

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису,
остаточна версія

/Підпис студента/

ТКАЧИШИН Катерина Олександрівна

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСІБ,
ЩО ЗАЙМАЮТЬСЯ СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ**

Спеціальність 053 - Психологія

Магістерська робота на здобуття кваліфікації магістра

Кафедра клінічної психології

Науковий керівник

Бригадир Марія Богданівна,

доцент кафедри клінічної психології ЗУНУ,

кандидат психологічних наук

/Підпис наукового керівника/

Львів – 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ І ТЕРМІНІВ .	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТЬ.....	9
1.1 Історична ретроспектива виникнення поняття «емоційний інтелект»	9
1.2 Концептуалізація поняття «емоційний інтелект» та «емоційна компетентність» у структурі об’єкту дослідження	15
1.3 Взаємозв’язок емоційного інтелекту та різних видів підприємництва... ..	24
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСІБ, ЩО ЗАЙМАЮТЬСЯ СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ	34
2.1 Особливості проведення дослідження, його етапи та характеристика вибірки	34
2.2. Характеристика вибірки та процедури проведення дослідження	36
2.2. Методики емпіричного дослідження	39
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ	42
3.1. Аналіз отриманих результатів дослідження на основі статистичних методів дослідження	42
РЕКОМЕНДАЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯМ	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	62

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ І ТЕРМІНІВ

ЕІ – емоційний інтелект

ЕК, ЕС – емоційна компетентність

СП – соціальне підприємство, соціальне підприємництво

СКВ – соціальна корпоративна відповідальність

КРІ – ключові показники ефективності

ФОП – фізична особа-підприємець

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

ГО – громадська організація

ВВП – внутрішній валовий продукт

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена зокрема тим, що донедавна твердження «в бізнесі немає місця емоціям» було чи не правилом. Підприємницьке середовище поважало лише раціональний підхід до справ, намагаючись всіляко придушити емоції, бо вважалося, що вони тільки заважають успішно вести справи та укладати угоди [11]. У 70-х роках минулого століття панувала думка, що саме високий IQ є запорукою гідних професійних досягнень у будь-якій сфері. У 1973 році професор Гарварду та дослідник складників високоякісної роботи та професійної ефективності Девід Макклелланд написав статтю під назвою *«Краще тестувати компетентність, ніж інтелект»* [34]. Науковець, який вивчав кореляцію різних особистісних особливостей людини із її здатністю добре виконати ту чи іншу роботу, стверджував, що тільки за рівнем IQ (Коефіцієнту інтелекту), який включає в себе академічні знання, не можна визначити, як вона впорається з тим чи іншим завданням. Більше того, за шкільними оцінками ніяк не можна спрогнозувати наскільки людині добре буде по життю. Натомість, він висловив припущення, що значення має не рівень інтелекту, а унікальний набір компетенцій, котрі стосуються міжособистісної взаємодії. Його публікація запустила низку наступних масштабних досліджень в тисячах компаній, від найменших до найбільших, результати яких мають спільний знаменник – вирішальним у досягненні успіху є унікальний коктейль соціальних та особистісних якостей, які сьогодні окреслюють як емоційний інтелект [5]

Відтак наразі підприємства все більш акцент роблять на емоційному компетенціям своїх працівників. Особливої уваги в цьому контексті

заслуговують власники бізнесів, які інтуїтивно розуміють важливість вміння емоційної саморегуляції та ефективної міжособистісної взаємодії для успішного ведення бізнесу, а тому тактивно розвиваються у цьому напрямку, відвідуючи відповідні навчальні програми, тренінги, користуючись послугами профільних фахівців. Засновник бізнесу – це лідер, а ефективне лідерство неможливе без доброго емоційного інтелекту [5; ст. 18]

Існує особливий клас підприємців, для яких успіх бізнесу вимірюється не лише компонентами маржинальності та прибутку, а й соціальним впливом, який вони здійснюють за допомогою своєї діяльності. Соціальне підприємництво – це новий, еволюційний вид бізнесу, унікальний не лише чітко вираженою місієністю та діяльністю, яка мотивована перш за все допомогою суспільству, а й тим, як в таких бізнесах формується команда. Усі учасники процесу зайняті вирішенням певної соціальної проблеми за допомогою бізнес-інструментів, відповідальність за результат у подібних командах ділиться порівну між усіма членами, немає чітко вираженої ієрархії керівник-підлеглий, здебільшого кожен знає свою зону компетентності і колектив працює як один злагоджений механізм [24; ст.113]

На нашу думку, високий рівень емоційної компетентності є ключовим фактором, який визначає те, чому ці люди обирають такий спосіб ведення бізнесу та побудови взаємодії в команді, ставлячи місію і людський стосунок вище за комерційну складову. На відміну від класичних підприємців, для яких в пріоритеті реінвестування у власний бізнес та надання послуг чи продаж товарів заради отримання прибутку, соціальні підприємці розглядають бізнес найперше як шлях принести суспільну користь або вирішити якусь проблему [24; ст. 12]

Кількість соціальних підприємців в Україні досить незначна (близько 50 соціальних підприємств), що робить їх особливо цікавим об'єктом

дослідження в порівнянні із класичними підприємцями, які представляють основну масу українського бізнес-середовища. Цей напрямок дослідницької роботи є новим для наших реалій, оскільки ми не знайшли досліджень, які б розповідали про особливості розвитку емоційного інтелекту саме в підприємців, що будують в Україні соціальний бізнес. Ми хочемо дізнатися, чи дійсно ці люди мають в переважній більшості високі показники емоційного інтелекту та зокрема емоційної компетентності в порівнянні із підприємцями, що займаються класичним бізнесом. Більше того, ми припускаємо, що отримані результати стануть у пригоді представникам класичного бізнесу також.

Гіпотеза дослідження. Ми хочемо дізнатися, чи дійсно соціальні підприємці мають в переважній більшості високі показники емоційного інтелекту та зокрема емоційної компетентності в порівнянні із підприємцями, що займаються класичним бізнесом.

Об'єктом нашого дослідження є емоційний інтелект соціальних підприємців та звичайних підприємців.

Предметом є особливості розвитку емоційного інтелекту в соціальних підприємців.

Метою нашого магістерського дослідження є перевірити експериментальним шляхом гіпотезу про те, що особи, які займаються соціальним підприємництвом мають вищий рівень емоційного інтелекту порівняно з тими, хто веде класичний бізнес та розробити практичні рекомендації щодо розвитку емоційних компетенцій у підприємців обох груп відповідно до отриманих результатів.

Відповідно до цього ми ставимо перед собою такі **завдання**:

- 1) Дослідити рівень емоційного інтелекту в осіб, що займаються соціальним підприємництвом.

2) Дослідити особливості розвитку емоційного інтелекту, шляхом аналізу показників різних шкал і субшкал.

3) Розробити для підприємців практичні рекомендації щодо покращення навичок емоційної компетентності.

Наукова новизна. Соціальні підприємці є специфічної та недостатньо вивченою вибіркою в Україні і ми не знайшли схожих досліджень, яке б розкривало тему емоційного інтелекту в осіб, що займаються соціальним підприємництвом. Тож подібне дослідження проводиться вперше.

В перспективі подальших розробок в сфері досліджень особливостей розвитку емоційної компетентності в осіб, що займаються соціальним підприємництвом ми вбачаємо створення дизайну експериментального тренінгу з емоційної компетентності для соціальних та звичайних підприємців на основі показників, зібраних від респондентів за допомогою наявних методик, які працюють в межах одного підприємства. Після проведення розробленого експериментального тренінгу можна заміряти рівень емоційного інтелекту ще раз, щоб простежити чи не відбулися якісь зміни і якщо відбулися то які. Також вбачаємо доречним у наступних наукових працях провести порівняння вибірки соціальних підприємців із особами, що не займаються будь-якою підприємницькою діяльністю на предмет особливостей розвитку емоційної компетентності.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, рекомендацій, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи – 78 сторінок, обсяг основного тексту – 54 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТЬ

1.1 Історична ретроспектива виникнення поняття «емоційний інтелект»

Ще в античні часи у спробах зрозуміти та досягнути власну природу древні намагалися усвідомити як працює душа і чим вона є. Так, Арістотель, у своєму трактаті «Про душу» говорить, що інтелектуальне знання та чуттєве пізнання є невіддільними один від одного. Люди завжди простежували різність когнітивного та емоційного досвіду, що є взаєпов'язаними один з одним. Із становленням науки психології, концепція рівності та взаємозалежності різних вимірів психіки вилася у те, що емоційному виміру почали приділяти набагато менше уваги, оскільки на наше глибоке переконання, когнітивний контекст завжди легше піддається емпіричному дослідженню, бо він є більш стійким у своїх виявах, аніж емоційний. Оскільки емоціям та переживанням відводилася другорядна роль, в стародавніх джерелах можемо простежити, що людство радше намагалося присмирити емоції, аніж краще їх вивчити. Відтак, відомий вчений, засновник психоаналізу Зигмунд Фройд помітив, що перші етичні приписи, котрі стосувалися спроб приборкати прояви своїх емоцій можна побачити в такому давньому тексті як «Звід законів Хаммураппі» (18 ст. до н.е, Вавилон), едикт імператора Ашоки (3 ст. До н.е., Індія) [11] [6]

Попри активний розвиток психології, як науки, що відбувався впродовж декількох століть поруч із філософією, розробка та дослідження теми саме емоційно-вольової сфери психіки людини розпочалась не так давно. Активний розвиток психології припадає на XVII століття, коли тогочасні філософи

бурхливо розробляють теорії, які стосуються припущень про те, що таке душа і як вона влаштована (вчення Р. Декарта, Д. Локка, Г. Лейбніца, Д. Юма, Д. Гартлі, Е. Канта, Т. Гоббса та інших) [6]

Важко точно відстежити момент, коли масштаб зацікавлення емоціями як об'єктом наукових досліджень став рости. Можемо говорити про це лише приблизно. Відтак, дослідниця емоційного інтелекту, Валерія Козлова у своїй книзі «EQ-boost» вважає такою відправною точкою працю автора теорії еволюції Чарльза Дарвіна під назвою «Вираження емоцій у людей та тварин» (1872 р.) [11] Вчений провів серію експериментів, під час яких виявив певні закономірності в міміці, стратегіях поведінки людей та тварин, які фактично є ідентичними в представників одного виду в різних емоційних станах. Дарвін наголошував, що зовнішні прояви емоцій є важливими для адаптації та виживання. Цікаво, що на думку вченого, вміння розпізнавати емоції інших істот стало одним з ключових інструментів еволюції, адже виживання виду досить часто залежало від вчасно увімкненого в моменті інстинкту самозбереження, швидкість якого, зокрема залежить від уміння відчутти небезпеку не лише за безпосередніми, а й за абстрактними зовнішніми сигналами [7]

Вже у XIX столітті науковці починають прицільніше вивчати різні виміри психіки людини й особливо акцентують свої дослідження на такому явищі як інтелект. Поняття «інтелект» в якості об'єкту наукового дослідження ввів англійський антрополог Ф. Гальтон наприкінці XIX ст. [11] В результаті активного розвитку різних теорій та підходів ми бачимо, що дослідники структурують та персоналізують це поняття дуже по різному, намагаючись викоремити також інтерперсональну взаємодію в його контексті; зрозуміти як інтелект задіяний у міжособистісних стосунках; завдяки чому люди можуть більшою чи меншою мірою успішно взаємодіяти у соціумі [3]

Так, у 1920 р. Е. Торндайк вперше пропонує термін «соціальний інтелект» вважаючи його чимось окремим від звичайного інтелекту й розуміючи під ним далекоглядність в міжособистісних стосунках та здатність виявляти мудрість у інтерперсональній взаємодії [22]. З появою 1928 році тесту на соціальний інтелект, авторство якого належало вченому Т. Ханту, з'явилася першочергова потреба у концептуалізації цього поняття. Важливу роль у цьому процесі відіграв Г. Олпорт, який вніс певні корективи у розуміння соціального інтелекту, маючи на увазі особливу здатність до правильної оцінки дій інших людей в ситуаціях міжособистісної взаємодії. Згідно з його міркуваннями, соціальний інтелект є здібністю, яка входить до набору якостей особистості, які допомагають кращому розумінню оточуючих [21]. Саме тут, на нашу думку, ми можемо простежити певні зерна зародження концепції емоційного інтелекту, адже тут теж йдеться про міжособистісну взаємодію та намагання зрозуміти у певному контексті поведінку оточення.

Пізніше відбувалися перші спроби введення та концептуалізації поняття емоційного інтелекту. У 1964 році в праці Майкла Белдока «Чутливість емоційного вираження в трьох режимах спілкування» вперше пролунав термін «емоційний інтелект». В 1966 році з'явилися праці Б. Лойнера, де вищезгадане поняття вже було означене в самій назві – «Емоційний інтелект та емансипація». Є також дані, що цей термін був застосований ще раніше – в 1961 році в книзі Ван Гета. Разом з тим деякі джерела говорять, що саме Уейн Пейн першим згадав в якості наукового терміну «емоційний інтелект» в своїй дисертації під назвою «Дослідження емоцій: розвиток емоційного інтелекту» у 1985 році. [?] [] []

Одночасно з цим формується інша термінологія, до якої пізніше відноситимуть й емоційний інтелект – концепція «soft skills» або іншими словами «м'яких навичок». В 70-их роках відбулася конференція CONARC

SOFT SKILLS TRAINING, де термін «м`які навички», означений Вітманом набуває модифікацій – під ним починають розуміти не тільки невійськові дії (робота з документацією, тощо), а й впроваджувати його як елемент поведінкової підготовки військових у рамках професійних шкіл CONARC в контексті побудови якісніших, глибших міжособистісних стосунків між військовими, адже в результаті досвіду численних війн, фахівці CONARC виявили, що коли люди володіють цими навичками, успіх операції зростає, а отже людські втрати менші [35]

Такі навички як стресостійкість, адаптивність, емоційна саморегуляція, вміння ефективно вирішувати конфлікти, допомагали солдатам діяти злагоджено в стресових умовах, що підвищувало шанси підрозділу на виживання, що є тими самими компетенціями, які ми дуже часто згадуємо, говорячи про емоційний інтелект та емоційну компетентність. 50 років потому термін «soft skills» розлетівся усім світом й суспільство зрозуміло, що не тільки військовим актуальні м`які навички

Треба сказати, що таке спостереження було революційним на той час, адже на той період в науці панувала когнітивістика і вважалося, що саме рівень IQ (Intelligence Quotient) визначає в подальшому життєву успішність. Як ніхто у цьому сумнівався гарвардський психолог Г. Гарднера, який розумів та відчував обмеженість концепції IQ та масштабно трактував інтелект як множинний, себто такий, що містить у собі різні його види: лінгвістичний, музичний, логіко-математичний, просторовий, тілесно-кінестетичний, природничо-науковий, інтраперсональний (особистісний) та інтерперсональний (міжособистісний) [4] . Автор моделі вважав, що традиційні теорії інтелекту не розглядають творчі досягнення художників, спортсменів, і на наш погляд, це не дивно, адже ці досягнення є безпосереднім продуктом діяльності емоційно-вольової, яка на той період була обділена

увагою вчених. Та як виявилось, академічні знання, які вимірює тест IQ, автором якого є Льюїс Терман, психолог Стенфордського університету мають дуже мало спільного з паттернами, що керують поведінкою людини та впливають на прийняття рішень.

