

ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ  
Խ.ԱԲՈՎՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՆԿԱՎԱՐԺԱԿԱՆ  
ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՍՈՒՍԱՆ ՌԱՄԵԶԱՆՓՈՒՐ

ԻՐԱՆՑԻ ՁԵՌՆԵՐԵՑՆԵՐԻ ԱՆՁՆԱՅԻՆ ՈՒ ՎԱՐՔԱՅԻՆ  
ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ՅՈՒՐԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ  
ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԲԵՐ ՈԼՈՐՏՆԵՐՈՒՄ

ԺԹ 00.01 «Ընդհանուր հոգեբանություն, հոգեբանության տեսություն և պատմություն,  
անձի հոգեբանություն» մասնագիտությամբ հոգեբանական գիտությունների թեկնածուի  
գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ-2016

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում

ԳԻՏԱԿԱՆ ՂԵԿԱՎԱՐ

հոգեբանական գիտությունների դոկտոր  
Հրանտ Միքայելի ԱՎԱՆԵՍՅԱՆ

ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ  
ԸՆԴԴԻՄԱԽՈՍՆԵՐ՝

հոգեբանական գիտությունների դոկտոր  
Մելս Պարզևի Մկրտումյան

հոգեբանական գիտությունների թեկնածու  
Սյուզի Ֆելիքսի ՍԱՐԳՍՅԱՆ

ԱՌԱՋԱՏԱՐ  
ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆ՝

Գյումրու Մ. Նալբանդյանի անվան  
պետական մանկավարժական ինստիտուտ

Ատենախոսության պաշտպանությունը կկայանա 2016թ. դեկտեմբերի 20-ին, ժ.12:00-ին Խ. Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանին առընթեր գիտական աստիճաններ շնորհող ԲՈՀ-ի հոգեբանության 064 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ 0010, ք. Երևան, Տիգրան Մեծ 17:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Խ.Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2016 թ. նոյեմբերի 20-ին:

Հոգեբանության 064 մասնագիտական խորհրդի  
գիտական քարտուղար, հոգեբանական  
գիտությունների դոկտոր՝



Կամո Երեմի Վարդանյան

## ՆԵՐԱ ԹՅՈՒՆ

**Հետազոտության արդիականությունը.** Ձեռներեցները և ձեռներեցությունը շատ կարևոր դեր են խաղում անհատական և հասարակական կյանքի զարգացման և ազգային ու համաշխարհային տնտեսական վերելքի, հարստության ստեղծման և աշխատատեղերի ձևավորման հարցերում: Ո՛չ միայն տնտեսագետները, այլև հոգեբաններն ու սոցիոլոգները, և այլ մասնագետները ևս մեծ ուշադրություն են դարձնում ձեռներեցության խնդրին՝ տարբեր դիտանկյուններից քննելով այն և առաջադրելով տարբեր սահմանումներ: Բազմաթիվ ձևակերպումներ են տրվել «Ձեռներեց» և «Ձեռներեցություն» եզրույթներին, որոնցից ամեն մեկն անդրադառնում է այդ հասկացությունների որոշակի կողմերին ու հատկանիշներին: Դա խոսում է մի կողմից հարցի ընդգրկուն և բազմակողմ լինելու, մյուս կողմից՝ հարցի կենսունակության մասին, ինչը թույլ է տալիս առաջարկել տարբեր մոդելներ, սահմանումներ և մոտեցումներ:

20-րդ դարի երկրորդ կեսին, հոգեբաններն սկսեցին առավել մեծ ուշադրություն դարձնել այնպիսի անհատական և հոգեբանական առանձնահատկությունների և տարբերակիչ կողմերի, որոնք ձեռներեցներին առանձնացնում են ոչ ձեռներեցներից: Նրանց նպատակն էր բացահայտել այդ առանձնահատկությունները և դրանց առաջացման պատճառները: Անհատական առանձնահատկությունները և անձնային հատկանիշները կարևոր նշանակություն ունեն ձեռներեցային հնարավորություններ ստեղծելու համար: Հոգեբանական առանձնահատկությունների ազդեցության շնորհիվ, անհատի որոշումը փոփոխվում է՝ կախված իրավիճակից:

Առանձնահատկությունները կարևորող ու շեշտադրող մոտեցումը տարբերակում է ձեռներեց և ոչ ձեռներեց մարդկանց յուրահատկությունները՝ առաջադրելով այն կանխավարկածը, որ անձնային որոշակի հատկանիշներով օժտված մարդիկ ավելի մեծ հավանականությամբ են զբաղվում ձեռներեցությամբ, քան նման առանձնահատկություններ չունեցող անձինք: Այս մոտեցման հիմնային մոդելը վարքային-ճանաչողական ընդհանուր մոդելն է, որի համաձայն՝ մարդկային վարքը ազդված է նրա ընկալումներից ու մոտիվացիաներից, իսկ անձի ընկալումներն իրենց հերթին հիմնված են նրա արժեքային համակարգի ու չափանիշների վրա:

Անշուշտ, ձեռներեցային գործունեության համար անհատական և ներքին առանձնահատկություններից ու պայմաններից բացի, անհրաժեշտ են նաև արտաքին գործոններ ու պայմաններ: Թերևս, կարելի է ասել, որ հավասար պայմանների առկայության դեպքում որոշակի առանձնահատկություններով և մոտիվացիայով օժտված անհատներն ավելի մեծ հավանականությամբ են զբաղվում ձեռներեցությամբ, քան նման առանձնահատկություններ չունեցող մարդիկ:

Շեյնը (2003թ.) ընդգծել է ձեռներեցության նշանակությունը՝ տեխնիկական և նորարարական փոփոխությունների առաջացման և տնտեսական աճի խթանման ուղղությամբ: Նա նաև կարևորել է ձեռներեցների դերը՝ նորագույն գիտելիքները ծառայությունների և նոր արտադրանքների վերածելու գործում: Սալազարը (2004թ.) ևս այն կարծիքին է, որ ձեռներեցությունը նոր աշխատատեղեր առաջարկելու կողքին,

