

youth subcultures and this will provide effective diagnostics and aimed prophylactic events towards social deviations elimination. The given tasks provide theoretical and practical value of defining the essence of deviant behavior as one of main causes of including youth into subculture groups' structures. The author implements scientific and theoretical review of researches which deal with the issue of motives and mechanisms of deviant behavior in the conditions of non formal youth subcultures. The causes of formation of aggressive behavior of youth subcultures participants are analyzed. Youth deviant behavior in the conditions of youth subcultures is psychological determinant of youth deviant behavior and also methods and means of psychological diagnostics of deviant behavior of youth subcultures representatives, which becomes the main source of theoretical and methodological search of the author. The given analysis provides systematic understanding of motives of youth deviant behavior which is included into sphere of youth subcultures and provides revealing of influence of deviant behavior cause and result analysis and influence of youth environment on personality.

Key words: subculture, youth subcultures, motives of deviant behavior, deviant behavior.

Отримано: 6.08.2014 р.

УДК 159. 92

Паламарчук О.М.

ПСИХОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ ЕКОЛОГІЧНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Паламарчук О.М. Психологічна модель екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності. У статті розглядається актуальна, але недостатньо розроблена проблема екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності. Проаналізовано базові компоненти екологічно-орієнтованої моделі підприємницької діяльності. Охарактеризовано види екологічних стратегій підприємницькій діяльності. Описано взаємозв'язок між екологічно-орієнтованою підприємницькою діяльністю та екологізованим попитом споживачів.

Ключові слова: екологічна орієнтація, підприємницька діяльність, екологізований попит, життєве середовище, детермінанти поведінки.

Паламарчук О.Н. Психологическая модель экологически ориентированной предпринимательской деятельности. В статье рассматривается актуальная, но недостаточно разработана проблема экологически ориентированной предпринимательской деятельности. Проанализированы базовые компоненты экологически-ориентированной модели предпринимательской деятельности. Охарактеризованы виды экологических стратегий предпринимательской деятельности. Описана взаимосвязь между экологически ориентированной предпринимательской деятельностью и экологизованным спросом потребителей.

Ключевые слова: экологическая ориентация, предпринимательская деятельность, экологизованный спрос, жизненная среда, детерминанты поведения.

Постановка проблеми. В умовах змін тенденції розвитку суспільства, людство вже не має права ставитись до природного середовища як споживач і розглядати її як склад сировини. Виникнення реальних екологічних проблем в нових соціально-економічних умовах виводить дослідження підприємницької діяльності за рамки проблематики діяльності у сферу психології людського буття. Сьогодні актуальним завданням є створення такої системи функціонування виробництва, яка б забезпечила екологічно-орієнтований підхід у сфері підприємництва. Підприємницька діяльність у сформованих на сьогоднішній день умовах має бути результатом більш складного, ніж це прийнято вважати, і екологічно орієнтованого вибору. Відповідно, виникає задача аналізу та об'рунтування психологічних аспектів побудови нової, екологічно-орієнтованої моделі підприємницької діяльності.

Аналіз попередніх досліджень. Проведений аналіз психологічної літератури показав, що на сьогоднішній день досліджень, присвячених вивченню психологічних аспектів моделі екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності, досить мало; не розроблена структура і динаміка розвитку основних компонентів екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності. Привертає увагу майже повна відсутність концептуально-методологічних підходів, що дозволяли б різнобічно дослідити даний феномен; мала кількість експериментальних робіт, які розкривають значення екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності [1; 2].

Можна констатувати, що дослідження психологічної моделі екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності не вийшли за межі постановки проблеми [3]. Категорія "модель" є розповсюдженою у психології, але різне смислове "навантаження" робить її однією з найбільш неоднозначних в науці. Ми дотримуємось позиції М. Кордуела [6], і розглядаємо психологічну модель екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності як схему зв'язку між різними її аспектами.