У 1983 році Гарднер почав проєкт «Спектрум» спільно з колегами з Тафтського університету, в межах якого досліджувалася гіпотеза про те, що потенціал людини не обмежений лише трьома базовими навичками – читанням, письмом, арифметикою і що успішність в подальшому не вимірюється оцінками, які ставить викладач. Тоді виходить друком книга під назвою «Структура мислення», яка похитнула суспільне уявлення про рівень інтелекту та його роль у досягненні життєвого успіху. Гарднер зазначає, що визначальним є не один рівень інтелектуальних спроможностей, а багато різних інтелектів, які насправді є набором освоєних здібностей, яких на його думку є вісім, саме вони є ключовими [4; ст 85]

Першим, хто ввів у науковий обіг поняття саме емоційного коефіцієнту, який є цифровим відображенням рівня емоційного інтелекту, був Р.Бар-Он, який окрім опису концепту Emotional Quotient (EQ), що базувався на узагальненні досліджень інших науковців, створив також перший справжній тест, який дозволяв виміряти EQ. Це вивело поняття емоційного інтелекту на новий рівень, адже з'явився спосіб, яким можна виміряти EQ так само, як багатьма роками раніше навчилися вимірювати IQ (Intelligence Quotient). Та попри велику кількість вчених, які були зацікавлені цією темою та з різних боків досліджували її, всеодно бракувало цілісності, адже кожен отримував свій шматок даних, який був не узгоджений з пошуками інших науковців [30] Фактично, той концепт емоційного інтелекту, який ми знаємо сьогодні був запропонований П. Саловесем та Дж. Майєром, вони узагальнили всі, вже на той момент відомі моделі емоційного інтелекту у статті «Emotional

intelligence», яка вийшла в науковому журналі в 1990 році. Варто сказати, що своє наукове бачення ЕІ вони представили спираючись на модель Стенлі Гріспена, яку він представив у 1989 році. Вони запропонували свою «модель здібностей», яку спочатку вважали частиною соціального інтелекту. Згодом їхнє визначення стало носити характер окремого виміру – «ми визначаємо емоційний інтелект як здатність сприймати і висловлювати емоції, засвоювати емоції, розуміти і обґрунтовувати емоції, регулювати свої емоції та впливати на емоції інших людей» (Mayer & Salovey, 1997) [28]

Згадані нами вище моделі емоційного інтелекту мають наступні спільні характеристики, які ми міряємо при дослідженні EQ: самоусвідомлення та самопізнання, здатність рахуватися з почуттями інших людей, вміння будувати та підтримувати міжособистісні стосунки.

Після цього, науковий журналіст та дослідник Д. Гоулман у своїй книзі «Емоційний інтелект» вивів свою, так звану «змішану модель EQ», що здобула широку популярність, через шалений тираж книги, яка була видана в 1995 році. Завдяки книзі концепція «емоційного інтелекту» Д. Гоулмана «пішла в люди», до великих аудиторій і виявилася найбільш точною та практично орієнтованою. Саме тому світова спільнота найперше згадує прізвище Гоулмана, коли йдеться про емоційний інтелект. Опираючись на дослідження емоційного інтелекту в багатьох країнах та концепцію Саловея та Маєра, він розглядає EQ як набір специфічних навичок та компетенцій в п'яти глобальних вимірах – самоусвідомлення, соціальна обізнаність, емоційна самарегуляція, емпатія та мотивація [5; ст 444]

1.2 Концептуалізація поняття «емоційний інтелект» та «емоційна компетентність» у структурі об'єкту дослідження

В результаті аналізу наукових джерел можна виділити два погляди на формування моделей емоційного інтелекту. Перший – вчені визначають ЕІ сукупність певних здібностей, як правило, когнітивних що допомагають обробляти інформацію, яку надає нам афективна сфера психіки людини. Другий підхід розглядає ЕІ як змішану модель з певних рис, компетенцій, навичок та здатностей керувати різними власними поведінковими проявами та реакціями інших людей, де грають роль не лише здібності, а й особистість людини.

Як ми вже згадували у попередньому підрозділі, в результаті наукових пошуків різних вчених виникли різні моделі емоційного інтелекту. У цьому підрозділі пропонуємо ознайомитися із найпопулярнішими з них, а також розглянути тотожність та значення понять «емоційний інтелект» та «емоційна компетентність».

Сьогодні найбільш відомим є такі моделі емоційного інтелекту:

- модель емоційної компетентності Гоулмана;
- некогнітивна модель емоційного інтелекту Р.Бар-Она;
- двокомпонентна модель емоційного інтелекту Д.В. Люсіна;
- модель емоційно-інтелектуальних здібностей Дж. Майєра, П.Саловея, Д.Карузо.

Спробуємо розібратися як працює кожна з них.

Модель емоційно-інтелектуальних здібностей Дж. Майєра, П.Саловея, Д.Карузо

Автори цього теоретичного підходу ідентифікують емоційний інтелект передусім як когнітивну спроможність мозку обробляти певний специфічний

тип інформації про емоції. Саме потреба переробляти зміст, який з собою несуть емоційні переживання, породжує чотири гілки емоційного інтелекту, які в онтогенезі, на думку вчених формуються поступово [31]:

1. ***Сприйняття, оцінка та вираження емоцій*** – ідентифікація емоцій на трьох рівнях – тіла, думок та відчуттів; здібність точно виражати емоції та пов'язані з ними потреби; здібність відстежувати емоції інших людей через різні прояви: мову, жести, поведінку, звук, в тому числі в картинах та художніх творах; здатність визначати дісні та недійсні, точні та неточні емоційні прояви.
2. ***Використання емоцій для підвищення ефективності діяльності та мислення*** – спрямування уваги на важливі події, уміння стимулювати переживання, що сприяють вирішенню завдань, актуалізація себе в тих емоціях.
3. ***Розуміння та аналіз емоцій*** – здатність до встановлення зрозумілих маркерів для максимально зрозумілої вербалізації емоцій, усвідомлення та розуміння різниці між емоціями, які близькі за своїм наповненням, але відмінні за назвою, здібність до розуміння причинно-наслідкових зв'язків внаслідок зміни емоцій, а також осмислення значення цієї емоційної зміни; здібність розуміти змішані почуття, які представляють собою певну амбівалетність (любов та ненависть, наприклад) або комплекс переживань; здібність розпізнавати неочікувані зміни емоцій.
4. ***Свідоме управління емоціями*** – здібність не закриватися перед будь-якими емоціями незалежно від їх характеру (позитивні чи негативні); управляти своїми та чужими емоціями (тут розуміємо

здатність понижувати градус негативних емоцій чи посилювати позитивні переживання); свідомо зосереджуватися на певних емоціях чи відволікатися від них, залежно від оцінки їх суб'єктивної корисності чи інформативності для індивіда [23] [28]

Також був розроблений перший тест МСЕІТ, який допомагає виміряти рівень емоційного інтелекту спираючись на вищезгадані теоретичні аспекти. Схематичне уявлення про модель зображена на рисунку 1.1.

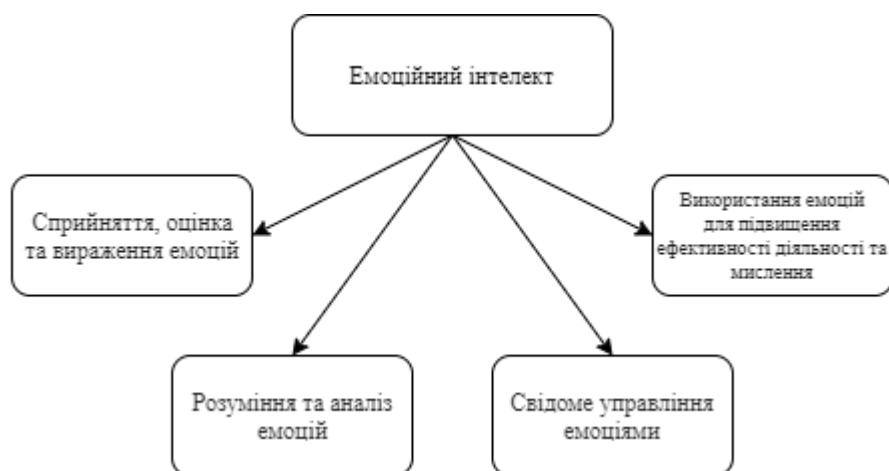


Рис. 1.1. Модель емоційно-інтелектуальних здібностей Дж. Майєра, П. Саловея, Д. Карузо

Модель емоційної компетентності Гоулмана.

Поки Маєр і Саловей працювали над шліфуванням своєї концепції, Гоулман скористався попередніми напрацюваннями вчених та виклав своє бачення. Так, у своїй книзі «Емоційний інтелект» автор класифікує емоційний інтелект як п'ять кластерів:

1. ***Самоусвідомлення*** – здатність розпізнавати власні емоції, визначати цінності, які лежать в основі поставлених цілей, чітко

ідентифікувати свою мотивацію при прийнятті рішень у різних життєвих ситуаціях, визнавати та бачити фактори, які сприяють суб'єктивному успіху або заважають йому. Обґрунтоване почуття впевненості в собі та реалістична оцінка власних здібностей.

2. **Соціальна компетентність** – здатність до емоційної саморегуляції у стосунках, вміння точно розуміти соціальні ситуації та значимі зв'язки між людьми. Навички продуктивного спілкування, вміння переконувати та вести за собою, залагоджувати конфліктні ситуації, домовлятися, здатність до кооперації та злагодженої роботи в команді.
3. **Емоційна саморегуляція** вміння контролювати свої імпульси та оптимально трансформувати свій емоційний стан відповідно до ситуації, здатність давати собі раду з емоціями. Спроможність відтерміновувати задоволення заради досягнення мети, ініціативність, відновлюваність після негативних переживань.
4. **Емпатія** – здатність розуміти та менеджувати емоції інших людей, співпереживати іншим людям, дивитися на ситуації життя з їхнього погляду, вміння налаштовуватися на емоційних стан людей.
5. **Мотивація** – суб'єктивне відчуття прагнення до цілі заради абстрактного результату, який потім буде втілений в реальність, здатність підтримувати це відчуття як підставу для постійних дій в напрямку здійснення задуманого за допомогою своїх глибоких переконань, плекати в собі ініціативність та прагнення до вдосконалення, не здаватися попри будь-які невдачі та розчарування [5]

На основі моделі Гоулмана було створено три тести-опитувальники: Emotional Competency Inventory (ECI), Emotional and Social Competency Inventory (ESCI), Emotional and Social Competency – University Edition (ESCI-U). Модель зображена на рисунку 1.2.

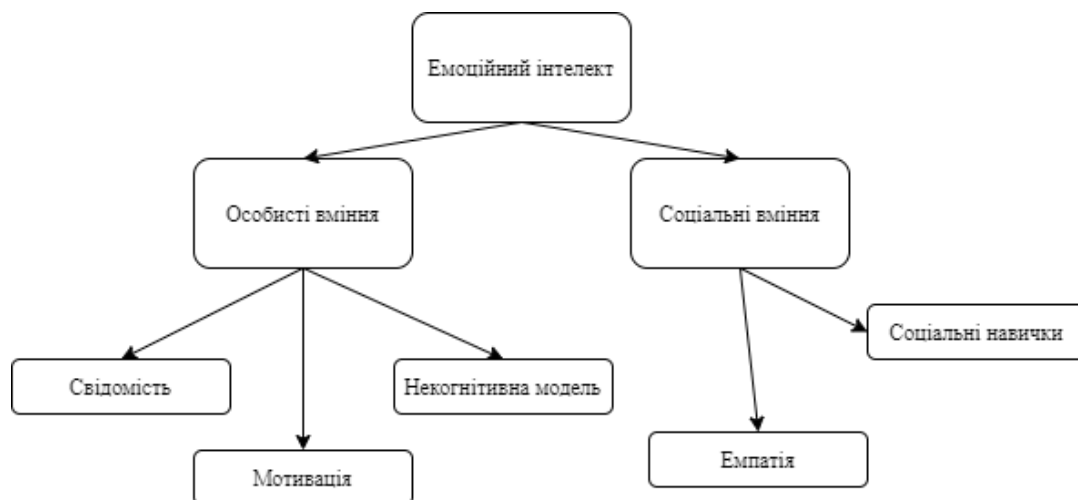


Рис. 1.2. Модель емоційного інтелекту Деніела Гоулмана

Некогнітивна модель емоційного інтелекту Р.Бар-Она

Р. Бар-Он вважав, що ЕІ - це сукупність здібностей людини і залежно від того, наскільки вони є розвиненими та проявленими в різних сферах можна говорити про той чи інший рівень емоційного інтелекту. Модель передбачає п'ятнадцять здібностей в п'ятьох контекстах, що є пазлами, які, на думку вченого, складають індивідуальну картину емоційного інтелекту [30]:

1. ***Сфера міжособистісних стосунків*** – соціальна відповідальність, міжособистісні стосунки, емпатія;
2. ***Сфера адаптивності*** – гнучкість, вміння вирішувати проблеми, адекватна оцінка реальності;
3. ***Сфера загального настрою*** – здатність захоплюватися чимось, отримувати задоволення від життя, оптимізм;

4. *Сфера внутрішнього, яка стосується самоусвідомлення, здатності себе розуміти та собою керувати* – незалежність, самоаналіз, асертивність (самоствердження), самоповага, самоактуалізація);
5. *Сфера стрес-менеджменту* – контроль над імпульсами, стресостійкість.

Модель зображена на рисунку 1.3.

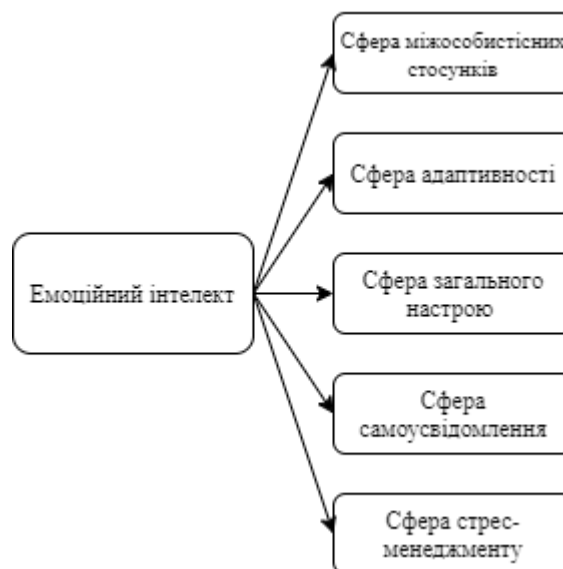


Рис.1.3. Некогнітивна модель емоційного інтелекту Р.Бар-Она

Двокомпонентна модель емоційного інтелекту Д.В. Люсіна

У 2004 році російський вчений Люсін запропонував модель емоційного інтелекту, яка визначає ЕІ як «здатність розуміти свої/чужі емоції, а також вміння керувати ними». Вчений поділив емоційний інтелект на міжособистісний та внутрішньоособистісний, що автоматично демонструє нам цю концепцію з двох боків [18].

- 1) Здатність розуміти свої емоції означає:

- що людина може усвідомлювати та контролювати свої емоційні прояви, в тому числі дуже сильні внутрішні імпульси;
- людина здатна керувати зовнішніми виявами власних емоцій;
- індивід може розпізнати, які саме емоції переживає він сам або людина поруч;
- людина чітко розуміє причинно-наслідковий зв'язок емоційних переживань – від чого емоція виникла і до яких наслідків вона може призвести.

2) Здатність керувати власними емоціями означає:

- людина може стишувати градус власних емоцій та контролювати інтенсивність їх вияву щодо оточення;
- людина може за власним бажанням викликати в себе або інших ту чи іншу емоцію.

За Д. Люсіним формування емоційного інтелекту як такого відбувається під дією багатьох чинників – індивідуальної емоційної стійкості та чутливості, уявлень про емоції, що сформувалися впродовж життя та особливостей когнітивної роботи мозку – того, наскільки швидко та точно мозок обробляє інформацію афективного характеру. Саме тому модель ЕІ вченого належить до змішаних, позаяк Люсін вважає, що не можна розуміти емоційний інтелект лише як набір когнітивних здібностей, адже багато в цьому контексті залежить від зацікавленості людиною внутрішнім світом інших людей, здатності формувати власний емоційний вектор та діяти, виходячи з ціннісних мотивацій, які часом можуть виступати своєрідними «запобіжниками» до вияву надто імпульсивних або соціально засуджуваних реакцій [18] [17]

На основі власної теоретичної моделі, що зображена у вигляді таблиці 1.1. емоційного інтелекту Люсін створив авторський опитувальник ЕмІн.