նպաստում է նաև կյանքի որակի բարձրացմանը, եկամուտների համաչափ բաշխմանը, սոցիալական տազնապների նվազեցմանը և ազգային ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործմանը:

Անձնային ու հոգեբանական առանձնահատկությունների կողքին, միջավայրի պայմանները ևս ազդեցություն են թողնում ձեռներեցության երևույթի վրա: Մորիսի և Լուիզի կարծիքով, միջավայրի ենթակառուցվածքային դրվածքը, միջավայրի անկազմակերպվածության ու խառնաշփոթի աստիճանը և միջավայրից ձեռք բերած անձնային փորձը ազդում են սովյալ հանրության մեջ ձեռներեցական մոտիվացիաների մակարդակի վրա: Սոցիոլոգիական տեսություններն ուսումնասիրում են միջավայրի ազդեցության չափն ու ձևը ձեռներեցության խնդրում: Ջեֆրի Թիմոնսի կարծիքով, ձեռներեցությանը նպաստող միջավայր է համարվում այնպիսի միջավայրը, որտեղ կրթությունը պարտադիր է, պետությունը լրջորեն հովանավորում է տեսական և կիրառական գիտությունները, կրթում և դաստիարակում ձեռներեցության հոգեբանությունը և պատրաստում տաղանդավոր սովորողներ Մակ Քլեյանդը և նրա հետազոտական թիմը 1987 թվականին սահմանեցին ձեռներեցների հաջողությունների հիմնական իննը առանձնահատկությունները. նորարարություն, համարձակություն, հնարավորությունների ճանաչման կարողություն, աշխատանքում հաջողության հասնելու պահանջմունք, գործարարության ձգտում, համակարգային պլանավորում, վերահսկում և դասակարգում, աշխատանքի հանդեպ պարտավորվածություն, ստեղծարարություն:

Զարգացած և զարգացող երկրերում երկար տարիներ է արդեն, որ լուրջ աշխատանքներ են կատարվում ձեռներեց անհատների բացահայտման ուղղությամբ, ուսումնասիրվում են նրանց անձնային, սոցիալական և կրթական առանձնահատկությունները, ձգտումները, հմտությունները, հաջողություններն ու ձախողումները և նրանց կյանքի անցած ուղին՝ մանկությունից մինչև հաջողության հասնելը: Բազմաթիվ ազգեր ու ժողովուրդներ առաջադրել են ձեռներեցության սեփական մոդելները: Ձեռներեցության վարքը ձևավորող գործոնները անձնային, սոցիալական և միջավայրի հետ են կապված: Սոցիալական գործոններից կարող ենք նշել ընտանեկան պայմանները, աշխատանքային փորձը, անհատական փորձը: Միջավայրի գործոններից կարող ենք հիշատակել՝ շուկայի պայմանները, սոցիալական ու մշակութային կտրուկ փոփոխությունները, պետությունների որդեգրած քաղաքականությունն ու օրենքները, իսկ անձնային առանձնահատկությունները ներառում են անհատական հատկանիշները, տարբերություններն ու որակները:

Մեր հետազոտության մեջ քննարկվել են ձեռներեցներին բնորոշ անհատական երեք կարևոր առանձնահատկությունները՝ ստեղծարարությունը, հաջողության ու առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիան և հնարավորությունների ճանաչման ու գնահատման կարողությունը: Դրանք դիտարկվել են՝ ձեռներեցի տարիքի, աշխատանքի ու մասնագիտական ոլորտի և նրանց գործունեության աշխարհագրական տարածքի համատեքստում: Իրանում մի շարք հետազոտողներ քննարկել են ձեռներեցության հարցը, սակայն դեռևս չկան համալիր հետազոտություններ ձեռներեցության ու գործարարության նախադրյալների բացահայտման, ներդրման ու զարգացման համար: Ձեռներեցության ձևավորման ու զարգացման անձնային, սոցիալական ու միջավայրային

հետ կապված գործոնների բացահայտումը և տեղական մոդելի մշակումը կնպաստի անձի և հասարակության առաջընթացին, որով և պայմանավորված է հետազոտության արդիականությունն ու հրատապությունը:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿԸ**

Ա. Հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրելով իրանցի ձեռներեցների անձնային ու վարքային առանձնահատկությունները՝ առաջադրել իրանական ձեռներեցության մոդել: Ձեռներեցության տեղական սխեմայի մշակման համար ձեռներեցության երևույթը քննել իրանական միջավայրում և իրանցիների շրջանում՝ վեր հանելով դրա սկզբնավորման, ձևավորման ու զարգացման գործընթացը:

Բ. Բացահայտել ու ճանաչել ձեռներեցության ձևավորմանն ու զարգացմանը նպաստող գործոններն ու նախադրյալները և առաջադրել նպատակահարմար միջոցներ և ուղիներ ձեռներեցությունն Իրանում խրախուսելու և խթանելու համար:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

Ելնելով հետազոտության նպատակից առաջադրվել են հետևյալ **խնդիրները**.