Виклад основного матеріалу. Психологічна модель екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності напряму залежить від розуміння суті та специфіки функціонування і розвитку інституту підприємництва, яке домінує на даному етапі розвитку суспільства. Ми пов'язуємо еколого-орієнтовану підприємницьку модель з рівнем розвитку суспільства, оскільки саме провідні суспільні норми та цінності впливають на переживання, відчуття, визнання успіху суб'єкта підприємницької діяльності та сприяють або перешкоджають вибудовуванню власної суб'єктивно-поведінкової та мисленнєвої моделі екологічної життєдіяльності. Згідно психологічної моделі екологічно-орієнтованої

підприємницької діяльності, розвиток конкретної підприємницької справи являє собою динамічний процес, що йде у двох напрямках. З однієї сторони, підприємець сам реструктурує своє життєве середовище, а з іншої відчуває вплив зі сторони елементів цього середовища.

Екологічно-орієнтована модель підприємницької діяльності має формуватись за певним алгоритмом: від екологічних цілей нації, суспільства, до повсякденних проявів екологічності самим підприємцем, що детерміновані суспільними цінностями вже несвідомо, на рівні установок, сталих патернів поведінки, усталених суспільних стереотипів. Отже, чим більш включеною є екологічна складова у суспільні норми та цінності, тим більше шансів її включення в індивідуальну модель окремо взятого суб'єкта підприємницької діяльності. Беручи до уваги теорію установок Д. Узнадзе, можна зробити висновок, що система власних установок суб'єкта підприємницької діяльності щодо екологічності власної діяльності, непомітно для нього самого, акумулює його попередній життєвий досвід та цінності соціального оточення, середовища. Інакше кажучи, висновки, думки у суб'єкта підприємництва щодо екологічної складової у його діяльності, формуються крізь призму базових активних суспільних стереотипів щодо екологічної життєдіяльності взагалі як такої.

Виходячи з позиції К. Юнга щодо зрілої особистості, ми стверджуємо що підприємець створюється як особистість – соціалізуючись, чи інтегруючись з суспільством, а професійно зрілою особистістю стає, коли пройде зворотній процес – від соціалізації до індивідуалізації. В рамках екологічно орієнтованої моделі підприємницької діяльності процес професійної індивідуалізації має орієнтуватись на впровадження інноваційних технологій "екологічно чистого підприємництва", які зменшують утворення забруднюючих речовин, і направлені безпосередньо на зниження впливу на довкілля. Основний акцент має бути зроблений на системному підході, під час якого визначається співвідношення між собою основних компонентів, що роблять екологічну орієнтовану модель підприємницької діяльності успішною та продуктивною. Найбільш базовими компонентами в екологічно орієнтованій моделі підприємницької діяльності є екологізований попит, екологізована пропозиція, екологізовані людські фактори та мотиви екологізації (рис. 1).

Отже, екологічно орієнтована модель підприємницької діяльності складається з чотирьох підсистем, які можна зобразити за допомогою концентричних кіл. Кожен компонент в системі екологічно орієнтованої моделі підприємницької діяльності являє собою складну підсистему, що має в певній мірі самостійне та важливе значення.

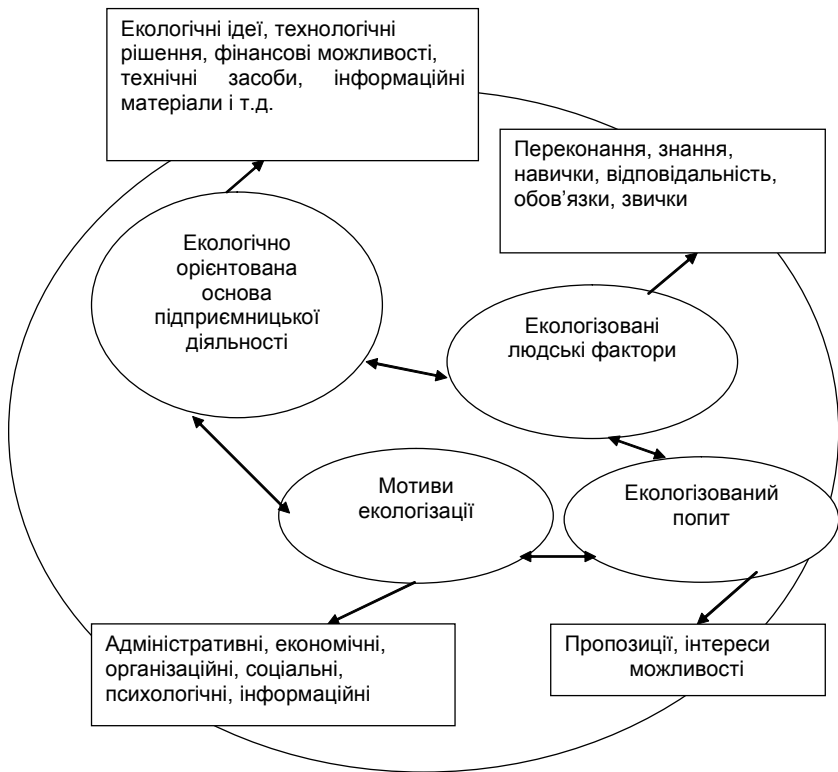


Рис. 1. Схема взаємозв'язку основних компонентів в екологічно орієнтованій підприємницькій діяльності