Таблиця 1.1.

Модель емоційного інтелекту за Д. Люсінім (на основі теорії автора)

	<i>Міжособистісний EI</i>	<i>Внутрішньособистісний EI</i>
<i>Розуміння емоцій</i>	Розуміння чужих емоцій	Розуміння власних емоцій
<i>Управління емоціями</i>	Управління чужими емоціями	Управління власними емоціями; контроль експресії

Менш відомими авторами, які висловлювали своє бачення на структуру емоційного інтелекту є такі дослідники: К.В Петрідес та Е. Фернхем; Е.Л. Носенко та Н.В. Коврига; К. Саарні і т.д.

Варто також поговорити про тотожність понять «емоційний інтелект» та «емоційна компетентність». Вчені різняться у своїх поглядах на це питання, тож немає унітарної думки, якої можна було б дотримуватися. Найперше термін «емоційна компетентність» був описана Д. Гоулманом. Р. Бар-Оном, та К. Саарні у різних працях [29]

Д. Гоулман говорить про емоційний інтелект та емоційну компетентність як поняття, що «витікають» один з одного, адже на його думку, потрібно мати першопочатково певний рівень емоційного інтелекту, від якого надалі залежатиме наскільки ви зможете покращити свою емоційну компетентність. Можемо зробити висновок, що на думку Гоулмана, що EI є у всіх, але те, наскільки ми добре ним користуємося визначає власне ЕК. Її розширений варіант лежить в теоретичній моделі нашого дослідження [5]

Разом з тим, якщо ми зробимо крок назад і подивимось на модель здібностей Маєра та Саловея, які розглядають EI лише як набір емоційно-вольових здібностей і фактично не вживають термін «емоційна компетентність», ми побачимо, що ці вчені мають на увазі ті ж кластери, що і Гоулман та Бар-Он, які розглядають EI у як сукупність компетентностей та навичок. Визначення Маєра та Саловея говорить: «емоційний інтелект – це здатність приймати, усвідомлювати та розуміти свої та чужі почуття і емоції, а

також вміти ефективно використовувати їх в когнітивній, емоційній та іншій вольовій діяльності», що дуже перегукується з терміном Гоулмана: «емоційна компетентність – це здатність розпізнавати власні почуття та інших людей, мотивувати себе та успішно керувати емоціями в собі та міжособистісних стосунках» [31]. Це дає нам підставу вважати, що ЕІ та ЕК є тотожними поняттями.

Так само вважає польська дослідниця емоційного інтелекту та одна з співаторок психодіагностичної методики РЕС, що міряє рівень ЕІ, М. Миколайчак. Вона говорить про емоційну компетентність як менш вживаний синонімічний термін до визначення емоційного інтелекту, оскільки і в першому і в другому випадку ми говоримо про те, як індивід може усвідомлювати, виражати та керувати своїми емоційними проявами та інших людей в стосунку з собою та іншими людьми. Окрім цього, вона віддає перевагу терміну «емоційна компетентність», адже на думку науковиці «інтелект» є більш сталим та незмінним конструктом, що більше тяжіє до вроджених, генетично зумовлених особливостей людини, які не піддаються цілеспрямованому впливу, на відміну від компетенцій, початкова ступінь оволодіння якими визначена саме вродженими аспектами [29; ст 6-7]

Ми вважаємо, що доцільнішим буде вважати поняття «емоційний інтелект» та «емоційна компетентність» синонімічними, і надалі у нашій роботі ми будемо ними користуватися саме як тотожними. За нашими спостереженнями, коли ми використовуємо будь-які способи вимірювання чогось в структурі людської особистості, як правило, вимірюємо те, що піддається впливу і змінам, а отже в перспективі може бути покращеним та модифікованим. Саме тому коли говоримо про вимірювання ЕІ, ми можемо мати на увазі ЕК.

1.3 Взаємозв'язок емоційного інтелекту та різних видів підприємництва

Малий та середній бізнес є невід'ємною частиною економіки будь-якої країни. Усі великі корпорації та компанії колись починалися як маленькі підприємства, які з часом масштабувались, перебираючи на себе все більшу частку конкретного ринку. Дослідниця форм організації менеджменту, бізнесу та виробництва Левшук А. говорить, що *«у всіх країнах з розвиненою ринковою економікою малий бізнес довів свою значимість і ефективність як в економічному так і в соціальному плані»*. Науковиця зазначає, що малий бізнес є основним постачальником дрібних товарів на ринок й оскільки малих підприємств – кількісна більшість, саме вони визначають ключові характеристики внутрішнього валового продукту, темпи економічного розвитку суспільства, ступінь демократизації суспільства, наявність додаткових робочих місць. Окрім того, саме малі підприємства зменшують монополізацію на ринку, отже розквітає різноманіття товарів та послуг, з якого може обирати споживача це означає, що з'являється простір для інновацій та збільшується число осіб-підприємців, які своєю діяльністю безпосередньо впливають на розвиток економіки [13]

В контексті нашого дослідження нас цікавлять саме ті люди, які засновують та співзаснують малі та середні підприємства, а отже мають безпосередній стосунок до формування суспільно-економічного поля України. Чим більше підприємців працюють офіційно і сплачують податки, тим вищий показник внутрішнього валового продукту (ВВП) на душу населення, тим міцнішим стає так званий середній клас, що бере найбільш активну участь у розбудові громадянського суспільства, створюючи нові робочі місця та розширюючи асортимент товарів на послуг, котрі є на ринку. Підприємництво

пов'язане із постійним прийняттям рішень в умовах невизначеності, що прямо пов'язані із ризиком, адже спрогнозувати точно зміни в поведінці клієнта та ринкових тенденціях надскладно. Рішення, які власники бізнесів приймають щодня, впливають на відсоток продажів товарів чи послуг, створюють чи руйнують цінні партнерства, які приносять їм прибуток або збитки [13; ст.12]

Сьогодні, завдяки дослідженням структур мозку ми багато знаємо про те, що уявлення про раціональну, зважену та орієнтовану на максимальну вигоду, людину – це лише припущення і прийняття рішень відбувається насправді не так, як собі могли уявляти вчені протягом більшої частини 20 століття. Відтак, Деніел Канеман та Амос Тверські висунули гіпотезу про те, що існує дві системи завдяки яким людина приймає рішення. Першу – в спрощеному варіанті можемо розуміти як інтуїцію. Механізм, який приводить її в дію, швидкий, обумовлений емоціями, усі процеси відбуваються миттєво. Грунтом для цих процесів служать звички та проторені моделі поведінки, тому усе, що пов'язане з цією системою важко піддається будь-яким змінам. Фізіологічно ми можемо спостерігати описане вище, в процесі роботи амігдали, гіпокампу та інших нейроструктур, які складають лімбічну систему мозку. Система 2 працює значно повільніше, володіє великими обсягами інформації, здійснює операції більш послідовно, з усвідомленим контролем. Нейробіологічно система 2 співвідноситься з кірковими структурами мозку, що відповідають за стратегічне планування та раціоналізацію операційних процесів. Проте разом з тим, переважно, думки та дії припадають на роботу системи 1 [27]

Ми бачимо, що саме з Системою 1 пов'язаний емоційний інтелект, який є об'єктом нашого дослідження. У своїй книзі «Емоційний інтелект в бізнесі» Гоулман зазначає, що у зв'язку із глобалізацією ринку праці більший заробіток буде пов'язаний із новим видом продуктивності. Просто володіти

технічними навичками вже недостатньо. Оптимізація внутрішніх процесів як правило створює ще більше проблем, коли підприємства обходять увагою людський фактор, який заснований на емоціях та вміннях приймати ефективні рішення в умовах тиску. Змінюється бізнес – трансформуються складові досягнення успіху. Роботодавці, якими і є підприємці, шукають для своїх бізнесів спеціалістів, які не просто є професіоналами в своїй справі, а мають додаткові навички: здатність працювати в команді, швидко вчитися та пристосовуватися до змін. Як зазначає Гоулман «Нові виліки потребують нових талантів». Саме цими «талантами» можна вважати емоційну компетентність. [5; ст. 53]

Також Гоулман провів дослідження, яке добре ілюструє наскільки важливим є емоційний інтелект для бізнесу. Вчений дослідив 181 модель компетенцій, які необхідні для працевлаштування, які надала 121 компанія та організації з усього світу. Вони показували, чого очікують менеджери від тих, хто працює краще за більшість у своїй царині. Гоулман поділив компетенції для кожної сфери на суто технічні (когнітивні) та емоційні. Він наводить приклад компанії Атосо, яка визначила, що першокласний керівник проєктів з інформаційних технологій мусить мати 15 ключових компетенцій. З них 4 виявилися суто технічними, всі ж інші мали статус емоційних. За підрахунками науковця, в межах навіть однієї прописаної моделі компетенцій, необхідної для працевлаштування результат був очевидним – 73% здатностей, що потрібні, на думку компанії, керівнику проєктів з інформаційних технологій є питомо емоційними. [5; ст.52].

Проаналізувавши 181 модель таким ж способом, вийшло, що 67% якостей, що визначають успішність працівників є емоційними. Тобто в порівнянні з фаховими знаннями та рівнем інтелекту, емоційна компетентність переважала над групою технічних навичок майже вдвічі, незалежно від видів

робіт та галузевого спрямування компаній чи організацій. Треба сказати, успішність визначалася чіткими KPI (Key Performance Indicator, інашими словами ключові показники ефективності) – кількістю продажів, які здійснив працівник на цій посаді за певний період часу чи інших цифрах (кількість товарообігу в рік, маржинальність, тощо), які демонструють покращення становища бізнесу на ринку. Також застосовувалися всебічні системи оцінювання, де усі, хто дотичний до співпраці з конкретною людиною всередині компанії (партнери, колеги, керівники), оцінювали її з різних перспектив взаємодії з конкретним працівником, включно з суб'єктивною оцінкою власної роботи та деталізації алгоритму дій, що вони робили в трьох випадках професійних перемог або трьох випадках професійних невдач [5;ст.52]

Дослідження Гоулмана одне з багатьох, яке доводить – якщо власники бізнесу користуються перевагами розвитку емоційної компетентності, то автоматично це безпосередньо впливає на заробітки компанії та її зростання на ринку. Саме тому ми вважаємо, що важливо досліджувати емоційний інтелект в контексті підприємництва в українських реаліях, щоб завдяки міждисциплінарній співпраці фахівців психічного здоров'я та власників бізнесів ми могли глобально покращувати стан української економіки.

Поряд із класичними підприємництвом, яке ставить собі на меті лише збільшення прибутку та реінвестування існує особливий вид ведення бізнесу. Передумовою до його існування й розвитку якого ми вважаємо емоційний інтелект, а також високий рівень емпатії. Мова йде про *соціальне підприємництво*.

Соціальне підприємництво - це абсолютно інноваційний спосіб ведення бізнесу, який включає в себе філософію «win-win» співпраці, коли окрім вигоди для двох сторін торгово-економічних відносин, є ще третя сторона, якій

співпраця останніх двох теж приносить профіт. Третьою стороною, зазвичай, виступає певна категорія населення, що потребує допомоги. Або ж, існує соціальна проблема, яка створює дискомфорт певній групі людей і потребує вирішення. На відміну від звичайного (класичного) бізнесу, цілі у соціального підприємництва інші. Співзасновники соціального бізнесу ставлять собі за мету вирішення соціальних проблем, а не отримання прибутку, хоча це не означає, що останнє немає місця. Це не благодійність, а першопочатково спосіб, яким неприбуткові громадські організації могли почати заробляти на свої потреби та ініціативи, вийшовши з грантової залежності.

Соціальне підприємництво в Україні все ще не є розповсюдженим, проте поступово формується і розширюється спільнота небайдужих, яка обирає пріоритетом не маржинальність, а вирішення соціальних болей за допомогою інструментів бізнесу. В світовій науці досі не існує однозначного тлумачення терміну «соціальне підприємництво», від чого часто виникає плутанина між поняттям соціального підприємництва (СП) та соціальної корпоративної відповідальності (СКВ) [24]

В основі поняття СП лежить концепція Дж. Емерсона «змішаної» або «комбінованої цінності», яка говорить, що організація є органічним елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якої сполучається і соціальне та економічне, причому взаємодія цих двох кластерів розглядається як взаємодоповнююча, а не ізольована одна від одної.

Емерсон говорить: *«Питання полягає не в тому, що обирати – створення економічного багатства або соціальне удосконалення, а у тому, щоб створювати цінності та використовувати ресурси для збільшення благ за безперервного виробництва обох їх видів (економічних і соціальних)»*. Концепція вченого також говорить, що будь-яке підприємство створює

комбіновану цінність, а також те, що існує безперервна взаємодія соціальних та економічних цілей діяльності організації. [24;ст.25]

Якщо подивитися на погляд Емерсона із загальної перспективи, то будь-який бізнес існує завдяки тому, що у споживача є певна проблема, яку вирішує певний продукт чи послуга. Соціальний бізнес розширює це розуміння, тому що він не просто вирішує запит клієнта, пропонуючи товар або послугу, а ставить перед собою першочергову глобальнішу ціль – вирішити своїм продуктом або послугою конкретну соціальну проблему.

Оскільки немає схожих досліджень, які б допомогли нам завчасно обґрунтувати наші здогадки, на етапі обговорення гіпотези, ми можемо припустити, що для організації роботи соціального підприємства потрібен високий рівень емпатії та емоційної компетентності з декількох причин:

- Уся взаємодія всередині СП та його діяльність зовні, засновані на продуктивній комунікації між людьми, вирішенні проблем вразливих категорій населення в ґрунті яких лежать фізичні та емоційні потреби цих людей. Ми вважаємо, що для їх розуміння, важливу роль грає розвинута емоційна компетентність та емпатія. Їх неможливо, на нашу думку, уявити без розвинутої емоційної компетентності та емпатії
- Бажання допомогти включає в себе співпереживання та розділення стану іншої людини, яка опинилася в скруті. Саме таким людям найчастіше своєю діяльністю допомагають СП.
- Усі рішення всередині СП приймаються не ієрархічно (вищою ланкою керівництва), а колегіально, тому що кожен член команди несе відповідальність за свою частину процесу і таким чином все, що стосується глобального стратегічного розвитку піддається обговоренню, а отже керівник або співзасновник, який часто

виступає фасилітатором цього процесу, потребує вміння слухати та чути, добре усвідомлювати власні емоції та інших членів команди, екологічно їх виражати, розпізнавати потреби працівників, вирішувати конфлікти, і т.д. Усе це є навичками емоційної компетентності.

Багато звичайних бізнесів мають схожу внутрішню організаційну культуру до соціальних підприємств. Це не дивно, адже коли кожен з команди відчуває себе залученим і усвідомлює свій вплив на вектор компанії, це посилює мотивацію та бажання працювати краще. Єдина відмінність в тому, що соціальне підприємництво несе додану вартість не лише тим, кому воно допомагає, а й працівникам, що беруть участь у розбудові такого бізнесу. Для багатьох людей розуміння того, що їхня робота безпосередньо впливає на життя людей додає наснаги робити свою роботу далі.