1. Ուսումնասիրել ու քննել անձի ձեռներեց դառնալու հարցում կարևոր դեր ունեցող անձնային առանձնահատկությունները՝ ստեղծարարությունը, հաջողության հանդեպ մոտիվացիան և հնարավորությունների ճանաչման ու գնահատման կարողությունը:

2. Վերլուծել անձի ձեռներեց դառնալու հարցում միջավայրի հետ կապված գործոնների՝ ընտանիքի, ընկերների և հարազատների դերը:

3. Քննել արտաքին շարժառիթների, ինչպես օրինակ՝ պետության խրախուսողական ու հովանավորող քաղաքականության ազդեցությունն անձի ձեռներեց դառնալու հարցում:

4. Ուսումնասիրել ուսուցման և վերապատրաստման դասընթացների ազդեցությունն անձի ձեռներեց և ստեղծարար դառնալու հարցում:

5. Դիտարկել տարիքի նշանակությունն անհատի ձեռներեց դառնալու հարցում:

6. Որոշարկել, թե ինչ նշանակություն ունի ձեռներեցի գործունեության աշխարհագրական տարածքի մեծությունը նրա ձեռներեց դառնալու համար:

7. Բացահայտել ձեռներեցի աշխատանքային ոլորտի դերն ու նշանակությունը նրա ձեռներեց դառնալու համար:

8. Մշակել ձեռներեցության մոդել և հիմնավորել ձեռներեցության տեսությունները՝ տեսականորեն և էմպիրիկ տեսակետից:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՕԲՅԵԿՏԸ.** Իրանցի գործարարների անհատական ու վարքային յուրահատկություններն են:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆ.** Իրանցի ձեռներեցների վարքի ուսումնասիրությունն է՝ ըստ նրանց անհատական առանձնահատկությունների (հաջողության հանդեպ մոտիվացիայի, ստեղծարարության և հնարավորությունների ճանաչման կարողության) ու նաև ըստ նրանց սոցիալական տարբեր առանձնահատկությունների (տարիքային խմբի, աշխատանքային բնագավառի և աշխարհագրական այն տարածքի, որտեղ նրանք գործունեություն են ծավալում):

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՎԱՐԿԱԾԸ.** Իրանցի ձեռներեցներն ունենալով անհատական ու սոցիալական որոշակի առանձնահատկություններ, նրանց վարքագծերը կարելի է տարբերակել տարիքով, աշխատանքային ոլորտով և աշխարհագրական տարածքով:

## **ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԵՆԹԱՎԱՐԿԱԾՆԵՐԸ**

1. Աշխարհագրական տարբեր շրջաններում գործունեություն ծավալող իրանցի ձեռներեցներն ունեն տարբերություններ անհատական առանձնահատկությունների (ստեղծարարության, հաջողության հանդեպ մոտիվացիայի և հնարավորությունների ճանաչման կարողության) առումով, ինչը կարևոր է ձեռներեցության համար:

2. Տարբեր տարիքային խմբերին պատկանող իրանցի ձեռներեցներն ունեն տարբերություններ ստեղծարարության, հաջողության հանդեպ մոտիվացիայի և հնարավորությունների ճանաչման կարողության տեսակետից, ինչը կարևոր է ձեռներեցության համար:

3. Աշխատանքային տարբեր ոլորտներում գործունեություն ծավալած իրանցի ձեռներեցներն ունեն տարբերություններ անհատական առանձնահատկությունների (ստեղծարարության, հաջողության հանդեպ մոտիվացիայի և հնարավորությունների ճանաչման կարողության) տեսակետից, ինչը կարևոր է ձեռներեցության համար:

## **ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՄԵԹՈՂԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՏԵՍԱԿԱՆ ՀԻՄՔԸ**

Հետազոտության համար տեսական հիմք են հանդիսացել անձի հոգեբանության, վարքային տեսության և սոցիալական հոգեբանության հիմնադրույթները և մոտեցումները, որոնք բացատրում են ձեռներեցության ու ստեղծարարության ձևավորման անհատական ու նաև միջավայրի հետ կապված նախադրյալներն ու գործոնները: Հոգեբաններն ու սոցիոլոգները տարիներ շարունակ հետազոտություններ ու ուսումնասիրություններ են կատարել մարդկային տարբեր վարքագծերը հիմնավորելու համար: Նրանց ջանքերի արդյունքում ստեղծվել են տեսություններ, ինչպես օրինակ՝ Մակ Բլեյլանդի (1965 թ.) տնտեսական մարդու տեսությունը, որը մեկնաբանում է մարդկանց վարքագծերը՝ տարբեր հասարակական-տնտեսական պայմաններում: Ձեռներեցության վերաբերյալ Մակ Բլեյլանդի և նրա գործընկերների հետազոտությունները հանգեցրել են անձի տեսության ստեղծմանը: Հետազոտության տեսական հիմքում ընկած են նաև ճանաչողական հոգեբանության կարևոր տեսություններից Ռեսուրսների տեսությունը (Resource Theory) և մարդկային կապիտալի տեսությունը (Human Capital Theory), որոնք անդրադառնում են ձեռներեցության վրա ճանաչողական գործոնների ազդեցության ուսումնասիրությանը: Հետազոտության մեթոդաբանական հիմք են հանդիսացել նաև սոցիալական հոգեբանության տեսությունների հիմնադրույթները, ինչպես օրինակ Ա. Բենդուրայի տեսությունը սոցիալական յուրացման մասին և Ռոնալդ Գլեյսի, Վեբերի մոտեցումները, Սոցիալական կապիտալի տեսությունը (Social Capital Theory), որն առնչվում է ձեռներեցների վրա ընտանիքների և բարեկամների ազդեցության և նշանակության ուսումնասիրությանը:

## **ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՄԵԹՈՂՆԵՐԸ**

Մեր հետազոտությունը նկարագրական-կիրառական ուսումնասիրություն է: Հետազոտության հիմքն իրականում սոցիալական մեթոդն է: Հետազոտությունն իրականացվել է դաշտային ուսումնասիրության (field study) եղանակով և նրա վիճակագրական տվյալների վերլուծման համար օգտագործվել են վիճակագրական նկարագրության (աղյուսակներ ու գծապատկերներ) և մշակման տարբեր մեթոդներ, իսկ հաշվարկների իրականացման և մոդելների ու դիագրամների գծագրման համար՝ SPSS համակարգչային ծրագիրը: Հետազոտության **համախումբը (սոցիալական բազան)**