На екологічно орієнтовану підприємницьку діяльність суттєво впливають екологізовані людські фактори. Основними з них є: нестача екологічних знань та екологічного мислення; відповідальність за наслідки своєї діяльності; господарський механізм, що включає систему навичок та звичок; недостатня розробленість обов'язків; рівень екологічних переконань. Принципове значення під час розгляду екологізованих людських факторів в психології має положення про те, що ставлення суб'єктів підприємництва до природи набуває рис відповідального тільки за умови всебічного безперервного екологічного виховання особистості підприємця та набуття ним власної родової сутності і цілісних уявлень про себе та свою діяльність. Екологічна відповідальність суб'єктів підприємництва є універсальною формою зв'язку і взаємоза-

лежності особистості підприємця та суспільства. Суб'єктивною передумовою екологічної відповідальності є свобода волі, розуміння та здатність суб'єкта підприємництва приймати екологічно компетентні рішення. Умовою та компонентою свободи волі є пізнання зовнішньої необхідності. Не пізнавши об'єктивних законів природи і суспільства, суб'єкти підприємництва не вільні як у своєму виборі (свобода волі), так і в своїй діяльності (свобода дії) [5].

Особиста відповідальність суб'єктів підприємництва включає два аспекти – ставлення особистості до природи та її якість. В особистому плані екологічна відповідальність є соціальною, моральною і психологічною якістю особистості підприємця, яка проявляється в найважливіших рисах характеру [4]. Ставлення до природи ми визначаємо як свідомий вибір зв'язків (суб'єктами підприємництва) з різними природними об'єктами та явищами. Природними об'єктами в цьому випадку є сама природа, екосистеми і геосистеми, власне людина як природна істота. Крім того, в систему екологічних відносин включається ставлення суб'єктів підприємництва до діяльності, пов'язаної з використанням та охороною природи. Названі відносини проявляються у вигляді необхідності, а також емоцій, симпатії, залежності, любові, байдужості, ворожнечі, антипатії тощо.

Відповідальним визначається таке ставлення суб'єктів підприємництва до людини як природної істоти, до природи як об'єкта і предмета праці, до власної підприємницької діяльності, яке відповідає правилам та нормам цивілізованого суспільства, принципам та нормам високої моралі. Відповідальне ставлення до природи – це здатність і можливість суб'єктів підприємництва свідомо, а значить, цілеспрямовано, добровільно дотримуватись екологічних вимог та вирішувати завдання морального вибору, досягаючи певного еколого-економічного результату. Метою поведінки суб'єктів підприємництва повинні бути такі вчинки, які спрямовані на підтримку відтворюючих сил природи, на нейтралізацію нанесеної шкоди, на збереження природи для майбутніх поколінь. Добровільне, вільне дотримання моральних вимог, пов'язаних зі ставленням до природи, передбачає певну переконаність у необхідності такої поведінки. Саме переконаність дозволить суб'єктам підприємництва протидіяти будь-яким впливам, а також долати свої бажання й сумніви, що не відповідають екологічній необхідності.

Вчені-психологи А.М. Захлібний та І.Т. Суравегіна вважають, що відповідальність, як внутрішня якість особистості, являє собою поєднання раціонального й емоційного, розуму й почуттів. Екологічна відповідальність пов'язана з такими якостями суб'єктів підприємництва, як цілес-

прямованість, зібраність, уміння мобілізувати свої можливості, самоконтроль, передбачення близьких та віддалених наслідків своїх дій у природному середовищі, критичне ставлення до себе та інших. Екологічна відповідальність, як і інші явища соціальної відповідальності, виражається в таких емоційних станах, як турбота, занепокоєння, тривога, напруженість, хвилювання, зосередженість, сумнів та ін. Ставлення суб'єктів підприємництва до природи проявляється у тому, наскільки глибоко нормативно-ціннісні аспекти світоглядного поняття природи взаємодіють з системою загальнолюдських цінностей. Соціальні цінності, якими керуються суб'єкти підприємництва у своїй поведінці, набувають у їх свідомості відповідного значення, стимулюють їх діяти. Тому так важливо, щоб до числа цих цінностей були включені й екологічні.