В зв'язку із такими потребами та особливостями соціального підприємництва, ми вважаємо доцільним опиратися саме на розширену модель емоційного інтелекту Деніела Гоулмана. Саме цю концепцію ми вважаємо найбільш доцільною, адже вона показує, як можна розвивати ті чи інші емоційні компетентності підприємцям, бо в структурі своїй вона адаптована до потреб бізнесу [5]

Як ми згадували у попередніх підрозділах, Гоулман виділяє 5 вимірів або кластерів емоційного інтелекту, які він ділить на дві групи вмінь – особисті та соціальні. До особистих відносяться самосвідомість, саморегуляція та мотивація, до соціальних – емпатія та соціальні навички. Перші визначають як ми даємо раду собі, другі – як нам вдається будувати стосунки з іншими. В кожному з цих вимірів Гоулман виділяє специфічні компетентності, від розвинутих яких залежить рівень емоційного інтелекту та ступінь його

продуктивної інтегрованості в життя індивіда. Комплексно цю модель можна розглянути у схемі. [5; ст.46-47]

Варто також уточнити, що саме вчений має на увазі під кожним виміром та компетенцією, що належить до цього виміру.

Група 1. Особисті вміння.

Кластер 1. Самосвідомість – розуміння своїх вподобань, виявів, ресурсів та станів.

- ***Емоційна усвідомленість*** – розпізнавання та ідентифікація емоцій, а також їх наслідків;
- ***Точна самооцінка*** – дослідження та визнання своїх обмежень, точок опори та сильних сторін;
- ***Впевність у собі*** – стабільне відчуття можливостей та власної цінності.

Кластер 2. Саморегуляція – керування внутрішніми ресурсами, станами та імпульсами

- ***Самоконтроль*** – уміння стишувати та стримати деструктивні імпульси та руйнівні емоції;
- ***Надійність*** – ціннісна орієнтованість, дотримання моральних норм чесності та порядності;
- ***Новаторство*** – здатність дружити з новими підходами, ідеями та новою інформацією;
- ***Адаптивність*** – вміння гнучко реагувати на зміни.

Кластер 3. Мотивація – внутрішні рухи емоцій, які сприяють досягненню мети або ведуть безпосередньо до її втілення

- ***Відданість*** – узгодження власних дій з цілями організації або групи;
- ***Ініціативність*** – готовність діяти тоді, коли є перша можливість для цього;
- ***Потяг до досягнень*** – прагнення відповідати встановленим стандартам якості та вдосконалюватися
- ***Оптимізм*** – наполегливий рух до мети попри всі невдачі та перерони.

Група 2. Соціальні вміння

Кластер 4. Емпатія – розуміння потреб, емоцій та проблем ближнього, здатність подивитися на ситуацію очима іншої людини.

- ***Розуміння інших*** – проявлення активної цікавості до проблем іншого, вміння розпізнавати почуття, погляди та стан людини поруч;
- ***Розвиток інших*** – сприяння посиленню можливостей іншої людини в зв'язку з їх потребами;
- ***Клієнтоорієнтованість*** – розпізнавання, передбачення та задоволення потреб клієнта;
- ***Політична свідомість*** – розпізнавання співвідношення сил у групі, відстежування емоційних течій всередині колективу;
- ***Використання різноманіття*** – створення рівних можливостей для різних типів людей.

Кластер 5. Соціальні навички – вміння провокувати в інших бажані для нас реакції.

- ***Комунікація*** – вміння відкрито слухати і чути, надавати переконливі послання та повідомлення опоненту;

- **Впливовість** – володіння дієвими методами переконання;
- **Лідерство** – надихати й вести окремих людей і групи;
- **Змінотворення** – ініціювати зміни та менеджерувати їх;
- **Налагодження зв'язків** – плекання корисних стосунків;
- **Навички командної роботи** – створення колективної синергії для досягнення спільних цілей;
- **Співпраця та співробітництво** – працювати з іншими заради спільної мети.

На нашу думку, саме високий рівень розвитку компетенцій групи 2 зумовлюють існування явища соціального підприємництва. Також ми вважаємо, що у звичайних підприємців цей показник буде нижчим. Окрім цього, для нас є важливим дослідити як проявлені компетенції групи 1 у соціальних підприємців у порівнянні зі звичайними підприємцями, чи існує взаємозв'язок між різними компетенціями в обох груп досліджуваних. Відповідно до цього ми спробували побудувати теоретичну модель нашого дослідження на рисунку 1.4.

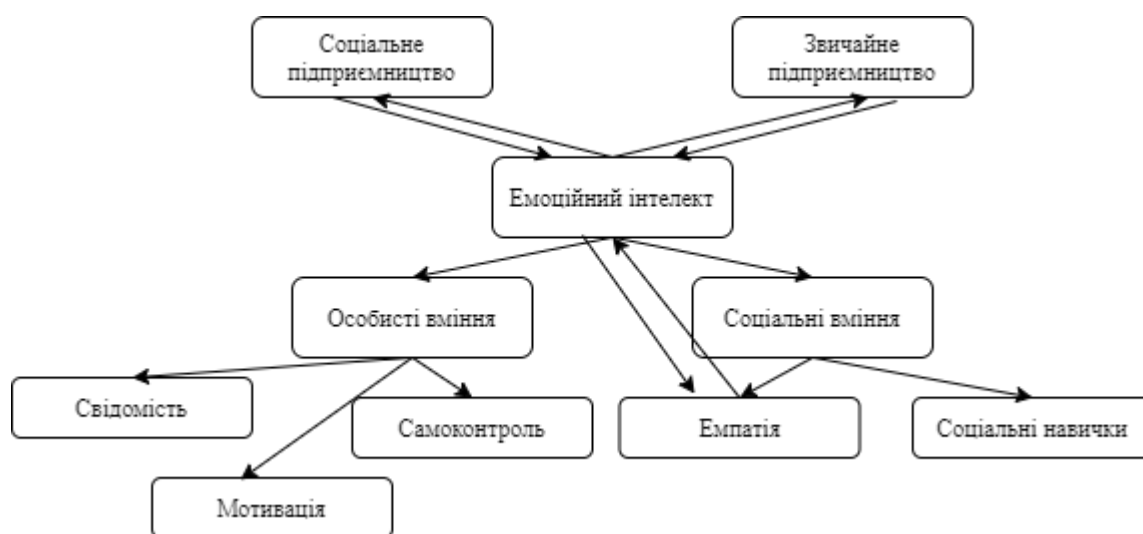


Рис. 1.4. Теоретична модель дослідження

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСІБ, ЩО ЗАЙМАЮТЬСЯ СОЦІАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

2.1 Особливості проведення дослідження, його етапи та характеристика вибірки

Дослідження було організоване в декілька етапів:

На першому етапі ми дослідили теоретичні аспекти емоційного інтелекту та соціального підприємництва. Виходячи з того, що таке СП і як вони функціонують, ми почали пошук валідних та надійних методик, які б допомогли нам виміряти рівень розвитку емоційної компетентності у соціальних підприємців в порівнянні із підприємцями, що ведуть звичайний бізнес. Відповідно до цього ми створили дизайн Анкети-опитувальника, яка містила в собі дві методики – для вимірювання емоційного інтелекту та емпатії. Застосовані методики і біографічні запитання для соціальних та класичних підприємців були однаковими. Нашою метою було виміряти рівень емоційного інтелекту у двох груп досліджуваних та подивитися, чи є компетенції, які є статистично значущі відмінності між соціальними підприємцями та класичними підприємцями

На другому етапі відбувалося формування, розробка онлайн-форми, розсилання листів із анкетною потенційними респондентам та збір необхідних даних. Ми обрали саме онлайн формат з декількох причин:

- такий формат збору даних є безпечнішим та доступнішим в умовах пандемії вірусу Covid-19;
- підприємців, які готові витратити час на офлайн зустрічі досить мало, онлайн-опитувальник не займає багато часу, а отже дозволяє їм пройти його не відходячи далеко від своїх нагальних справ;
- вибірка соціальних підприємців є специфічною та малочисельною в Україні, тому єдиним варіантом був саме такий формат.

Ми створили анкету-опитувальник, який був розрахований одразу на дві групи досліджуваних – соціальних та класичних підприємців. Він містив наступні блоки:

- запитання, яким видом підприємництва респондент займається – соціальним чи класичним;
- згода на участь у дослідженні та обробку особистих даних;
- біографічні дані та питання, що містять в собі критерії включення (за якою системою оподаткування працюють, скільки працівників в команді, тощо);
- опитування з використанням валідних та надійних психодіагностичних методик.

Загалом анкета містила питання, які дозволяють ідентифікувати особу, але вони не були обов'язковими – учасники могли залишитися анонімними. Тим не менш, ми всеодно запитували у всіх респондентів згоду на обробку персональних даних. Також під час формування анкети, ми комунікували з

авторами методик і отримавши всі необхідні дозволи на використання опитувальників та ключів до них.

На третьому етапі ми займалися обробкою отриманих даних, тестуванням гіпотез, визначенням значущих показників, інтерпретацією даних та формуванням висновків. Дослідження тривало три місяці, з березня 2021 до травня 2021.

2.2. Характеристика вибірки та процедури проведення дослідження

Вибірка дослідження: соціальні та класичні підприємці (керівники, засновники та співзасновники бізнесів), які ведуть свою діяльність у різних сферах, є власниками малого або середнього бізнесу (штат до 50 осіб), віковий діапазон 18 - 50 років.

Загалом у дослідженні взяло участь 54 особи, з них 24 ведуть звичайний бізнес, 30 є соціальними підприємцями (Рис. 2.1).

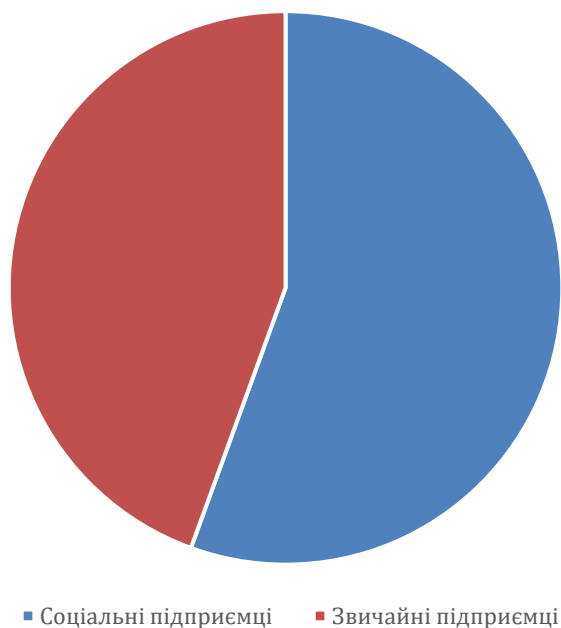


Рис. 2.1. Розподіл опитуваних за типом підприємницької діяльності

Участь в опитуванні була добровільною. Збір даних відбувався за відкритим посиланням на платформі Google Form. Ми не акцентували увагу на царинах, в яких респонденти реалізують свій бізнес, оскільки це не мало би впливу на статистично значущі показники. 2 анкети ми були змушені відсіяти, бо досліджувані заповнили форму 2 рази.

Важливим був показник, яким чином в юридичному контексті опитувані здійснюють свою підприємницьку діяльність. Як бачимо, 55,6% ведуть бізнес як ФОП 3 групи, 18,5% мають ГО на базі якої є ТОВ або ФОП, 14,8% працюють як ФОП 2 групи, лише 3,7% є ФОПами 1 групи і 7,4% провадять підприємницьку діяльність неофіційно. Попри те, що у суспільстві побутує стереотип, що бізнес - нежіноча справа, гендерний розподіл в нашому дослідженні показує зворотнє – 53,7% складають жінки-підприємці і 46,3% чоловіки. У зв'язку з цим виникло питання про те, щоб порівняти не лише заплановані вибірки – соціальних та класичних підприємців, а й перевірити, чи є статистично значущі відмінності за ознакою статі (чоловіки та жінки) всередині двох груп.

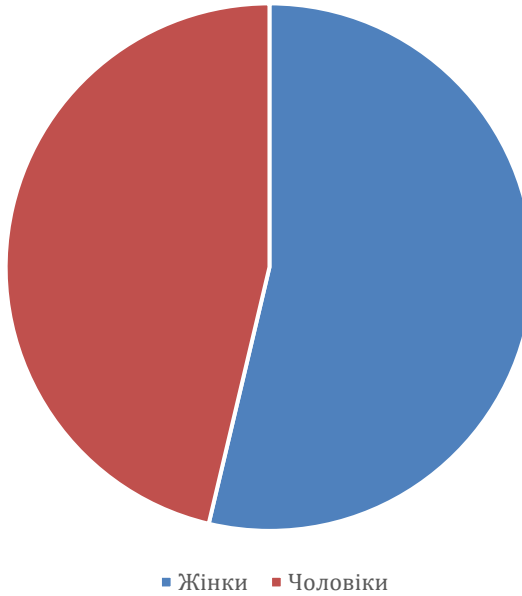


Рис. 2.2. Розподіл респондентів за статтю

61,1% вибірки мають вік у діапазоні від 25 до 40 років, 20,4% – 40 і більше й тільки 18,5% віком від 18 до 25 років.

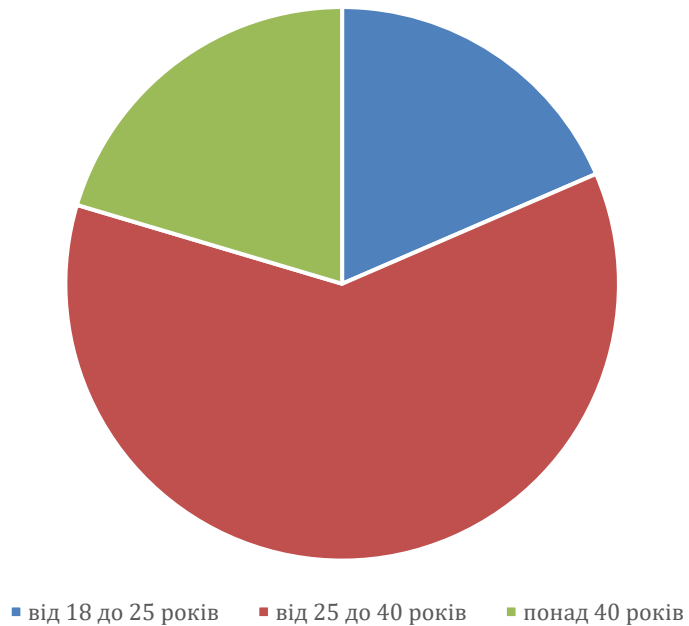


Рис. 2.3. Розподіл респондентів за віковою категорією

87% респондентів є представниками малого бізнесу і лише 18% мають середній за масштабом бізнес.

2.2. Методики емпіричного дослідження

Ми використовували два психодіагностичні опитувальники, а також методи математичної статистики.

Щоб отримати релевантні результати, ми використовували метод опитування, оскільки він дозволяв найкраще об'єднати таку специфічну і малочисельну вибірку як соціальні та звичані підприємці, а також валідні та надійні психодіагностичні методики.

Одну з них ми знайшли у відкритих джерелах в українському перекладі (*Діагностичний опитувальник емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна)*), іншу ж отримали безкоштовно у авторки методики за умови, що ми будемо використовувати цей інструмент виключно у цілях, передбачених науковою роботою (*Профіль емоційної компетентності (PEC, Brasseur & Mikolajczak)*). Оскільки друга методика потребувала перекладу з англійської, ми скористалися вже готовим перекладом, який зробила і підтвердила його валідність у Центрі іноземних мов наша колега і попередниця Марич Я.О.

Такий вибір методик вмотивований наступними причинами:

- обрані методики є найбільш валідними та надійними з усіх тих, що є відкритому безкоштовному доступі;
- застосовані разом, ці методики дозволяють виміряти усі необхідні компетентності за усіма 5-ма вимірами емоційного інтелекту згідно з теоретичною моделлю (додаток ? з теор. Мод);

- опитувальники є короткими, а отже не надто втомлюють респондентів, що на нашу, думку, сприяє більшій валідності дослідження.