կազմված է այն ձեռներեցներից, ովքեր, որոշակի ցուցանիշների հիման վրա, ընտրվել են 2005-2011թթ. ընթացքում կայացած գիտահետազոտական փառատոներում: Իրանի աշխատանքի և սոցիալական հարցերի վարչության տվյալների համաձայն այդ մարդիկ մոտավորապես 3000 հոգի են: **Ընտրանքի** ծավալի որոշման համար՝ հիմնվելով ուսումնասիրվող թեմայի առանձնահատկությունների վրա, օգտագործվել է պատահական ընտրանքի (կամ նմուշառման) մեթոդը: Հետազոտվող ընտրանքի ծավալի որոշման համար օգտագործվել է Քուլքրանի բանաձևը: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ վիճակագրական համախմբի (բազայի) ծավալը 3000 հոգի է, հիշյալ բանաձևի կիրառմամբ և 5 սխալի հիման վրա այդ անձանց թիվը հաշվարկվել է 353 հոգի: Հարցաթերթերը բաժանվել են այս անհատների միջև, սակայն նրանց՝ երկրով մեկ ցրված լինելու, հարցաթերթերի բաժանման և տվյալների հավաքագրման դժվարությունների պատճառով, ձեռներեցներից 120-ն են հարցաթերթերը վերադարձրել: Հետևաբար, վերլուծությունները կատարվել են այս անձանց տվյալների հիման վրա:

### **ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԳԻՏԱԿԱՆ ՆՈՐՈՒՅԹԸ**

▪ Հետազոտությունը նոր մոտեցում է առաջադրել պրոֆեսունիալ ձեռներեցների վարքի ուսումնասիրման վերաբերյալ: Ձեռներեցների անհատական ու սոցիալական տարբեր առանձնահատկությունների համատեքստում վեր են հանվել ու գնահատվել երեք կարևոր գործոնների՝ ձեռներեցների տարիքի, նրանց գործունեության աշխարհագրական տարածքի մեծության և աշխատանքային ոլորտի դերն ու նշանակությունը:

▪ Հիմնավորվել ու վեր են հանվել սոցիալական ու մարդկային կապիտալի դերը, պետության կողմից խրախուսական ու հովանավորման քաղաքականության կարևորությունը և ընտանիքում ու կրթական-մշակութային խստիտուտներում ձեռներեցության սկզբունքների կիրառման և ուսուցման ազդեցությունը՝ հասարակության մեջ ձեռներեցության զարգացման ու դրսևորման ուղղությամբ:

### **ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՆԵՐԿԱՅԱՅՎՈՂ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐԸ**

1. Ձեռներեցությունը երևույթ է, որը ձևավորվում է անհատական-սոցիալական մի շարք գործոնների ազդեցությամբ և պայմաններում՝ ձեռներեցի միջոցով: Անհատական գործոնները, ինչպիսիք են մոտիվացիաները, կարիքները, կարողությունները և հմտությունները ազդեցություն են կրում ընտանեկան և հասարակական պայմաններից: Այդ գործոնները փոխներգործում են իրար վրա՝ խթանելով ձեռներեց անհատի ձևավորումն ու զարգացումը կամ էլ խոչընդոտելով այն:

2. Ձեռներեցության ձևավորմանն ու զարգացմանը նպաստող ու խթանող անհատական առանձնահատկություններից են ստեղծարարությունը, հնարավորությունների ճանաչումն ու գնահատումը և առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիան: Այս հատկանիշներն ու որակները կարելի է ամրապնդել ու ընդլայնել հասարակության տարբեր մակարդակներում հոգեբանական ու կրթական որոշակի սկզբունքների ու մոտեցումների ներդրմամբ և ուսուցմամբ, ձեռներեցության մշակույթի տարածմամբ և վերապատրաստման դասընթացների կազմակերպմամբ:

3. Ձեռներեցության առանձնահատկությունների դրսևորման չափն ու մակարդակը հարաբերակցություն ունեն ձեռներեցի տարիքի, գործունեության աշխարհագրական տարածքի մեծության և գործունեության ոլորտի հետ, որոնց ազդեցությամբ

ձեռներեցների տարբեր խմբերի մոտ տարբերություններ կան ստեղծարարության, հնարավորությունների գնահատման և հաջողության մոտիվացիայի առումով:

**4. Ձեռներեցության անձնային ու անհատական առանձնահատկությունները** կարող են առավել լիարժեք դրսևորվել նպաստավոր միջավայրի և սոցիալական նպատակահարմար նախադրյալների պայմաններում: Ընտանիքների կրթվածության և տնտեսական-կենցաղային յուրահատկությունները, օրինակելի անձանց դերը և պետության խրախուսական քաղաքականությունն ունեն նշանակալից ազդեցություն:

**5. Ձեռներեցության իրանական մոդելը** պետք է մշակվի իրանցի ձեռներեցների անձնային ու վարքային յուրահատկությունների, իրանական միջավայրի և սոցիալական առանձնահատկությունների հիման վրա, նաև հաշվի առնի տեղական, էթնիկական ու կրոնական մշակույթն ու արժեքները, ինչպես նաև Իրանի տնտեսության յուրահատկությունները: Մոդելը պետք է համադրի տնտեսական-հասարակական-հոգեբանական մոտեցումներն ու սկզբունքները:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ.** Մեր հետազոտությունը տեսականորեն հիմնավորում և սահմանում է անձնային և անհատական առանձնահատկությունների դերն ու նշանակությունը ձեռներեց դառնալու գործընթացում: Մյուս կողմից՝ հետազոտությունը տեսականորեն հիմնավորում է սոցիալական գործոնների, ինչպես օրինակ մարդկային կապիտալի և ներուժի դերը և խրախուսողական մոդելների ու գործոնների ազդեցությունը՝ անձի ձեռներեց դառնալու գործընթացի վրա:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ.** Մեր հետազոտության հիման վրա կարելի է կազմել ձեռներեցության ոգին ու հայացքները խթանող ծրագրեր ու նախագծեր, պոտենցիալ ձեռներեցների համար կազմել ուսուցողական դասընթացներ ու ծրագրեր:

**ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՓՈՐՁԱՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆԸ** կատարվել է Երևանի պետական համալսարանի Անձի հոգեբանության ամբիոնի նիստերում ու քննարկումներում և հրատարակված գիտական հոդվածներում:

**ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ ԵՎ ԾԱՎԱԼԸ.** Ատենախոսությունը կազմված է ներածությունից, չորս գլխից, եզրակացություններից, առաջարկություններից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածից: Ատենախոսության ընդհանուր ծավալը կազմում է 168 էջ:

#### **ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Ատենախոսական աշխատանքի **ներածության** մեջ ներկայացրել ենք հետազոտության արդիականությունը, նպատակը, խնդիրները, վարկածը և ենթավարկածները, օբյեկտը և առարկան, տեսական ու մեթոդաբանական հիմքը: Այնուհետև ներկայացվել են մեր կողմից կիրառված մեթոդները, հետազոտության ընտրանքի նկարագրությունը, հետազոտության գիտական նորույթը, աշխատանքի տեսական ու գործնական նշանակությունը, պաշտպանության ներկայացվող դրույթները, հետազոտության փորձաքննությունը և կառուցվածքն ու ծավալը:

Ատենախոսության **առաջին գլուխը** վերնագրվել է «**Ձեռներեցության վերաբերյալ տարբեր տեսությունների և մոտեցումների վերլուծություն**» և ունի 5 ենթագլուխ: **Առաջին ենթագլխում** քննվել են այն հոգեբանների մոտեցումները, ովքեր ձեռներեց

դառնալու գործընթացում կարևորում են անձնային և անհատական առանձնահատկությունները: Այս շարքի հոգեբաններից նշվել են Ժանգր, Հորնադին, Ֆերնհամբ, Մերեդիթը և Նելսոնը, Դարիանին, Մակ Քլեյանը: Դիտարկվել են ձեռներեցին բնորոշ մի շարք անհատական յուրահատկություններ, ինչպես օրինակ՝ իմքմիմացությունը, ստեղծարարությունը, մարտահրավերների պահանջմունքը, ինտուիցիան, հնարավորությունների ճանաչման կարողությունը, ներքին և արտաքին վերահսկողությունը, հաջողության հանդեպ մոտիվացիան, անորոշության հաղթահարման ուժը, սրամտությունը, դրական մտածելակերպը, ռիսկերի ընդունումը, հուզական ինտելեկտը, պարտության դիմակայումը, անկախության ձգտումը և մտավոր ոճերը: **Երկրորդ ենթագլխում** քննվում են սոցիալական հոգեբանության տեսությունները ձեռներեցության վերաբերյալ և դիտարկվում են մի շարք արտաքին և միջավայրին կապված գործոններ, ինչպես օրինակ՝ կրթությունը, օրինակելի անձանց ազդեցությունը, նախկին աշխատանքից ունեցած փորձը կամ դժգոհությունը, ընտանիքի, ընկերների ու շրջապատի դերը անձի ձեռներեց դառնալու գործընթացում: **Երրորդ ենթագլուխն** անդրադառնում է ձեռներեցության վերաբերյալ վարքային մոտեցումներին, որի համաձայն ձեռներեցությունը մեկնաբանվում է որպես վարք: Ձեռներեցային վարքի ուսումնասիրման հիմնական նպատակն է՝ բացատրել, նախատեսել, վերահսկել և ձևավորել մարդկանց տնտեսական վարքը: Հետազոտողները նշում են, որ ձեռներեցական հնարավորություններն ու առիթները տեսնող և գործի անցնող մարդիկ, սովորաբար օժտված են բարձր ինքնավստահությամբ և առաջադիմության հասնելու մեծ ձգտումով: Նրանք մեծ նշանակություն են տալիս ներքին ու արտաքին մոտիվացիաներին և խանդավառությանը, որոնք խթանում են ձեռներեցության վարքի դրսևորումը և զարգացումը: **Չորրորդ ենթագլխում** լուսաբանվում են ձեռներեցության վերաբերյալ տնտեսական մոտեցումները՝ Ռ. Քանթիլոնի և Շումփիթերի մեկնաբանությունները: Տնտեսագետներն առաջին հերթին ուշադրություն են դարձնում ձեռներեցների կատարած գործին և այնքան էլ չեն կարևորում նրանց անձնային առանձնահատկությունները: **Հինգերորդ ենթագլխում** ուսումնասիրվում են ձեռներեցության համար առաջադրված տարբեր մոդելները: Ձեռներեցության մոդելները կազմվում ու առաջադրվում են էլնելով բիհեվիորիստական տեսության և առանձնահատկությունների մոտեցման հիմնադրույթներից և ձեռներեցության մասին սահմանումներից: Այս բաժնում ներկայացվել են Ֆրայի, Ու. Բայգրեյվի, Ջեֆրի Թիմսոնի, Ստիվենսոնի, Նիավալի և Ֆուզլի և իրանցի հետազոտող Ա. Դարիանի մշակած մոդելները:

**Երկրորդ գլուխը** կրում է «**Ձեռներեցների անձնային և վարքային յուրահատկությունների վերլուծություն**» վերնագիրը և ունի 8 ենթագլուխ: **Առաջին ենթագլուխը** հատկացված է ձեռներեցության մոտիվացիաների քննմանը: Ձեռներեցության տարբեր դրդապատճառներից դիտարկվել են՝ առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիան, ավելի շատ գումար ձեռք բերելու հանգամանքը, անկախ և ազատ լինելու ցանկությունը, իրական ես-ը և սեփական անձը վերահսկելու ցանկությունը և ինքնապատասխանատվությունը, ավելի մեծ աշխատանքային հնարավորություն ձեռք բերելու հանգամանքը, աշխատանքային անվտանգությունը և ընտանիքի ապահովությունը, ներքին խթանները (ինչպիսիք են անհատական առանձնահատկությունները) և արտաքին խթանները այդ թվում՝ ֆինանսական

