коммерциализация социальной жизни стала одной из основных черт модернизации современного постсоветского общества. В этом контексте формирующееся в РА предпринимательство не только социально-экономический феномен, но и личностный тип, который, являясь носителем своеобразной “философии”, наделен конкретными психологическими качествами. Изучение этих качеств представляет особый интерес для современной социально-психологической и экономической науки, поскольку с ними связана особая этика предпринимательства – система представлений и норм, которая накладывает на экономическую деятельность некоторые ограничения, которые не сопряжены непосредственно с экономической целесообразностью, эффективностью или доходом.

Ключевые слова: *предприниматель, психологический портрет, личностные качества, руководитель, мотив.*
JEL: Y8, Y80, Y9

SOFYA OHANYAN
Associate Professor at the Chair of
Philosophy and Armenian History at ASUE,
PhD in Philosophical Sciences

The Personal Portrait of a Businessman: Philosophical-Psychological Analysis.– The commercialization of social life has become one of the main features of modernization of the contemporary post-soviet society. In this context entrepreneurship, emerged in Armenia, is not only a socio-economic entity, but also a personality type, which, being a bearer of a unique “philosophy”, is endowed with certain psychological characteristics. The study of those characteristics is of special interest to contemporary socio-psychological and economic science, as they concern the special ethics of entrepreneurship – the system of perceptions and norms, which imposes some restrictions on economic activity, which aren’t immediately related to economic reasonability, productivity or profit.

Key words: *businessman, psychological portrait, personal qualities, manager, motivation.*
JEL: Y8, Y80, Y9