Пропонуємо детальніше ознайомитися із психодіагностичними методиками, використаними для вимірювання емоційного інтелекту та емпатії для двох груп досліджуваних:

Профіль емоційної компетентності (PEC, Brasseur & Mikolajczak).

Методика складається з 50 тверджень, які вимірюють 10 субшкал (5 шкал, що стосуються взаємодії з власними емоціями та ще 5 шкал, які відносяться до взаємодії з емоціями інших людей – «ідентифікація емоцій», «розуміння емоцій», «вираження емоцій», «регулювання емоцій» і «використання емоцій»). В результаті, кожна група на 5 шкал формує 2 великих шкали: «Інтраперсональну ЕС», «Інтерперсональну ЕС». Середній показник від шкал «Інтерперсональної ЕС» та «Інтраперсональної ЕС» дають «Загальний Показник ЕС». Кожному твердженню присвоюється бал у проміжку від 1 до 5, де 1 означає, що твердження не описує респондента взагалі або він ніколи так не реагує, а 5 означає, що твердження описує учасника дослідження дуже добре або що ця конкретна реакція йому притаманна дуже часто (Додаток 1).

Діагностичний опитувальник емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна). Методика містить 25 запитань і лише одну шкалу – рівень вираженості емпатії. За кожним твердженням респондент має висловити свій ступінь вираженості згоди – «так (завжди)», «скоріше так, ніж ні (часто)», «скоріше ні, ніж так (рідко)», «ні (ніколи)». Кожній відповіді потім виставляється бал і рахується загальний показник. Інтерпретація відбувається за таблицею переліку балів у стандартні оцінки за шкалою стенів (Додаток 2)

Математично-статистичні методи опрацювання отриманих даних.

Для інтерпритації були використані описові методи статистики (середні значення, стандартні відхилення, асиметрія, тощо). Відповідність нормальності розподілу за шкалами були визначені за W-критерієм Шапіро-Уїлка. Порівняння ми здійснили за допомогою t-критерію Стьюдента та непараметричного U-критерію Мана-Уїтні (в залежності від розподілу). Кореляції були обчислені за допомогою коефіцієнтів Пірсона та Спірмена (в залежності від розподілу). Також ми застосували факторний та дискримінантний аналіз для підтвердження чи спростування гіпотези.

Розрахунки проводились за допомогою потужностей Statistica 11.0, SPSS 17.0 та Google Таблиці.

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

3.1. Аналіз отриманих результатів дослідження на основі статистичних методів дослідження

Обробку даних ми почали з перевірки нормальності розподілу. Для цього ми використали показник Шапіро-Уїлка. Він допомагає оцінити цей показник, що надалі дозволить нам обирати коректні статистичні методи. Результати розрахунку за вибіркою звичайних та соціальних підприємців наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Оцінка нормальності розподілу за вимірюваними шкалами для звичайних та соціальних підприємців (W-критерій Шапіро-Уїлка)

Шкали	Звичайні підприємці			Соціальні підприємці		
	W	p	Тип розподілу	W	p	Тип розподілу
Іден.Ем.Вл.	0.901	0.027	Не відповідає нормальному	0.941	0.095	Нормальний
Іден.Ем.Ін.	0.907	0.036	Не відповідає нормальному	0.964	0.400	Нормальний
Розум.Ем.Вл.	0.855	0.003	Не відповідає нормальному	0.946	0.134	Нормальний
Розум.Ем.Ін.	0.944	0.222	Нормальний	0.967	0.448	Нормальний
Вир.Ем.Вл.	0.902	0.028	Не відповідає нормальному	0.939	0.086	Нормальний
Чт.Ем.Ін.	0.942	0.200	Нормальний	0.954	0.211	Нормальний
Регул.Ем.Вл.	0.966	0.596	Нормальний	0.961	0.321	Нормальний
Регул.Ем.Ін.	0.923	0.078	Нормальний	0.859	0.001	Не відповідає нормальному
Викор.Ем.Вл.	0.947	0.251	Нормальний	0.866	0.001	Не відповідає нормальному
Викор.Ем.Ін.	0.972	0.744	Нормальний	0.964	0.383	Нормальний
Інтра.ЕС	0.973	0.767	Нормальний	0.967	0.464	Нормальний
Інтер.ЕС	0.946	0.247	Нормальний	0.949	0.158	Нормальний
Загал.Пок.ЕС	0.954	0.354	Нормальний	0.966	0.443	Нормальний
Емпатія	0.908	0.036	Не відповідає нормальному	0.935	0.065	Нормальний

Аналізуючи дані, що були подані у таблиці, ми можемо сказати, що група соціальних підприємців демонструє нормальність розподілу за усіма шкалами, окрім шкал «Регулювання емоцій інших» та «Використання власних емоцій». Міру асиметрії та ексцеси за кожною шкалою можна переглянути у додатках 5 та 6. Ця інформація дозволяє правомірно використовувати параметричні та непараметричні методи для аналізу.

Наступним кроком, щоб підтвердити, або спростувати гіпотезу про те, що соціальні підприємці мають відмінності за емоційною компетентністю та емпатією, ми провели порівняльний аналіз. Для шкал розподілом, що не відповідає нормальному, був використаний **U-критерію Мана-Уїтні**. Результати обчислень наведені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Результати порівняльного аналізу показників звичайних та соціальних підприємців за вимірюваними шкалами (U-критерій Мана-Уїтні)

Шкали	Звичайні		Соціальні		U (p)	Наявність відмінностей
	Mean	SD	Mean	SD		
Іден.Ем.Вл.	3.97	0.57	3.93	0.69	0.696	Відмінностей немає
Іден.Ем.Ін.	3.93	0.79	3.83	0.70	0.475	Відмінностей немає
Розум.Ем.Ін.	3.83	0.65	3.84	0.61	0.241	Відмінностей немає
Вир.Ем.Вл.	3.95	0.84	3.77	0.71	0.321	Відмінностей немає
Регул.Ем.Ін.	3.67	0.68	3.78	0.57	0.921	Відмінностей немає
Викор.Ем.Вл.	3.75	0.77	3.77	0.71	0.878	Відмінностей немає
Емпатія	4.48	1.31	5.20	1.65	0.107	Відмінностей немає

Ми бачимо, що показник $U(p)$ за жодною із вказаних шкал не відповідає вимозі $p \leq 0,05$. Це вказує на те, що вибірки соціальних та звичайних підприємців не виражають статистично значущі відмінності.

Для формування більш повної картини ми порівняли між собою шкали з нормальним розподілом за **t-критерієм Стюдента**. Спершу, для доведення правомірності використання цього статистичного методу, звернемо увагу на

значення, щ обули отримані за тестом Левене. Отримані данні наведені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Значення тесту Левене для вибірок соціальних та звичайних підприємців

Шкала	p
Розум.Ем.Ін.	0.840
Чт.Ем.Ін.	0.237
Регул.Ем.Вл.	0.091
Викор.Ем.Ін.	0.691
Інтра.ЕС	0.659
Інтер.ЕС	0.144
Загал.Пок.ЕС	0.587

Для того, щоб використання обраного критерію було правомірним, за тестом Левене $p \geq 0,05$. Як ми бачимо, ця умова дотримана, тому ми можемо переходити до результатів порівняння (Таблиця 3.4.).

Таблиця 3.4.

Результати порівняльного аналізу показників звичайних та соціальних підприємців за вимірюваними шкалами (t-критерій Стьюдента)

Шкали	Звичайні		Соціальні		t (p)	Наявність відмінностей
	Mean	SD	Mean	SD		
Розум.Ем.Ін.	3.83	0.65	3.84	0.61	0.937	Відмінностей немає
Чт.Ем.Ін.	3.95	0.84	3.77	0.71	0.929	Відмінностей немає
Регул.Ем.Вл.	3.56	0.53	3.59	0.81	0.878	Відмінностей немає
Викор.Ем.Ін.	3.67	0.68	3.78	0.57	0.623	Відмінностей немає
Інтра.ЕС	3.87	0.47	3.79	0.52	0.538	Відмінностей немає
Інтер.ЕС	3.78	0.57	3.77	0.44	0.892	Відмінностей немає
Загал.Пок.ЕС	3.83	0.48	3.78	0.44	0.678	Відмінностей немає

Ми бачимо, що і за цими шкалами відмінності відсутні. Ці результати спростовують головну гіпотезу нашого дослідження про те, що соціальні підприємці мають вищий рівень емоційного інтелекту та емпатії, аніж звичайні підприємці.

Отримавши ці дані, ми припустили, що якщо немає статично значущих відмінностей за рівнем емоційного інтелекту та емпатії і в порівнянні вибірки є тотожними, можливо, існує кореляція між певними шкалами, які міряють емоційний інтелект та рівнем емпатії.

Так як розподіл за шкалою емпатії для вибірки звичайних підприємців не відповідає нормальному, ми використовували **кореляційний аналіз за коефіцієнтом Спірмана**. Для соціальних підприємців, для аналізу кореляцій між шкалами з нормальним розподілом був залучений ще й **коефіцієнт Пірсона**. Результати обчислень подані у додатках 7 та 8.

Відповідно до них ми не виявили жодних статистичних зв'язків між показниками емоційного інтелекту та емпатією для жодної з вибірок. Зауважимо, що для вибірки звичайних підприємців $r = -0.044$ ($p=0.843$) між емпатією та загальним показником емоційного інтелекту, а для соціальних – $r = -0.115$ ($p=0.544$). Це дозволяє говорити нам про відсутність зв'язків між даними показниками. Робимо висновок, що на прикладі даної вибірки емпатія та емоційний інтелект не мають закономірних зв'язків і не впливають один на одного.

Аби перевірити чи групуються шкали, які мають більші показники за загальні у фактори, що мають статистичне навантаження, а отже є особливо важливими для обох вибірок ми застосували **багатофакторний аналіз**. Для того, аби використовувати його ми мусимо мати вдвічі більше досліджуваних, аніж шкал. Цю вимогу ми дотримали – 54 респонденти проти 14 шкал.

В результаті обчислень за **критерієм Кайзера** ми визначили 4 фактори, які мають достатню статистичну навантаженість, щоб ми могли їх розглядати. Результати обчислень наведені у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Результати розподілу шкал на фактори за критерієм Кайзера

Фактор	Власне значення	% загальної дисперсії	Кумулятивне власне значення	Загальний %
1	6.972	49.801	6.972	49.801
2	1.644	11.741	8.616	61.542
3	1.275	9.106	9.891	70.648
4	1.024	7.317	10.915	77.964

Ми бачимо, що майже 50% сукупної дисперсії описуються фактором 1. А тому його було б достатньо для вичерпного опису, але ми вирішили узгодити наше рішення додатково із критерієм «кам'яного осипу».

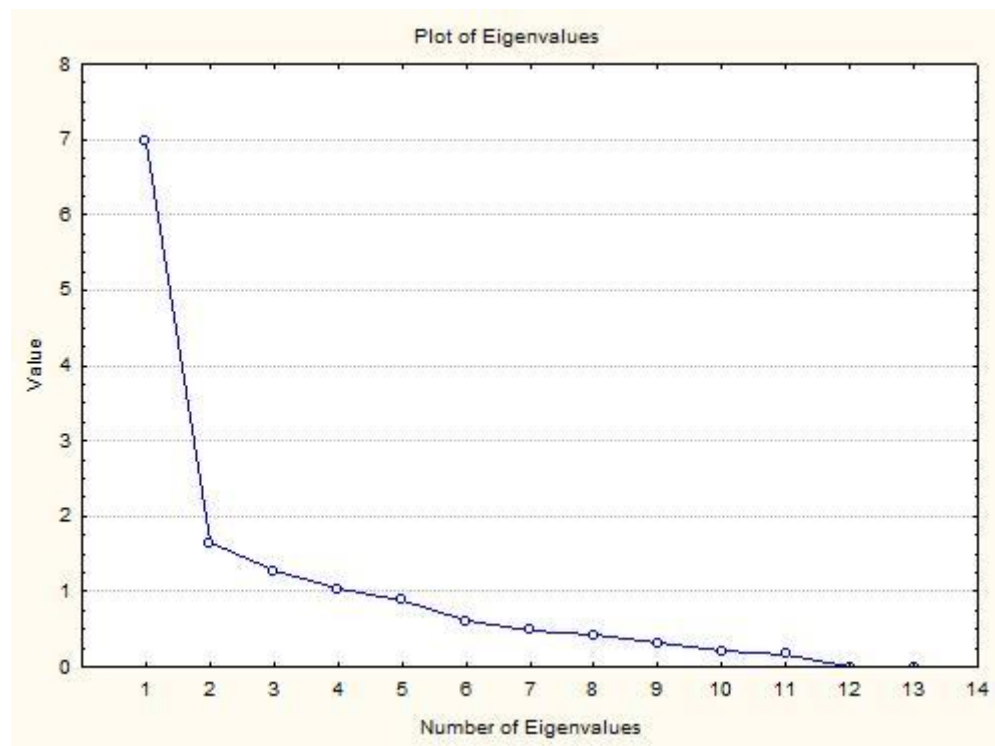


Рис.3.1. Результати аналізу за графіком «кам'яного осипу»

Узгодившись з ним, ми прийняли спершу рішення виділити 2 основних фактори, але при перевірці факторного навантаження не були включені у жодний з факторів близько половини шкал, тому ми вирішили

виділити 3 основні фактори, які зможуть описати 70,7% від загальної дисперсії. Результати обчислень наведений у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6.

Результати перевірки факторного навантаження за вимірюваними шкалами

Шкали	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Іден.Ем.Вл.	0.118	0.799	0.072
Іден.Ем.Ін.	0.826	0.211	-0.066
Розум.Ем.Вл.	0.104	0.667	0.038
Розум.Ем.Ін.	0.654	0.564	-0.148
Вир.Ем.Вл.	0.572	0.569	-0.074
Чт.Ем.Ін.	0.867	-0.111	0.146
Регул.Ем.Вл.	0.191	0.680	0.091
Регул.Ем.Ін.	0.638	0.318	0.015
Викор.Ем.Вл.	0.262	0.414	0.606
Викор.Ем.Ін.	0.194	0.605	-0.358
Інтра.ЕС	0.366	0.888	0.209
Інтер.ЕС	0.871	0.435	-0.120
Загал.Пок.ЕС	0.681	0.730	0.050
Емпатія	-0.143	-0.042	0.855

У таблиці кольором виділені ті шкали, що входять до одного з факторів. Таким чином ми бачимо, що до першого фактору входять шкали ідентифікації емоцій інших, чуття емоцій інших, регулювання емоцій інших та інтрасональний показник емоційного інтелекту, який має найбільше факторне навантаження (0,871). Тому даний фактор ми назвемо на його честь «Інтерперсональний емоційний інтелект».

До другого фактору увійшли шкали ідентифікації, розуміння. Регуляції та використання власних емоцій, а також загальний показник інтрасонального емоційного інтелекту із факторним навантаженням 0,888. Цей фактор ми назвали «Інтрасональним емоційним інтелектом».

Третій фактор об'єднав шкали використання власних емоцій та емпатії. За показником з найбільшим факторним навантаженням ми назвемо даний фактор «Емпатія».

Шкали розуміння емоцій інших, вираження власних емоцій, а також загальний показник емоційного інтелекту не увійшли до жодного з факторів.

Таким чином ми отримали просту факторну структуру. Вона близька до тієї, щ обула запропонована авторами методик, але у більш узагальненому вигляді ми можемо зручніше нею оперувати. Отримавши факторні оцінки для кожного з досліджуваних (додаток 9) ми припустили, що досліджувані можуть виявляти відмінності за даними показниками, а тому провели порівняльний аналіз.

Для визначення методу, який правомірно використовувати у даному випадку, ми повторно обчислили **критерій Шапіро-Уїлка** для звичайних та соціальних підприємців за кожним фактором (таблиця 3.7.).

Таблиці 3.7.