Рівень відповідальності суб'єктів підприємництва буде визначатися тим, наскільки є соціально значимими норми та правила ставлення до природи. Переведення ззовні заданих норм і правил у внутрішні переконання зумовлено рядом чинників: а) реальним включенням суб'єктів підприємництва в систему суспільних відносин; б) активністю самих суб'єктів підприємництва; в) емоційно-вольовими особливостями їх особистості.

Розуміння суб'єктами підприємництва суспільної необхідності відповідального ставлення до природи може реалізуватися на рівні знань, почуттів, упевненості та дії. Звичайно, кожен з рівнів у відриві від інших не може забезпечити плідної діяльності. Так, діяльність, виконана байдуже, хоч і відповідально, набуває формального характеру. З погляду моралі, відповідальне ставлення до природи повинно базуватися на переконанні, що природа належить як сучасним, так і майбутнім поколінням.

Складність залежності між знаннями та переконаннями, як елементами системи, які взаємовпливають один на одного, необхідно постійно враховувати в екологічній практиці. Екологічні переконання суб'єктів підприємництва, як і всі інші переконання особистості, містять у собі етичний аспект, який формується на основі етичних знань, у процесі моральних суджень та моральної діяльності. Екологічні переконання повинні будуватися на принципах загальнолюдської моралі. Моральне формування особистості підприємця, а також формування відповідального ставлення до природи базується не тільки на вимогах, а й на знанні взірців моральної поведінки, на порівнянні своїх дій та вчинків з певними зразками, з їх оцінкою. Цей внутрішній процес призводить до створення оцінних відносин, які зумовлюють моральні, естетичні, юридичні та інші критерії вчинків і переживань людини. Тому, формування у суб'єктів підприємництва відповідального ставлення до

природи досягається за умови участі в різноманітних видах діяльності, де необхідно ухвалювати екологічно правильні рішення.

Психологічна природа екологічних поглядів і переконань, які впливають на формування відповідальності суб'єктів підприємництва, включає три основні компоненти: інтелектуальний (екологічні знання та інтелектуальні вміння світоглядного характеру, володіння прийомами причинно-наслідкового мислення); персональний (мотивація, ставлення й оцінка, віра в необхідність охорони природи і т.д.); внутрішню готовність (бажання, намір, потреба реалізації своєї позиції у вчинках природоохоронної діяльності). Розглянувши зміст поняття "відповідальність перед природою" (екологічна відповідальність), ми приходимо до висновку, що тут містяться всі суттєві ознаки поняття відповідальності. Це соціальна та психологічна категорії свідомості, оскільки свідомість – спосіб ставлення суб'єктів до своєї діяльності з врахуванням її властивостей та можливостей.

Особливе місце в психологічній моделі екологічно-орієнтованої підприємницької діяльності займають мотиви екологізації, а саме: надбавки до цін на продукцію, що має екологічний сертифікат; звільнення екологічно чистих підприємств від сплати за природні ресурси та від податків; плата за забруднення, жорсткість штрафних санкцій; впровадження систем екоменеджменту й аудиту; введення екологічного паспорта, екологічної сертифікації та маркірування; введення незалежної експертизи та ін.

Однак, серед всіх компонентів, насамперед треба виділити екологізований попит, тобто вимоги споживачів до продукції, яка виробляється та послуг, які надаються. Серед найважливіших тенденцій, що виявляються як в Україні, так і в економічно розвинених країнах спостерігається поступове підвищення уваги споживачів до екологічних товарів (послуг) та еколого-економічних процесів в цілому. Глибинним фактором, який визначає ступінь екологізації поведінки споживача, є його потреби. А основними категоріями в екологічно орієнтованій моделі підприємницької діяльності є екологічні потреби та екологічні товари, здатні їх задовольнити.