Оцінка нормальності розподілу за виділеними факторами для звичайних та соціальних підприємців (W-критерій Шапіро-Уїлка)

Шкали	Звичайні підприємці			Соціальні підприємці		
	W	p	Тип розподілу	W	p	Тип розподілу
Інтер ЕС (Фактор 1)	0.950	0.291	Нормальний	0.986	0.953	Нормальний
Інтра ЕС (Фактор 2)	0.961	0.475	Нормальний	0.982	0.872	Нормальний
Емпатія (Фактор 3)	0.966	0.585	Нормальний	0.956	0.243	Нормальний

Через те, що усі фактори відповідають нормальному розподілу, доречно буде використати для порівняння t-критерій Стьюдента. Для розуміння того, що ми обрали метод правильно – звернемо уважк на тест Левене (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8.

Значення тесту Левене для вибірок соціальних та звичайних підприємців

Шкала	p
Інтер ЕС (Фактор 1)	0.064
Інтра ЕС (Фактор 2)	0.145
Емпатія (Фактор 3)	0.444

За усіма шкалами виконується вимога $p \geq 0,05$, тому ми можемо використовувати t-критерій Стьюдента. Результати його обчислення наведені у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9.

Результати порівняльного аналізу показників звичайних та соціальних підприємців за виявленими факторами (t-критерій Стьюдента)

Шкали	Звичайні		Соціальні		t (p)	Наявність відмінностей
	Mean	SD	Mean	SD		
Інтер ЕС (Фактор 1)	-0.01	1.24	0.01	0.80	0.944	Відмінностей немає
Інтра ЕС (Фактор 2)	0.10	0.80	-0.08	1.14	0.521	Відмінностей немає
Емпатія (Фактор 3)	-0.19	0.89	0.15	1.07	0.218	Відмінностей немає

Як ми бачимо, у даному випадку, відмінності також відсутні. Це дає нам підстави вважати, що наша гіпотеза, сформульована на початку дослідження, спростована.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯМ

Ми рекомендуємо підприємцям звернути увагу на розвиток емоційних компетенцій, оскільки за даними методики на вимірювання емоційного інтелекту ПЕК середній показник розвитку ЕІ усіх респондентів, які взяли участь у дослідженні становить – 3,75 бали з 5, що означає середній рівень розвитку емоційної компетентності. Оскільки ринок змінюється, і як було зазначено в Розділі 2, методи бізнесу теж трансформуються, підприємницька діяльність потребує нових видів ефективності.

Сьогодні продуктивну взаємодію в межах бізнесів та партнерства породжують не технологічні ноу-хау і повністю оптимізовані бізне-процеси, а люди, які вміють швидко адаптуватися, вирішувати конфлікти, давати раду з новими викликами, що часто викликають тривогу і страх та гнучко діяти в умовах невизначеності.

Ми вважаємо, що якщо підприємці зможуть покращити навички емоційної компетентності з середнього показника (що теж дуже добре) до високого, то це дозволить їм легше та ефективніше вести переговори з партнерами, швидше вирішувати кризові ситуації та бути в більшому ресурсі та контакті з собою.

На основі отриманих показників за різними шкалами, можна розробити експериментальний дизайн тренінгу з емоційної компетентності, з акцентом на покращення тих навичок, які за результатами опитування мали нижчий бал і є менш розвиненими (середнє числове значення яких нижче 3,7 – середного балу за шкалою «Глобальна ЕС» – це такі шкали як «Регуляція власних емоцій» - 3,56, «Регуляція емоцій в стосунку з іншими» - 3,67, «Нейтралізація емоцій в стосунку з іншими людьми» - 3,59).

Так само ми радимо засновникам та співзасновниками підприємств проводити періодичні тестування на емоційний інтелект в команді і з допомогою фахівця, який зможе зібрати та обробити дані, на їх основі розробити індивідуальний корпоративний тренінг з емоційної компетентності, який буде прицільно спрямований на розвиток необхідних навичок, залежно від того, який вектор зростання бачить компанія для себе та своїх працівників. Особливо це буде актуальним для бізнесів, що працюють в сфері «людина-людина», коли добрий стосунок і теплий емоційний контакт є запорукою високих продажів товару або послуги.

Також ми рекомендуємо поширювати серед команди літературу про емоційний інтелект, котра допомагає краще зрозуміти, яким чином працюють наші емоції та як вже сьогодні можна самому розвивати та плекати емоційну компетентність щодня (Додаток 10)

ВИСНОВКИ

Соціальне підприємництво - це абсолютно інноваційний спосіб ведення бізнесу, який включає в себе філософію «win-win» співпраці, коли окрім вигоди для двох сторін торгово-економічних відносин, є ще третя сторона, якій співпраця останніх двох теж приносить профіт. На відміну від звичайного підприємництва, головною метою соціального є не отримання прибутку, а вирішення конкретної соціальної проблеми за допомогою інструментів бізнесу. Як бачимо, підприємець (незалежно від типу підприємницької діяльності) мусить мати розвиненими не лише технічні компетентності (вміння вибудовувати стратегію, рекламувати свій продукт чи послугу, налагоджувати внутрішні бізне-процеси, продавати, тощо), а й емоційні – ті, що допомагають успішно вирішувати конфлікти, гнучко реагувати на виклики в умовах невизначеності, надихати інших та будувати добрий стосунок з клієнтом та командою, котра створює продукт або послугу.

Емоційний інтелект – це вміння розуміти та керувати власними емоціями, а також тих хто поруч. Розвинена ЕС дає можливість підприємцям ефективно працювати з командами та у командах, адже міжособистісна взаємодія відбувається не лише на раціональному рівні, а й на емоційному. У кожного, хто працює в команді, є свої «тригерні точки» та особливості зміни настрою. Віж емоційного клімату всередині колективу на підприємстві залежить досягнення результату та збереження продуктивності. Через те, що цей процес побудови емоційного клімату починається саме із лідера – власника підприємства, ми говоримо саме про використання емоційного інтелекту засновниками та співзасновниками підприємств. Особливо така тенденція характерна соціальним підприємствам, адже їм притаманна горизонтальна, а не ієрархічна структура розподілення відповідальності. У зв'язку з цим ми

робимо висновок, що від того, наскільки розвинений емоційний інтелект у підприємця і який приклад у цьому контексті він подає своїм працівникам залежить прибутковість підприємства, а в результаті на його ринковий масштаб.

У своїй роботі ми опиралися на модель емоційного інтелекту Деніела Гоулмана, оскільки вона найкраще адаптована під особливості розвитку ЕС у підприємців. За допомогою психодіагностичних методик та методів математичної статистики ми сформували дві вибірки досліджуваних з соціальних та звичайних підприємців, виміряли у них рівень емоційного інтелекту та емпатії та порівняли на предмет статистично значущих зв'язків та відмінностей. В результаті проведеного кореляційного, порівняльного та багатофакторного аналізу статично значущих зв'язків чи відмінностей між групами не було виявлено, що дає нам підстави вважати результати за двома вибірками тотожними між собою. Це говорить про те, що рівень емоційної компетентності та емпатії у соціальних підприємців є ідентичним з рівнем емоційної компетентності та емпатії у класичних підприємців, отже наша гіпотеза про те, що у соціальних підприємців рівень ЕІ вищий за той самий рівень ЕІ у звичайних підприємців – спростована. Ми припускаємо, що наша гіпотеза не підтвердилася через те, що обидві групи досліджуваних ведуть підприємницьку діяльність і відрізняються лише тим, яким видом бізнесу вони займаються. Можливо, якби ми порівнювали соціальних підприємців із не-підприємцями, було би більше статично значущих кореляцій та відмінностей.

Попри те, що наша гіпотеза не підтвердилася, ми всеодно радимо підприємцям обох груп розвивати емоційну компетентність, адже середній показник рівня емоційного інтелекту за шкалою «Загальний показник ЕС» становить 3,7 бали, що говорить про середній рівень розвитку ЕІ. Ми вваждаємо, що підвищення цього показника до 4-5 суттєво підвищить

особисту ефективність респондентів та підвищить продуктивність команди, з якою працює власник бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амплєєва О. Емоційний інтелект в структурі професійної діяльності психолога : дис. канд. псих. наук : 19.00.01 [Електронне джерело] / Амплєєва О. – Одеса, 2013. – 293 с. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/205/1/%D0%90%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D1%94%D1%94%D0%B2%D0%B0_%D0%9E.%D0%9C.%20.pdf (дата звернення 18.02.2021).
2. Бойчук-Товста О. Формування емоційної сфери студентів у процесі їх професійної підготовки [Електронне джерело] / О. Бойчук-Товста. // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. – 2019. – №7. – С. 21–26. URL: <http://chasopys.ps.npu.kiev.ua/archive/71-2019/7.pdf> (дата звернення 18.02.2021).
3. Выготский Л. С. О двух направлениях в понимании природы эмоций в зарубежной психологии в начале XX века / Л. С. Выготский. // Вопросы психологии. – 1968. – №2. – С. 149–156.
4. Гоулман Д. Емоційний інтелект / Д. Гоулман. – Харків: Vivat, 2018. – 512 с.
5. Гоулман Д. Емоційний інтелект у бізнесі / Д. Гоулман. – Харків: Vivat, 2021. – 528 с.
6. Гриньова Н. Історія психології [Електронне джерело] / Н. Гриньова. – Умань: Візаві, 2012. – 209 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/173/1/%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97.pdf> . (дата звернення: 23.02.2021).

7. Дарвин Ч. Выражение эмоций у человека и животных [Електронне джерело] / Ч. Дарвин // Сочинения / Ч. Дарвін. – Москва: АН СССР, 1953. – С. 346–390. URL: <http://vivovoco.ibmh.msk.su/VV/PAPERS/BIO/DARWIN/EMOTIONS/EMOTIONS.HTM> (дата звернення: 15.02.2021).
8. Дерев'янку С. Методичні засоби діагностики емоційного інтелекту [Електронне джерело] / С. Дерев'янку. // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Психологічні науки. – 2015. – №128. – С. 95–99. URL: <http://surl.li/uiyo> (дата звернення 20.02.2021).
9. Єфіменко С. Визначення поняття інтелекту у різних концепціях психолого-педагогічних досліджень [Електронне джерело] / С. Єфіменко. // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія : Педагогічні науки. – 2013. – №2. – С. 90–95. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2013_121\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2013_121(2)_24) (дата звернення: 04.03.2021).
10. Кас'янова С. Дослідження емоційного інтелекту майбутніх фахівців соціономічних професій [Електронне джерело] / С. Кас'янова. // Журнал науковий огляд. – 2019. – №6. – С. 13–28. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/download/1878/1922> (дата звернення: 25.02.2021).
11. Козлова В. Технологія EQ-boost. Як використовувати емоційний інтелект у бізнесі та житті / В. Козлова. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. – 176 с.
12. Козляковський П. Дослід 3.3. Діагностика емпатії (модифікований опитувач А. Меграбяна і Н. Епштейна) [Електронне джерело] / П.

- Козляковський // Загальна психологія / П. Козляковський. – Київ: Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, 2004. – С. 110–113. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/160/30.pdf> (дата звернення 20.02.2021).
13. Корнецький А. Механізм підвищення економічної ефективності малих підприємств регіону / А. Корнецький // Стратегічне управління підприємствами малого та середнього бізнесу промислового регіону / А. Корнецький. – Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. – С. 123–138.
14. Костюк А. В. Емоційний інтелект та шляхи його розвитку [Електронне джерело] / А. В. Костюк. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – №2. – С. 85–89. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Y0kIWVqWAAwJ:nbuv.gov.ua/j-pdf/nvkhp_2014_2%25281%2529_17.pdf+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=ua (дата звернення: 01.03.2021).
15. Кузнецов М. Емоційний інтелект як чинник психоемоційних станів студентів в умовах іспиту [Електронне джерело] / М. Кузнецов, Н. Діомідова. – Харків: Діса плюс, 2017. – 189 с. URL: <http://surl.li/uixx> (дата звернення 18.02.2021).
16. Лебедева Ю. Кросс-культурные особенности эмпатии (на примере студентов из России и Китая) : дис. канд. псих. наук : 19.00.01 [Електронне джерело] / Лебедева Ю. – Екатеринбург, 2017. – 164 с. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/47098/1/urgu1671_d.pdf (дата звернення 20.02.2021).
17. Люсин Д. Новая методика для измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭМИн [Електронне джерело] / Д. Люсин. //

- Психологическая диагностика. – 2006. – №4. – С. 3–22. URL: https://www.researchgate.net/publication/311706448_Novaa_metodika_dla_izmerenia_emocionalnogo_intellekta_oprosnik_EmIn (дата звернення: 25.02.2021).
18. Люсин Д. Современные представления об эмоциональном интеллекте [Електронне джерело] / Д. Люсин // Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования / Д. Люсин. – Москва: Институт психологии РАН, 2004. – С. 29–36. URL: http://www.creativity.ipras.ru/texts/books/social_IQ/lusin1_Social_IQ.pdf (дата звернення: 25.02.2021).
19. Матійків І. Тренінг емоційної компетентності: навч.-метод. посібник [Електронне джерело] / І. Матійків. – Київ: Педагогічна думка, 2012. – 112 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/6191/1/12-41.pdf> (дата звернення: 23.02.2021).
20. Мединська Ю. Теоретичні підходи та практичні аспекти діагностики компетентності особистості у сфері емоцій [Електронне джерело] / Ю. Мединська. // Практична психологія та соціальна робота. – 2013. – №10. – С. 11–15. URL: https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/660/Medynska_Theoretical%20approaches.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата звернення: 12.02.2021).
21. Миронюк Є. Визначення та історія розвитку поняття "соціальний інтелект" у психологічній науці [Електронне джерело] / Є. Миронюк. // Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами : збірник праць. – 2010. – №7. – С. 432–461. URL: <http://ap.uu.edu.ua/article/356> (дата звернення 15.02.2021).
22. Пилипенко Н. Теоретичні аспекти дослідження проблеми соціального інтелекту [Електронне джерело] / Н. Пилипенко. // Збірник

- наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України. Проблеми сучасної психології. – 2010. – №9. – С. 286–305. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/index.php/2227-6246/article/view/161922/160908> (дата звернення: 26.02.2021).
23. Попова Т. Теоретичні засади дослідження емоційного інтелекту [Електронне джерело] / Т. Попова, І. Горват-Янушевська. // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Серія : Соціологія. – 2014. – №232. – С. 63–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2014_244_232_15 (дата звернення: 01.03.2021).
24. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник [Електронне джерело] / [А. Свинчук, А. Корнецький, М. Гончарова та ін.]. – Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. – 188 с. URL:http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf (дата звернення: 25.02.2021).
25. Фурман В. Психологічні аспекти стресу у діяльності підприємця-початківця [Електронне джерело] / В. Фурман, Ю. Пантюхіна. // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки : збірник наукових праць. – 2018. – №2. – С. 75–80. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/25066/7/V_FRUMAN_Y_PANTYUK_HINA_NVMNU_2_20_KZVPP_IL.pdf.pdf (дата звернення: 12.02.2021).
26. Brualdi A. C. Multiple Intelligences: Gardner's Theory. ERIC Digest [Електронне джерело] / А. С. Brualdi. – 1996. – р. 1–6. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED410226.pdf> (дата звернення: 04.03.2021).

27. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow / D. Kahneman. – London: Penguin, 2012. – 512 p.
28. Mayer J. MSCEIT — Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test [Електронне джерело] / J. Mayer, P. Salovey, D. Caruso. – 2010. – p. 1–11. URL: <https://mikegosling.com/pdf/MSCEITDescription.pdf> (дата звернення: 15.02.2021).
29. McClelland D. Testing for competence rather than for "intelligence" [Електронне джерело] / McClelland. // The American psychologist. – 1973. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Testing-for-competence-rather-than-for-McClelland/6cc5e9172b6040fdd554f627fa2d93a96a1a22e5?p2df> (дата звернення: 09.04.2021).
30. Mikolajczak M. Going Beyond The Ability-Trait Debate: The Three-Level Model of Emotional Intelligence [Електронне джерело] / M. Mikolajczak. // Electronic Journal of Applied Psychology. – 2009. – №5. – p. 25–31. URL: https://www.researchgate.net/publication/265890136_Going_Beyond_The_Ability-Trait_Debate_The_Three-Level_Model_of_Emotional_Intelligence (дата звернення: 04.03.2021).
31. Reuven B. Emotional intelligence: an integral part of positive psychology [Електронне джерело] / Bar-On Reuven. // South African Journal of Psychology. – 2009. – №1. – p. 54–62. URL: https://www.researchgate.net/publication/228373303_Emotional_Intelligence_An_Integral_Part_of_Positive_Psychology (дата звернення: 04.03.2021).
32. Salovey P. Emotional intelligence / P. Salovey, J. Mayer. // Imagination, Cognition and Personality. – 1990. – №9. – p. 26–38.

33. Srivastava K. Emotional intelligence and organizational effectiveness [Электронне джерело] / Kalpana Srivastava. // Industrial psychiatry journal. – 2013. – №2. – р. 97–99. URL: <https://www.industrialpsychiatry.org/article.asp?issn=0972-6748;year=2013;volume=22;issue=2;spage=97;epage=99;aulast=Srivastava> (дата звернення: 24.03.2021).
34. DAVID C. McCLELLAND. Testing for Competence Rather Than for "Intelligence" [Електронний ресурс] / DAVID C. McCLELLAND // The American psychologist. – 1976. – Режим доступу до ресурсу: https://pdfs.semanticscholar.org/6cc5/e9172b6040fdd554f627fa2d93a96a1a22e5.pdf?_ga=2.136514743.644965148.16082860371400257947.1583170850. (дата звернення: 24.03.2021).
35. Boosters. THE IMPORTANCE OF SOFT SKILLS THE IMPORTANCE OF SOFT SKILLS IN THE JOB MARKET IN THE JOB MARKE [Електронний ресурс] / Boosters. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://boost.rs/wp-content/uploads/2020/11/BOOSTRS_SOFT_SKILLS_STUDY_2020.pdf (дата звернення: 24.03.2021).

ДОДАТКИ

Додаток 1

Профіль Емоційної Компетентності (ПЕК)

Brasseur S, Grégoire J, Bourdu R, Mikolajczak M (2013)

Кожному питанню ви повинні присвоїти бал у проміжку від 1 до 5, де 1 означає, що твердження не описує вас взагалі або ви ніколи так не реагуєте, а 5 означає, що твердження описує вас дуже добре або що ця конкретна реакція вам притаманна дуже часто.

1. Коли в мене виникають емоції, я не розумію, звідки вони беруться.
2. Я не завжди розумію чому моя реакція є такою, як вона є.
3. Якщо б я хотів, я міг би легко впливати на емоції інших людей, щоб досягти того, чого я хочу.
4. Я знаю, як діяти щоб привернути людей на свою сторону/переконати людей у важливості того, чим я займаюся.
5. Я часто гублюся в розумінні емоційних реакцій інших людей.
6. Коли я почуваюся добре, я з легкістю можу визначити, чи причиною цього є відчуття гордості за себе, відчуття щастя чи відчуття релаксу
7. Я можу визначити чи людина сердита, сумна або щаслива ,навіть безпосередньо не спілкуючись з нею.
8. Я добре вмю описувати свої почуття.
9. Мій особистий життєвий вибір ніколи не базується на моїх емоціях.
10. Коли я почуваю себе пригнічено, мені легко встановити взаємозв'язок між моїми почуттями та ситуацією, яка на мене вплинула
11. Я можу легко отримувати від інших те, чого хочу
12. Мені легко вдається заспокоїти себе після пережитої важкої ситуації
13. Я з легкістю можу пояснити емоційні реакції людей навколо мене
14. У більшості випадків я розумію, чому люди почуваються саме так, як вони почуваються

15. Коли мені сумно, мені легко вдається себе підбадьорити 54 responses
16. Коли мене щось зачепило або вразило, я відразу знаю, що я відчуваю 54 responses
17. Якщо мені щось не подобається, я можу про це сказати в спокійній манері
18. Я не розумію, чому люди навколо мене реагують так, як вони реагують
19. Коли я бачу людину, яка страждає від стресу або тривоги, я можу легко заспокоїти її
20. Під час суперечки я не знаю, чи я злий, чи засмучений .
21. Я застосовую свої почуття, щоб зробити свій вибір у житті кращим. 54 responses
22. Я намагаюся винести урок з важких ситуацій чи емоцій
23. Інші люди схильні довіряти мені особисті теми
24. Мої емоції інформують мене про зміни, які я маю зробити у своєму житті.
25. Мені важко пояснити свої відчуття іншим, навіть якщо я цього прагну
26. Я не завжди розумію, чому відчуваю стрес
27. Якщо б хтось прийшов до мене у сльозах, я не знав/не знала би, що робити
28. Мені важко вислуховувати людей, які скаржаться 54 responses
29. Я часто обираю невідповідну лінію поведінки щодо людей, оскільки я не розумів їхнього емоційного стану
30. Я вмю добре відчувати, як відчуваються інші
31. Мені некомфортно, якщо люди розповідають мені про свої проблеми, тому я намагаюся цього уникнути
32. Я знаю, як мотивувати людей
33. Я вмю піднімати дух інших людей
34. Мені важко встановити взаємозв'язок між реакцією людини та її особистими обставинами
35. Зазвичай я можу впливати на те, як відчуваються інші люди
36. Якби я захотів, я б з легкістю міг змусити когось почуватися некомфортно
37. Мені важко давати собі раду зі своїми емоціями
38. Люди навколо мене кажуть, що я не виявляю свої почуття відкрито
39. Коли я сердитий/злий, мені нескладно себе заспокоїти
40. Реакції людей для мене часто є несподіванкою, оскільки я не усвідомлював, що вони були в поганому настрої.
41. Мої відчуття допомагають мені сфокусуватися на тому, що є важливим

для мене

42. Інші люди не сприймають те, як я виявляю свої емоції.
43. Коли мені сумно, я зазвичай не знаю причини
44. Досить часто я не усвідомлюю емоційного стану людей
45. Інші люди кажуть мені, що я є людиною, якій можна довіритися/ що я надійний друг
46. Мені незручно, коли люди розповідають мені про свої труднощі
47. Коли я стикаюся із розлюченою людиною, то з легкістю можу заспокоїти її
48. Я усвідомлюю свої емоції, як тільки вони виникають
49. Коли я почуваюся пригніченим, мені важко точно визначити, яку саме емоцію я відчуваю
50. У стресовій ситуації я зазвичай думаю у спосіб, який допомагає мені зберігати спокій

Діагностика емпатії

модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна

Перед вами 25 запитань. Прочитайте наведені нижче твердження і орієнтуючись на те, як ви поведетеся в подібних ситуаціях, зазначте ступінь своєї згоди по кожному запитанню, де 4 – так(завжди), 3 – скоріше так, ніж ні (часто), 2 – скоріше ні, ніж так (рідко), 1 – ні (ніколи).

1. Я засмучуюсь, коли бачу незнайому людину, яка відчуває себе самотньою серед інших людей.
2. Мені неприємно, коли люди нестримані і відкрито виявляють свої почуття.
3. Коли хто-небудь біля мене хвилюється, я також починаю хвилюватися.
4. Я вважаю, що плакати від щастя нерозумно.
5. Проблеми своїх друзів я сприймаю близько до серця.
6. Інколи пісні про кохання викликають у мене багато емоцій.
7. Я б сильно хвилювався, якби повинен був сповістити людині неприємну для неї звістку.
8. Оточуючі люди надзвичайно сильно впливають на мій настрій.
9. Я хотів би отримати професію, що пов'язана із спілкуванням з людьми.
10. Мені подобається спостерігати за людьми, коли вони отримують подарунки.
11. Коли я бачу людину, що плаче, я дуже засмучуюсь.
12. Я інколи відчуваю себе щасливим, коли слухаю деякі пісні.
13. Коли я читаю книжку, то так переживаю, начебто все відбувається насправді.
14. Я серджусь, коли бачу, що з кимсь поведуться погано.
15. Я можу залишатися спокійним, навіть тоді, коли всі інші хвилюються.
16. Мені неприємно, коли люди плачуть та охкають, дивлячись фільм.
17. Коли я приймаю рішення, то ставлення інших людей до нього не відіграє ніякої ролі.
18. Якщо оточуючі чимось пригнічені, то я втрачаю душевний спокій.
19. Я переживаю, якщо бачу людей, що легко засмучуються через дрібниці.
20. Я дуже засмучуюсь, коли бачу страждання тварин.

21. Нерозумно переживати з приводу того, що трапляється в кіно, або про що читаєш у книжці.
22. Я дуже переживаю, коли бачу безпорадних літніх людей.
23. Я дуже переживаю, коли дивлюся кіно.
24. Я можу залишитися байдужим до будь-якого хвилювання.
25. Маленькі діти плачуть без причин.

Додаток 3

Сирі показники респондентів за методикою визначення профілю
економічної компетентності (ПЕК)

№	Стать	Тип підприємництва	Іден.Ем.Вл.	Іден.Ем.Ін.	Розум.Ем.Вл.	Розум.Ем.Ін.	Вир.Ем.Вл.	Чт.Ем.Ін.	Регул.Ем.Вл.	Регул.Ем.Ін.	Викор.Ем.Вл.	Викор.Ем.Ін.	Інтра.ЕС	Інтер.ЕС	Загал.Пок.ЕС
1	ж	Звичайне	3	4.6	3.8	3.8	5	4.4	3.2	4	3.8	4.2	3.76	4.2	3.98
2	ж	Звичайне	4	4.2	3.8	3.8	4	4.2	3.4	3.8	2.6	3.2	3.56	3.84	3.7
3	ж	Звичайне	4.4	4.6	3.6	4.8	4.6	5	3.2	4.4	3.4	4.4	3.84	4.64	4.24
4	ж	Звичайне	4	5	4.6	4.8	4.6	4.8	4.2	4.2	4.8	2.8	4.44	4.32	4.38
5	ж	Звичайне	4.6	3	4.6	3.2	4.2	3.2	3.6	2.2	4.2	4.4	4.24	3.2	3.72
6	ж	Звичайне	4.4	4.6	4	4.6	4.8	5	4	4.6	4.8	3	4.4	4.36	4.38
7	ж	Звичайне	4	2.4	4.2	3.2	2.6	2.4	4	3.4	4.6	3.4	3.88	2.96	3.42
8	ж	Звичайне	4.2	4.2	4.4	4.2	4.8	3.8	3.4	3	3.8	3.2	4.12	3.68	3.9
9	ж	Звичайне	4.2	3.8	4.8	4.2	4.2	3.8	3.6	3.8	4.2	3	4.2	3.72	3.96
10	ж	Звичайне	3.6	3	4	3.2	3.4	3.4	2.6	2.2	2.8	1.8	3.28	2.72	3
11	ж	Звичайне	3.4	3.6	3.6	3.6	4	4.4	4	3.6	3.8	3.2	3.76	3.68	3.72
12	ж	Звичайне	4.8	4.6	4.8	4.6	4.8	4.4	4.6	4.6	4.6	4.2	4.72	4.48	4.6
13	ж	Звичайне	4.2	4.8	2.2	3	4	3.8	3.4	3.4	4.2	2.4	3.6	3.48	3.54
14	ч	Звичайне	2.6	1.8	3	2	2.4	2.2	3	2.6	2.2	3.6	2.64	2.44	2.54
15	ч	Звичайне	2.8	4	4.4	3.8	2.8	3.2	2.8	3.4	3.2	3.2	3.2	3.52	3.36
16	ч	Звичайне	4.6	4.8	4.2	4.2	5	4.6	4.4	3.8	4	4.6	4.44	4.4	4.42
17	ч	Звичайне	4.4	4	4.8	3.4	4	3	2.8	4.2	4	4	4	3.72	3.86
18	ч	Звичайне	4	3.6	4	4	3.4	3	4	3.6	3.2	4.4	3.72	3.72	3.72
19	ч	Звичайне	4.2	4.2	4.4	3.8	4.8	4	3.4	4	4.8	5	4.32	4.2	4.26
20	ч	Звичайне	3.6	3.8	4.4	3.6	2.8	3.6	3.2	3.4	4	3	3.6	3.48	3.54
21	ч	Звичайне	4.2	4.2	4.4	4.4	3.8	4.6	3.6	4.4	3.4	4	3.88	4.32	4.1
22	ч	Звичайне	4.2	3.8	4.8	3.8	2.6	4.4	3.4	3.6	2.4	3.8	3.48	3.88	3.68
23	ч	Звичайне	3.8	3.8	4.6	4	4.2	4.6	4	4.2	3.4	3.8	4	4.08	4.04
24	ж	Соціальне	5	3.4	5	4.2	4	3	3.6	3.4	2.2	3.6	3.96	3.52	3.74
25	ж	Соціальне	3.2	4.6	3.8	3.8	3.8	4.4	3.6	4.2	4	3.8	3.68	4.16	3.92
26	ж	Соціальне	3	4	3.8	3.6	3	4.6	3.2	4.2	2.6	2	3.12	3.68	3.4
27	ж	Соціальне	4.2	4.8	4.4	4.8	4.6	3	4	4.4	2.2	4	3.88	4.2	4.04
28	ж	Соціальне	4.4	4.8	2.6	4.2	4.8	4.2	2.4	3.4	3.2	3.8	3.48	4.08	3.78
29	ж	Соціальне	3.6	4.2	3.8	3.8	3.2	4.2	3.4	3.6	4	4.2	3.6	4	3.8
30	ж	Соціальне	5	4.2	4.6	4	4.4	4	3.6	3.2	4.2	3.2	4.36	3.72	4.04
31	ж	Соціальне	4.6	5	4.4	5	4.8	5	5	5	4.2	5	4.6	5	4.8
32	ж	Соціальне	4.2	4.2	4.4	3.6	4.8	3.6	3.2	3.6	4.2	3.4	4.16	3.68	3.92
33	ж	Соціальне	4.2	4.6	5	4.2	4.4	4.8	4.4	4.8	4.6	4.2	4.52	4.52	4.52
34	ж	Соціальне	4.2	3.8	3.6	4.6	3.6	5	3.8	3.8	4.4	3.4	3.92	4.12	4.02
35	ж	Соціальне	5	4.8	4.8	4.4	4.6	3.8	4	3.4	4.6	4.2	4.6	4.12	4.36
36	ж	Соціальне	3.8	4	4.4	4.2	4.8	4	4.2	3.6	4.4	3.4	4.32	3.84	4.08