Екологічні потреби – це види продукції (включаючи їх екологічні властивості, екологічні якості, екологічні функції), яких потребують люди. Будучи усвідомленими конкретними людьми чи колективами, потреби перетворюються в інтереси, тобто спонукальні мотиви придбання товарів, зокрема екологічних. Таким чином, екологічність товару, як одна з його властивостей, стає фактором споживацького вибору. Вибір з альтернативних варіантів споживання трансформується в екологізований попит, що являє собою динамічну характеристику став-

лення споживачів, суб'єктів попиту до пріоритетності певних властивостей товарів. Інтерес споживачів до екологічних товарів (послуг) в практичному плані трансформується в певні пріоритети екологічності щодо конкретних товарів. Екологічна свідомість споживачів є важливим фактором екологізації економічної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності. На те, що такий підхід є дієвим, вказує поява нових товарів та послуг, які мають позначки "еко", "біо", "екологічно безпечний", "екологічно чистий".

Суб'єкти економічної діяльності, які орієнтовані на стратегічну конкурентноспроможність, повинні бути здатними до аналізу і врахування зазначених вище тенденцій та прояву активності у виборі екологічної стратегії діяльності власної підприємницької організації. На сьогоднішній день наявними є два види екологічних стратегій:

- адаптивна екологічна стратегія. Вона передбачає гнучке реагування суб'єктів підприємницької діяльності на зміну значення екологічних властивостей товару для споживачів. В таких випадках підприємство не пропонує суттєвих товарно-екологічних інновацій ринку, воно скоріше за все намагається рухатися в своїй товарній політиці синхронно змінам ринку. Підприємство виступає не стільки ініціатором екологічного вдосконалення продукції, скільки імітатором того, що вже зробили в екологічному вдосконаленні продукції інші компанії. Це обережна стратегія, яка не пов'язана з інноваційними діями, з випередженням і більшою мірою стосується бізнесменів, а не підприємців;

- експансіоністська екологічна стратегія. Вона є ризикованішою стратегією, тому що орієнтована на суттєве вдосконалення екологічних властивостей товарної пропозиції, і зокрема на створення екологічних товарних інновацій. Підприємницька організація стає суб'єктом екологічної товарної пропозиції, певним чином створює ринок (сегмент, нішу) під свою продукцію.

Отже, основною метою екологічної орієнтації підприємництва є реорганізація існуючого способу ведення діяльності і перехід на екологічно більш чистий спосіб виробництва при одночасному досягненні екологічних, економічних та суспільних результатів. Іншими словами екологічна орієнтація передбачає підвищення екологічної ефективності підприємницької діяльності, що досягається екологічним спрямуванням, посиленням споживчо-екологічних позицій, формуванням екологічного іміджу підприємства.

Суб'єкти підприємницької діяльності мають акцентувати увагу на виробництві екологічних пропозицій, тобто генеруванні наукових ідей, формуванні інформаційних матеріалів, створенні технічних засобів та

технологічних рішень, що сприятиме розвиткові екологічно обумовлених виробничих систем.

Виробництво екологічної пропозиції передбачає врахування:

- соціальних передумов, які виникають тоді, коли соціальні інтереси, культурний рівень та особисті бажання людей сприяють виникненню екологічних потреб (передумови необхідності);

- економічних передумов, які з'являються тоді, коли в економічній системі створюються умови та механізми, що забезпечують виробнику економічну вигоду від процесів екологізації (передумови ефективності);

- технологічних передумов, які виникають, коли у виробничій системі накопичуються достатні технічні засоби реалізації екологічних потреб (передумови здійсненності).

Екологічно орієнтована підприємницька діяльність являє собою екологічно ініціативну діяльність суб'єкта підприємництва, який, володіючи, користуючись, або розпоряджаючись повністю чи частково будь-якими матеріальними благами (земля, будівлі, обладнання, ноу-хау, інформація, грошові ресурси), самостійно прикладає зусилля щодо створенню екологічно чистої продукції, надання екологічних послуг та виконання екологічних робіт.

На даному етапі розвитку суспільства під екологічно орієнтованою підприємницькою діяльністю розуміють самостійну, здійснювану на власний ризик еколого-економічну діяльність, спрямовану на систематичне отримання прибутку від продажу екологічних товарів, виконання робіт чи наданням послуг з врахуванням екологічних наслідків своєї діяльності. У зв'язку з тим, що підприємництво, будучи професією, має трудове походження і трудовий характер, уявлення суспільства про суб'єктів підприємництва як про багатих нероб (капіталістів), експлуататорів трудящих, а то і просто людей, що ведуть паразитичний спосіб життя та негативно впливають на навколишнє середовище має досить вузький характер.

Будучи професією, підприємництво полягає в ініціюванні і самостійному здійсненні різноманітних екологічних проектів, пов'язаних з наданням екологічних послуг, екологічним виконанням робіт чи виробництвом екологічних товарів. Сенс діяльності суб'єктів підприємництва на сучасному етапі розвитку суспільства полягає у тому, що вони повинні бути спроможні самостійно створити власну підприємницьку справу з екологічно орієнтованим спрямуванням.

Метою підприємницької діяльності є систематичне отримання прибутку. Отримання прибутку, що є різновидом доходу, дійсно, являється ціллю суб'єктів підприємництва, що професійно займаються підприємницькою діяльністю. Однак, важливо підкреслити, що це не єдина ціль їх ділової активності. Підприємництво як одна із форм про-

яву суспільних відносин сприяє не тільки підвищенню матеріального та духовного потенціалу суспільства, але і створює сприятливий ґрунт для практичної реалізації низки екологічних ідей та ряду екологічних проектів. Тому сьогодні, у підприємницькій діяльності дуже високо цінується еколого-творчий потенціал людини, прагнення до еколого-професійної самореалізації та еколого-професійного самоствердження.

Багатоманітність ділових інтересів суб'єктів підприємницької діяльності обумовлює і багатоаспектність цільових установок, які використовуються ними у побудові власної моделі екологічно орієнтованої підприємницької діяльності (рис. 2).

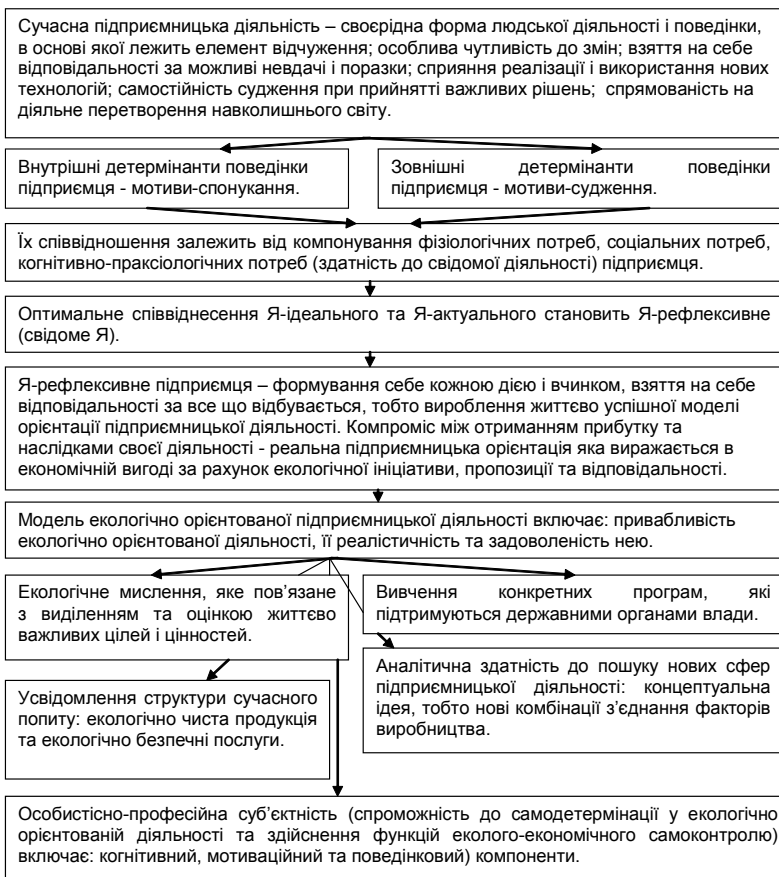


Рис. 2. Моделювання екологічно орієнтованої підприємницької діяльності

Психологічні проблеми в екологічно орієнтованій підприємницькій діяльності в більшості випадків виглядають як реакція суб'єктів підприємництва (в тій чи іншій поведінковій формі) на об'єктивні труднощі (фінансові, правові, інформаційні) та зовнішні перешкоди, і пов'язані з необхідністю формування екологічної відповідальності у суб'єктів підприємництва. Підприємець повинен володіти унікальними здібностями, які дозволяють отримувати прибуток у результаті освоєння все нових і нових сфер екологічного підприємництва. Суб'єкти підприємництва мають розуміти, що екологічна складова у підприємницькій діяльності – це прямий шлях до успіху у розвитку власного підприємства.