37	ж	Соціальне	3.6	4.2	3.6	3.8	4	3	2.4	3.6	4.6	4.4	3.64	3.8	3.72
38	ж	Соціальне	4	2.8	3.2	2.6	2.8	3.2	3.4	3.4	3.8	1.6	3.44	2.72	3.08
39	ж	Соціальне	3.8	3.6	4.8	3.4	4	4	4	4.4	4.2	2.8	4.16	3.64	3.9
40	ч	Соціальне	3.2	2	1.8	3.8	2.6	4	2.8	3.2	3.6	4	2.8	3.4	3.1
41	ч	Соціальне	5	3	4.8	4.6	4.2	3.2	5	3.6	3.6	4.4	4.52	3.76	4.14
42	ч	Соціальне	3.4	4	2.6	3.2	3.8	3.8	2.8	3.2	4.4	3.4	3.4	3.52	3.46
43	ч	Соціальне	3	3.8	5	4	3.6	4.4	4.2	4.4	3.2	3	3.8	3.92	3.86
44	ч	Соціальне	4	4.2	3	3.2	2.8	3.2	2.6	3.2	3.4	3.4	3.16	3.44	3.3
45	ч	Соціальне	4	3.8	3.6	3.6	2.8	4.2	3.4	3.8	4.2	3	3.6	3.68	3.64
46	ч	Соціальне	2	3	2.6	2.2	2.6	3.6	2.6	3.2	2.2	2.2	2.4	2.84	2.62
47	ч	Соціальне	3.2	2.8	3.4	3.2	3	4.2	3.2	3.2	3.8	2.8	3.32	3.24	3.28
48	ч	Соціальне	3.4	3.8	4	3.4	3.4	4	3.6	3.8	4	3.2	3.68	3.64	3.66
49	ч	Соціальне	4.2	3.2	3.4	3.8	3.6	2.8	5	4.8	4.2	4.2	4.08	3.76	3.92
50	ч	Соціальне	4.2	3.2	3.4	3.8	3.6	2.8	5	4.8	4.2	4.2	4.08	3.76	3.92
51	ч	Соціальне	4	4	3.8	4.4	4.4	4.6	3.8	3.6	3.2	3.6	3.84	4.04	3.94
52	ч	Соціальне	4.2	3.6	4.6	4.2	3.8	3.6	2	3.4	3.8	3	3.68	3.56	3.62
53	ч	Соціальне	4.2	3.6	4.2	3.6	3.4	4.4	3.4	3.2	3.8	3.2	3.8	3.6	3.7

Додаток 4

Сирі показники респондентів за методикою діагностики емпатії
(модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна)

№	Стать	Тип підприємництва	Емпатія	Емпатія (стени)
1	ж	Звичайне	57	1
2	ж	Звичайне	62	2
3	ж	Звичайне	67	3
4	ж	Звичайне	69	4
5	ж	Звичайне	70	4
6	ж	Звичайне	71	4
7	ж	Звичайне	71	4
8	ж	Звичайне	71	4
9	ж	Звичайне	73	5
10	ж	Звичайне	73	5
11	ж	Звичайне	73	5
12	ж	Звичайне	77	6
13	ж	Звичайне	83	7
14	ч	Звичайне	55	4
15	ч	Звичайне	56	4
16	ч	Звичайне	56	4
17	ч	Звичайне	61	5
18	ч	Звичайне	61	5
19	ч	Звичайне	62	5
20	ч	Звичайне	62	5
21	ч	Звичайне	64	5
22	ч	Звичайне	66	6
23	ч	Звичайне	67	6
24	ж	Соціальне	63	2
25	ж	Соціальне	64	3
26	ж	Соціальне	66	3
27	ж	Соціальне	66	3
28	ж	Соціальне	67	3
29	ж	Соціальне	68	4
30	ж	Соціальне	70	4
31	ж	Соціальне	70	4
32	ж	Соціальне	74	5
33	ж	Соціальне	74	5
34	ж	Соціальне	76	6
35	ж	Соціальне	78	6
36	ж	Соціальне	78	6
37	ж	Соціальне	79	6
38	ж	Соціальне	79	6
39	ж	Соціальне	80	7
40	ч	Соціальне	56	4
41	ч	Соціальне	56	4

42	ч	Соціальне	62	5
43	ч	Соціальне	63	5
44	ч	Соціальне	65	5
45	ч	Соціальне	65	5
46	ч	Соціальне	66	6
47	ч	Соціальне	66	6
48	ч	Соціальне	69	6
49	ч	Соціальне	69	6
50	ч	Соціальне	69	6
51	ч	Соціальне	71	7
52	ч	Соціальне	81	9
53	ч	Соціальне	83	9

Додаток 5

Показники описової статистики (асиметрія та ексцес) за шкалами методик визначення профілю емоційної компетентності (ПЕК) та діагностики емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна) для звичайних підприємців

	Skewness	Std.Err. Skewness	Kurtosis	Std.Err. Kurtosis
Іден.Ем.Вл.	-1.041	0.481	0.623	0.935
Іден.Ем.Ін.	-1.134	0.481	1.337	0.935
Розум.Ем.Вл.	-1.585	0.481	3.182	0.935
Розум.Ем.Ін.	-0.779	0.481	1.392	0.935
Вир.Ем.Вл.	-0.554	0.481	-0.925	0.935
Чт.Ем.Ін.	-0.576	0.481	-0.477	0.935
Регул.Ем.Вл.	0.127	0.481	-0.563	0.935
Регул.Ем.Ін.	-0.802	0.481	0.260	0.935
Викор.Ем.Вл.	-0.430	0.481	-0.594	0.935
Викор.Ем.Ін.	-0.303	0.481	-0.118	0.935
Інтра.ЕС	-0.567	0.481	0.743	0.935
Інтер.ЕС	-0.694	0.481	0.120	0.935
Загал.Пок.ЕС	-0.794	0.481	1.144	0.935
Емпатія	-0.746	0.481	1.545	0.935

Додаток 6

Показники описової статистики (асиметрія та ексцес) за шкалами методик визначення профілю емоційної компетентності (ПЕК) та діагностики емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна) для соціальних підприємців

	Skewness	Std.Err. Skewness	Kurtosis	Std.Err. Kurtosis
Іден.Ем.Вл.	-0.538	0.427	0.810	0.833
Іден.Ем.Ін.	-0.507	0.427	0.247	0.833
Розум.Ем.Вл.	-0.569	0.427	-0.163	0.833
Розум.Ем.Ін.	-0.552	0.427	0.858	0.833
Вир.Ем.Вл.	-0.096	0.427	-1.129	0.833
Чт.Ем.Ін.	-0.128	0.427	-0.883	0.833
Регул.Ем.Вл.	0.144	0.427	-0.427	0.833
Регул.Ем.Ін.	0.840	0.427	-0.556	0.833
Викор.Ем.Вл.	-1.093	0.427	0.394	0.833
Викор.Ем.Ін.	-0.516	0.427	0.413	0.833
Інтра.ЕС	-0.527	0.427	0.484	0.833
Інтер.ЕС	0.172	0.427	2.010	0.833
Загал.Пок.ЕС	-0.301	0.427	1.209	0.833
Емпатія	0.350	0.427	0.403	0.833

Додаток 7

Кореляційний за шкалами методик визначення профілю емоційної компетентності (ПЕК) та діагностики емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна) для звичайних підприємців (коефіцієнт Спірмена)

Шкали	Емпатія	
	г	р
Іден.Ем.Вл.	0.128	0.561
Іден.Ем.Ін.	-0.142	0.517
Розум.Ем.Вл.	0.367	0.085
Розум.Ем.Ін.	-0.137	0.534
Вир.Ем.Вл.	-0.241	0.268
Чт.Ем.Ін.	-0.060	0.787
Регул.Ем.Вл.	0.155	0.479
Регул.Ем.Ін.	0.037	0.865
Викор.Ем.Вл.	0.062	0.778
Викор.Ем.Ін.	-0.117	0.595
Інтра.ЕС	0.000	0.999
Інтер.ЕС	-0.081	0.712
Загал.Пок.ЕС	-0.044	0.843

Додаток 8

Кореляційний за шкалами методик визначення профілю емоційної компетентності (ПЕК) та діагностики емпатії (модифікований опитувальник А. Меграбяна і Н. Епштейна) для соціальних підприємців (коефіцієнт Спірмена та Пірсона)

Шкали	Емпатія	
	Spearman R	p
Регул.Ем.Ін.	-0.094	0.620
Викор.Ем.Вл.	0.314	0.092
	ρ Спірмена	p
Іден.Ем.Вл.	-0.084	0.659
Іден.Ем.Ін.	-0.251	0.180
Розум.Ем.Вл.	0.048	0.799
Розум.Ем.Ін.	-0.234	0.213
Вир.Ем.Вл.	-0.137	0.471
Чт.Ем.Ін.	0.016	0.935
Регул.Ем.Вл.	-0.106	0.577
Викор.Ем.Ін.	-0.236	0.210
Інтра.ЕС	0.024	0.900
Інтер.ЕС	-0.257	0.170
Загал.Пок.ЕС	-0.115	0.544

Додаток 9

Розподіл факторних оцінок між соціальними та звичайними
підприємцями

№	Стать	Тип підприємництва	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
1	ж	Звичайне	1.25	-0.57	-1.93
2	ж	Звичайне	0.41	-0.53	-1.80
3	ж	Звичайне	1.75	-0.18	-1.42
4	ж	Звичайне	1.57	0.29	0.64
5	ж	Звичайне	-1.93	1.47	-0.34
6	ж	Звичайне	1.66	0.21	0.64
7	ж	Звичайне	-2.26	0.92	0.25
8	ж	Звичайне	-0.09	0.45	-0.32
9	ж	Звичайне	-0.11	0.59	0.52
10	ж	Звичайне	-1.46	-1.01	0.05
11	ж	Звичайне	0.23	-0.50	0.35
12	ж	Звичайне	0.93	1.50	0.86
13	ж	Звичайне	0.30	-1.10	1.63
14	ч	Звичайне	-2.83	-1.14	-1.47
15	ч	Звичайне	-0.36	-0.94	-0.87
16	ч	Звичайне	0.90	1.02	-0.50
17	ч	Звичайне	-0.59	0.72	-0.09
18	ч	Звичайне	-0.88	0.64	-0.81
19	ч	Звичайне	0.36	0.95	0.15
20	ч	Звичайне	-0.48	-0.39	0.39
21	ч	Звичайне	0.92	0.07	-0.32
22	ч	Звичайне	-0.13	-0.26	-0.37
23	ч	Звичайне	0.57	0.15	0.29
24	ж	Соціальне	-1.31	1.28	-2.34
25	ж	Соціальне	1.10	-0.67	-0.72
26	ж	Соціальне	0.84	-1.90	-0.83
27	ж	Соціальне	0.28	0.75	-2.34
28	ж	Соціальне	1.01	-0.83	-1.51
29	ж	Соціальне	0.38	-0.40	-0.47
30	ж	Соціальне	-0.21	0.94	0.13
31	ж	Соціальне	1.88	1.29	-0.53
32	ж	Соціальне	-0.12	0.46	0.34
33	ж	Соціальне	1.26	0.90	0.56
34	ж	Соціальне	0.93	-0.24	1.04
35	ж	Соціальне	0.09	1.56	0.71
36	ж	Соціальне	0.19	0.62	0.93
37	ж	Соціальне	-0.15	-0.14	0.29
38	ж	Соціальне	-1.48	-0.82	1.41
39	ж	Соціальне	-0.06	0.24	1.67
40	ч	Соціальне	-0.58	-1.53	-0.76
41	ч	Соціальне	-1.26	2.30	-0.80

42	ч	Соціальне	0.08	-1.15	0.42
43	ч	Соціальне	0.55	-0.35	0.03
44	ч	Соціальне	-0.55	-0.96	-0.30
45	ч	Соціальне	0.10	-0.63	0.66
46	ч	Соціальне	-0.71	-2.92	-0.01
47	ч	Соціальне	-0.51	-1.19	0.92
48	ч	Соціальне	0.01	-0.52	0.84
49	ч	Соціальне	-0.81	1.14	0.47
50	ч	Соціальне	-0.81	1.14	0.47
51	ч	Соціальне	0.67	-0.19	0.50
52	ч	Соціальне	-0.34	-0.27	1.69
53	ч	Соціальне	-0.23	-0.24	2.03

Короткий огляд літератури для розвитку емоційного інтелекту

1) Деніел Гоулман «Емоційний інтелект»

Книга є базовою для розуміння того, що таке емоційний інтелект, як виникла концепція емоційного інтелекту, з чого він складається, так з чого почати, щоб розвивати його в себе. Автор подає багато прикладів та посилань на дослідження, які демонструють важливість ЕІ на реальних прикладах.

2) Деніел Гоулман «Емоційний інтелект в бізнесі»

Важлива книга саме для підприємців, а також тих, хто лише починає свою роботу з командами і хоче підвищити ефективність міжособистісної взаємодії в контексті бізнесу. Гоулман класично посилається на дослідження і доводить, що достатньо розвинений ЕІ є часом важливішою компетентністю, аніж добрі технічні навички, адже підприємництво – це найперше люди, а отже без емоцій та вміння використовувати їх собі на користь точно важко підвищити ефективність бізнес-процесів.

3) Деніел Гоулман, Річард Бояціс, Енні Маккі «Емоційний інтелект лідера»

Ще одна книга відомого дослідника ЕІ та наукового журналіста Деніела Гоулмана в співавторстві з іншими вченими про те, яким мусить бути ефективний лідер, щоб вести команду до успіху. У цій книзі експерти з емоційного інтелекту пояснюють, чому висока ЕІ допомагає, а не заважає лідеру досягати значних результатів та як перетворитися із примітивного лідера на резонансного – такого, який надихає та мотивує своїх працівників.

4) Девід Дестено «Емоційний успіх»

Автор, Девід Дестено розглядає вміння керувати трьома ключовими емоціями як дещо сильніше, аніж сила волі. Він пояснює, як за допомогою свічуття, вдячності та гордості можна досягати успіху в різних сферах життя, в тому числі і в бізнесі.

5) Валерія Козлова «Технологія EQ-Boost»

Книга української дослідниці емоційного інтелекту Валерії Козлової, яку можна прочитати за короткий переліт в літаку і перейняти унікальну технологію «EQ-Boost», що допомагає керівникам та засновників бізнесів швидко та легко вплести ЕІ у свої робочі будні та підвищити ефективність в бізнесі. Концентрат практичного досвіду та дієвих принципів, які можна почати використовувати тут і тепер.

6) Джил Хессон «Кишенькова книжка емоційного інтелекту. Невеликі вправи для інтуїтивного життя»

Зручне та компактне видання, яке насичене практичними вправами з розвитку емоційного інтелекту. Настільна книга, яку можна відкрити на будь-якій сторінці і знайти прикладні та прості способи розвитку емоційної компетентності.

7) Маршал Розенберг «Мова життя. Як порозумітися з будь-яким»

Автор – психолог і миротворець, який у 60-х роках розробив концепцію «Nonviolence communication», котрою сьогодні люди користуються у всьому світі. Книга вчить будувати стратегію продуктивного спілкування без звинувачень та взаємного насилля та вирішувати конфлікти через розуміння потреб іншої людини й емпатичне слухання. Прекрасний інструмент для підготовки до важливих бізнес-переговорів чи вирішення спірних ситуацій всередині організації.

8) Марк Гоулстон «Я чую вас наскрізь»

Ще одна книга про те, як знаходити взаєморозуміння та зберігати спокій у стресових ситуаціях, коли опонент не тямить себе від гніву або не хоче чути аргументів. Автор – психіатр та тренер, який навчає переговорників ФБР пропонує за допомогою нескладної саморефлексії освоїти навички більше ефективного спілкування та реагування на кризові ситуації.

9) Сьюзен Девід «Емоційна спритність. Як почати радіти змінам та отримувати задоволення від роботи та життя»

Авторка, що вивчає емоції вже понад 20 років робить у книзі важливий висновок – в кінцевому рахунку наш успіх визначають не рівень інтелекту чи тип особистості, а вміння керувати своїми емоціями та використовувати їх собі на користь. Девід називає це «емоційною гнучкістю», адже якщо ми здатні керувати власним станом і зберігати внутрішній спокій досягти добрих результатів як на роботі, так і в особистому житті стає легше. Тут легко про прийняття складних рішень в умовах невизначеності.

10) Ілсе Санд «Компас емоцій. Як зрозуміти свої почуття»

Датська психотерапевтка не дарма назвала свою книгу «Компас емоцій», адже в ній чудово описано, як розібратися в природі своїх емоційних проявів, навчитися приймати негативні емоції та не загубитися у вирі, який може накрити в особливо напруженій, стресовій ситуації. В основі розвинутої емоційної компетентності найперше лежить розпізнавання та прийняття своїх емоцій і ця книжка добре допомагає навчитися цьому.