Список використаних джерел

1. Анисимов С. Ф. Духовные ценности, производство и потребление / С. Ф. Анисимов. – М. : Мысль, 1988. – 235 с.
2. Атфилд Р. Д. Этика экологической ответственности. Глобальные проблемы и общечеловеческие ценности / Р. Д. Атфильд. – М. : Прогресс, 1990. – С. 203-218.
3. Воронович Н.В. Социально ответственный бизнес и системный экологический мониторинг / Н.В. Воронович // Экология производства. -2007. – №7. – С. 68-72.
4. Гирусов Э.В. Экологическое сознание как условие оптимизации взаимодействия общества и природы. Философские проблемы глобальной экологии / Э. В. Гирусов. – М., 1989. – С. 95.
5. Голдсмит Э. Путь: экологическое мировоззрение / Э. Голдсмит. – К. : Эхо – Восток, 1995. – С. 137.
6. Кордуэлл М. С. Психология от А до Я / М. С. Кордуэлл. – М., 2000. – 198 с.

Spisok vikoristanix dzherel

1. Anisimov S. F. Duhovnye cennosti, proizvodstvo i potreblenie / S. F. Anisimov. – M. : Mysl', 1988. – 235 s.
2. Atfild R. D. Jetika jekologicheskoy otvetstvennosti. Global'nye problemy i obshhechelovecheskie cennosti / R. D. Atfil'd. – M. : Progress, 1990. – S. 203-218.
3. Voronovich N.V. Social'no otvetstvennyj biznes i sistemnyj jekologicheskij monitoring / N.V. Voronovich // Jekologija proizvodstva. – 2007. – №7. – S. 68-72.
4. Girusov Je.V. Jekologicheskoe soznanie kak uslovie optimizacii vzaimodejstvija obshhestva i prirody. Filosofskie problemy global'noj jekologii / Je. V. Girusov. – M., 1989. – S. 95.

5. Goldsmit Je. Put': jekologicheskoe mirovozzrenie / Je. Goldsmit. – K. : Jeho – Vostok, 1995. – S. 137.
6. Kordujell M. S. Psihologija ot A do Ja / M. S. Kordujell. – M., 2000. – 198 s.

Palamarchuk O.M. Psychological model of environmentally oriented business activities. *Lit psychological entity model of environmentally oriented business. Traced the influence of development on environmentally oriented business model. Indicates that environmentally oriented business model should be formed according to a certain algorithm: from the environmental goals of the nation, society, everyday manifestations of sustainability by the entrepreneur; deterministic public values already unconsciously, at the facility level, stable patterns of behavior; established social stereotypes. Determined that modern entrepreneurial activity is a form of human activity and behavior; which is based on the element of alienation; special sensitivity to change; take responsibility for possible failures and defeats; facilitating the implementation and use of new technologies; independent judgment in making important decisions; focus on active transformation of the world. The most basic components in environmentally oriented model of entrepreneurship: ecologue demand, colognora proposal ecologue human factors and motives of greening. A diagram of the relationship of the main components in environmentally oriented business. It is determined that the ratio of businesses to nature is evident in how deeply normative and axiological aspects of the philosophical concept of nature interact with a system of universal values. Found that the subjects of economic activity, which is focused on strategic competitiveness, must be able to involve in the activities in the choice of environmental strategy of their own activities of a business organization.*

Key words: ecological orientation, entrepreneurship, ecological demand, living environment, determinants of behavior.

Отримано: 17.08.2014 р.

УДК: 159.923:159.98

Перегончук Н.В.

ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВІ ЯКОСТІ МАЙБУТНЬОГО ПСИХОЛОГА

Перегончук Н.В. Професійно важливі якості майбутнього психолога. *Розглядається актуальна, але недостатньо розроблена проблема – професійно важливих якостей майбутнього психолога. Проаналізовано склад і структуру професійно важливих якостей в наукових дослідженнях. Визначено роль психічних властивостей у формуванні професійно важливих якостей майбутнього психолога та місце професійно важливих якостей у структурі професійної компетентності майбутнього психолога.*