հարցերը, ռիսկերը, աշխատանքային ոլոտը, աշխատանքային հնարավորությունների ստեղծումը, ճկուն աշխատանքների անհրաժեշտությունը և ընտանեկան ու ընկերական ձեռներեցային գործունեության մեջ ընդգրկվելը: **Երկրորդ ենթագլխում** վերլուծվում են հաջողության ու առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիայի տեսական հիմքերը: Այն անձնավորությունը, ում մոտ բարձր է առաջընթացի մոտիվացիան, նա մշտապես ավելի բարձր արդյունքներ է փնտրում, հաճույք է ստանում մարտահրավերային նպատակներից ու խնդիրներից և համառություն ու մրցակցություն է ցուցաբերում աշխատանքում: Առաջընթացի պահանջը բազմակողմ երևույթ է, որը չունի միայն մեկ հարթություն, այլ գտնվում է հասարակական, ճանաչողական և զարգացման գործընթացների տիրույթում: **Երրորդ ենթագլուխը** անդրադառնում է ճանաչողական կարողություններին: Նախաձեռնողականությունը և նորարարությունը ձեռներեցության հիմքն ու ոգին են կազմում և սերտորեն շաղկապված են դրա հետ: Ստեղծարարությունը կարողություն է, որը ազդեցություն է կրում անհատական և հասարակական տարբեր գործոններից: Այս գործոնները փոխազդում են միմյանց վրա՝ դառնալով անհատի ստեղծարարության հատկանիշի զարգացման կամ թուլացման պատճառ: Ստեղծարարության մասին ամենահամապարփակ տեսությունը վերաբերում է ամերիկացի գիտնական՝ Գիլֆորդին: Նա օգտվելով համակարգչային վիճակագրական ամենազարգացած մեթոդներից, եզրակացրեց, որ մարդու մտավոր ուժը կարելի է բաժանել 150 առանձին գործոնների, որոնցից յուրաքանչյուրը հնարավոր է չափել: Ստեղծարարությունն ու նորարարությունը մոտիվացիոն հիմք ունեն, հետևաբար նորարարության ու ստեղծարար ոգու պահպանումը պայմանավորված է անձի մոտիվացիաների պահպանմամբ: Ստեղծարարությունը հնարավոր է պլանավորել ու ծրագրել: Դորոնոն (2001թ.) ուսումնասիրություններ է կատարել ստեղծարար մտքի բաղադրիչների վերաբերյալ: Նրա կարծիքով, ստեղծարար մտքի կարևոր առանձնահատկություններից են՝ նախաձեռնողականությունը, սահունությունը, ճկունությունը և մանրամասնությունների մշակումը: **Չորրորդ ենթագլխում** վերլուծվում է ձեռներեցական հնարավորությունների ճանաչման կարողությունը: Հնարավորությունների և շանսերի գնահատումը ձեռներեցության առանցքային խնդիրն է: Գործարար հնարավորությունները և առիթները այնպիսի իրադրություններ են, երբ անձը ռեսուրսների օգտագործման համար սահմանում է նոր մոդել և դրվածք: Նման հնարավորությունների և գործոնների ճանաչումը պայմանավորված է գործարարների անձնային առանձնահատկություններով, որոնց սովորաբար անվանում ենք անհատական տարբերություններ: **Հինգերորդ ենթագլխում** վերլուծվում է ստեղծարարության և հանարավորությունների ճանաչման միջև կապը: Հիլզը՝ ձեռներեցային հնարավորությունների որոշարկման համար կարևորում է հինգ գործոն՝ զգոնություն, ստեղծարարություն, լավատեսություն, սոցիալական ցանցեր և գիտելիքներ: **Վեցերորդ ենթագլխում** անդրադարձ է կատարվել ձեռներեցության մասին տարբեր երկրներում՝ ԱՄՆ-ում, Չինաստանում, Հոլանդիայում, Հարավային Աֆրիկայում, Ռուսաստանում և Հայաստանում կատարված հետազոտություններին: **Յոթերորդ ենթագլուխը** հատկացված է Իրանի հետազոտություններին: Իրանի Աշխատանքի և սոցիալական ապահովության ինստիտուտը, Կրթության նախարարությունը և Աշխատանքի ու սոցիալական հարցերի նախարարությանն առընթեր կազմակերպությունները համագործակցելով Աշխատանքի միջազգային

գրասենյակի հետ, 1988 թվականին մի շարք հողվածներ թարգմանեցին և առաջին անգամ առաջ քաշեցին «Գործարարության ուսուցում» նախագիծը: Կրթության նախարարության բարձրագույն խորհուրդը 1989 թվականին դպրոցական որոշ հոսքերի համար առաջարկեց ձեռներեցության դասընթացներ: 2002 թվականին Իրանում կազմակերպվեց «Զբաղվածության և գործարարության փառատոնը»: Իրանի բուհական ծրագրում ներդրվել է «Գործարար զարգացման ծրագիրը»: **Ութերորդ ենթազխում** համադրելով մի շարք գործընթացային և բովանդակային մոդելներ, ներկայացրել ենք ձեռներեցության տեղական մոդելը՝ հաշվի առնելով Իրանի տնտեսական, մշակութային և հասարակական պայմանները: Այս մոդելում ուսումնասիրվում են ձեռներեցի անհատական առանձնահատկությունները և սոցիալական ու ընտանեկան պայմանները, որոնք դարձել են ձեռներեցական վարքագծերի պատճառ:

**Երրորդ գլուխն** ունի հետևյալ վերնագիրը «**Հետազոտության մեթոդաբանական և բնութագրական տվյալների վերլուծությունը**», այն բաղկացած է 2 ենթազխից: **Առաջին ենթազխում** ներկայացվում են հետազոտության բազան, ընտրանքը, տվյալների հավաքագրման մեթոդները և գործիքները, կիրառված գործիքների հուսալիությունը և հավաստիությունը, հետազոտության հանգուցային հասկացությունները: **Երկրորդ ենթազխում** համապատասխան աղյուսակներով ու գծապատկերներով մանրամասնորեն արտացոլվել են հետազոտության մեջ ներառված ձեռներեցների բնութագրական ու դեմոգրաֆիկ տվյալները և դրանց տոկոսային բաշխվածությունը: Հարցման մասնակիցները բոլորը արական սեռից են, մեծամասնության տարիքը 41-50 միջակայքում է, մեծ մասը աշխարհագրական փոքր տարածքներում են գործում, էթնիկական մեծաքանակ խումբը ֆարսերն են, մեծ մասամբ արդյունաբերական ոլորտի ձեռներեցներ են, մեծ մասն ունի բարձրագույն կրթություն: Մոտավորապես նույն պատկերն է նաև նրանց ընտանիքների կրթության դեպքում, իսկ ընտանիքների տնտեսական կարգավիճակի տեսակետից՝ հիմնական մասը պատկանում են միջին խավերին, բայց մեծ թիվ են կազմում նաև միջինից բարձր և բարեկեցիկ կարգավիճակով ընտանիքները: Որպես օրինակելի ձեռներեց ընտրվելու պատճառներ են նշվել՝ նոր գաղափարների առաջադրումը, նոր ապրանքատեսակ առաջարկելը, արտադրական նոր հոսքագծի հիմնադրումը, նոր աշխատատեղերի ստեղծումը: Ձեռներեցների գրեթե 30 տոկոսը չի օգտվել պետական աջակցությունից, իսկ մնացածը այս կամ այն չափով օգտվել են պետական օժանդակության տարբեր ծրագրերից: Ձեռներեց դառնալու խնդրում մեծամասնությունը նշանակալից է գնահատել գործազրկության, հատուկ դասընթացներին մասնակցելու, հարազատների ու ընկերների օրինակին հետևելու և նախկին աշխատանքից դժգոհ լինելու հանգամանքները:

**Չորրորդ գլուխը** վերնագրված է «**Հետազոտության տվյալների մշակում և արդյունքների վերլուծություն**» և ունի 3 ենթազխույն, որտեղ վիճակագրական թեստերի կիրառմամբ ստուգվում են հետազոտության գլխավոր վարկածը, ենթավարկածները, վերլուծվում են հետազոտության արդյունքները և ամփոփվում եզրահանգումները: Գլխավոր վարկածը բազմակողմ է: Ինչպես արտացոլված է աղյուսակ 1-ում մասնակիցների ցուցանիշների միջինը սոցիալական առանձնահատկություններում 1.754 է, անհատական առանձնահատկություններին՝ 2.196 է, իսկ երկու առանձնահատկությունների ընդհանուր միջինը՝ 2.109: Արդյունքների համեմատությունը ցույց է տալիս, որ ձեռներեցները օժտված են եղել ընդգծված

անհատական առանձնահատկություններով: t-ի արժեքը սոցիալական գործոնների առումով -6.68 է, իսկ անհատական առանձնահատկությունների առումով՝ 8.24, իսկ երկու առանձնահատկությունների ընդհանուր միջինը՝ 4.29: Արդյունքների համեմատությունը ցույց է տալիս, որ ձեռներեցները օժտված են բարձր անհատական և հասարակական առանձնահատկություններով: Այլ կերպ ասած, հաշվի առնելով աղյուսակ 1-ի արդյունքները՝ հասկանում ենք, որ ձեռներեցները ուսումնասիրված բոլոր ասպեկտներից (բացի սոցիալականից) միջին 2 արժեքից ավելի բարձր միջին միավոր են ստացել: Ուստի կարելի է հասկանալ, որ պատասխանողների մոտեցումն այս ասպեկտների հանդեպ դրական է եղել: Ի հավելումն դրա, t թեստի նշանակալիության մակարդակը բոլոր ասպեկտների համար եղել է մեկ տոկոս: Սա նշանակում է, որ ձեռներեցների միջին ցուցանիշը՝ կապված բոլոր անհատական և սոցիալական առանձնահատկություններին, նշանակալից տարբերություն է ունեցել 2 արժեքի հետ:

### Աղյուսակ 1

#### Վիճակագրական պարամետրերը, t թեստը և նշանակալիության մակարդակը ձեռներեցների անհատական և սոցիալական առանձնահատկությունների համար

Առանձնահատկ.	$\mu = 2$						
	Քանակ	Միջին	Ստանդարտ շեղում	Միավոր միջին	t-ի արժեքը	Ազատութ. աստիճան	Նշանակալիութ. մակարդակ
Միջավայրային	120	1.7545	0.40254	0.03675	-6.68	119	0.000**
Անհատական	120	2.2413	0.31918	0.02914	8.283	119	0.000**
Ընդամենը	120	2.1095	0.27915	0.02548	4.297	119	0.000**

Ենթավարկածները ևս T թեստի կիրառմամբ ստուգվել են, որոնց հիման վրա հաստատվել է մեր կողմից քննվող երեք անհատական յուրահատկության նշանակալից ազդեցությունը ձեռներեց դառնալու հարցում: Ստեղծարարության միջին ցուցանիշը գրանցվել է 2.24 և  $t=8.28$ , հաջողության մոտիվացիան՝ 2.10 և  $t=4.29$  և հնարավորության ճանաչման կարողությունը՝ 2.24 և  $t=8.78$ , այսինքն երեք յուրահատկության դեպքում էլ ձեռներեցների միջին ցուցանիշը նշանակալիորեն բարձր է միջին 2 արժեքից: T թեստի նշանակալիության մակարդակը բոլոր անհատական յուրահատկությունների համար 1% է:

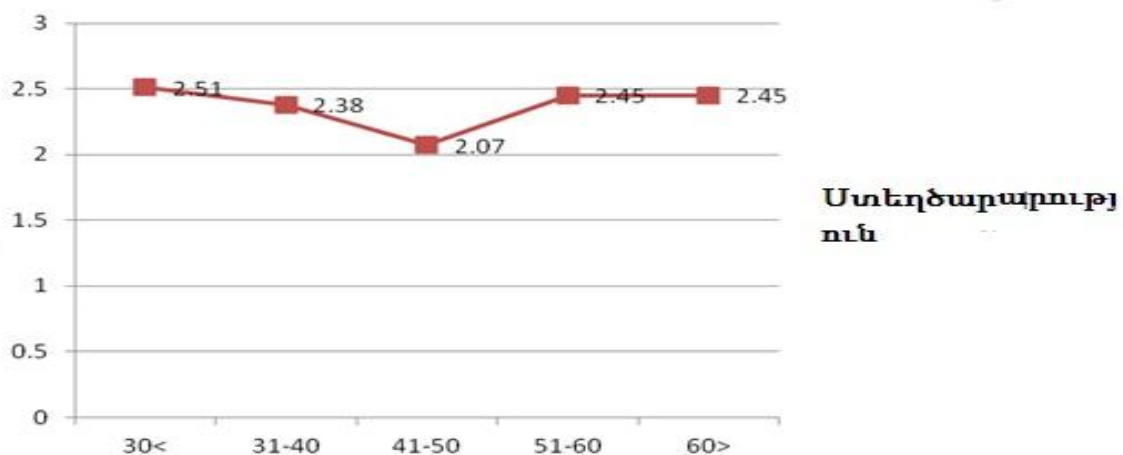
Աղյուսակ 2-ում արտացոլված են տարիքային տարբեր խմբերում վարիացիայի վերլուծության արդյունքները: Ինչպես տեսնում ենք աղյուսակ 2-ում՝ ստեղծարարության յուրահատկության համար F-ի արժեքը գրանցվել է 8.58, իսկ հաջողության ու առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիայի համար՝  $F=4.61$ , հնարավորությունների ճանաչման կարողության հատկանիշը արձանագրել է՝  $F=3.45$  ցուցանիշը: Այս երեք յուրահատկությունները հուսալիության 95% մակարդակի վրա ունեն նշանակալից տարբերություն:

Տարբեր տարիքային խմբերում ձեռներեցների սոցիալական և անհատական առանձնահատկությունների և ասպեկտների վարիացիայի վերլուծություն

Փոփոխական ներ	Փոփոխության արդյունքներ	Քառակուսի թիվ	Ազատության աստիճան	Քառակուսիների միջին	F	Եղանակականության մակարդակ
Միջավայրային	Տարիքային խումբ	1.265	4	0.316	2.019	0.096 ns
	Միալի հավանականություն	18.017	115	0.157		
	Ընդամենը	19.282	119			
Ստեղծարարություն	Տարիքային խումբ	2.788	4	0.697	8.586	0.000 **
	Միալի հավանականություն	9.335	115	0.081		
	Ընդամենը	12.123	119			
Առաջընթացի նկատմամբ մոտիվացիա	Տարիքային խումբ	0.744	4	0.186	4.618	0.000 **
	Միալի հավանականություն	8.529	115	0.074		
	Ընդամենը	9.273	119			
Հնարավորության ճանաչում և գնահատում	Տարիքային խումբ	0.715	4	0.179	3.408	0.000 **
	Միալի հավանականություն	10.138	115	0.088		
	Ընդամենը	10.853	119			
Անհատական և սոցիալական առանձնահատկություններ	Տարիքային խումբ	0.501	4	0.125	4.537	0.002 **
	Միալի հավանականություն	3.176	115	0.028		
	Ընդամենը	3.677	119			
		ns			.	*, **

\*P<0.05 ,\*\*P<0.001 NS ,not significant

Այնուհետև որպեսզի պարզենք, թե տարիքային ո՛ր խումբը ո՛ր առանձնահատկությամբ (ստեղծարարություն, հաջողության մոտիվացիա, հնարավորության ճանաչում) է հատկանշվում և նշանակալից տարբերությունն դրսևորում մյուս խմբերի համեմատությամբ՝ կիրառել ենք Դանկենի բազմատիրոյթ թեստը: Ինչպես ցույց է տալիս գծապատկեր 1-ը, 30-ից ցածր տարիք ունեցող ձեռներեցների մոտ ստեղծարարության միջինը ամենաբարձրն է և կազմում է 2.51, իսկ 31-40 տարեկան ձեռներեցների շրջանում՝ 2.38: Ստեղծարարության ցուցանիշը 41-50 տարեկան ձեռներեցների մոտ 2.07 է, իսկ 60-ից բարձր տարիքային խմբում այն հավասար է 2.45-ի: Համեմատելով ձեռներեցների տարիքային տարբեր խմբերում գրանցված ստեղծարարության միջին միավորները՝ տեսնում ենք, որ ավելի փոքր տարիքով ձեռներեցների, այսինքն ամենաերիտասարդ խմբի մոտ բարձր ցուցանիշն է ստացվել: Բարձր տարիք ունեցող ձեռներեցները ևս, այսինքն 51-60 և 60-ից բարձր տարիքային խմբերի մոտ միջին միավորը բարձր է ստացվել: Տարիքային այս երկու խումբը հուսալիության 95% մակարդակի վրա ունեն նշանակալից տարբերություն:

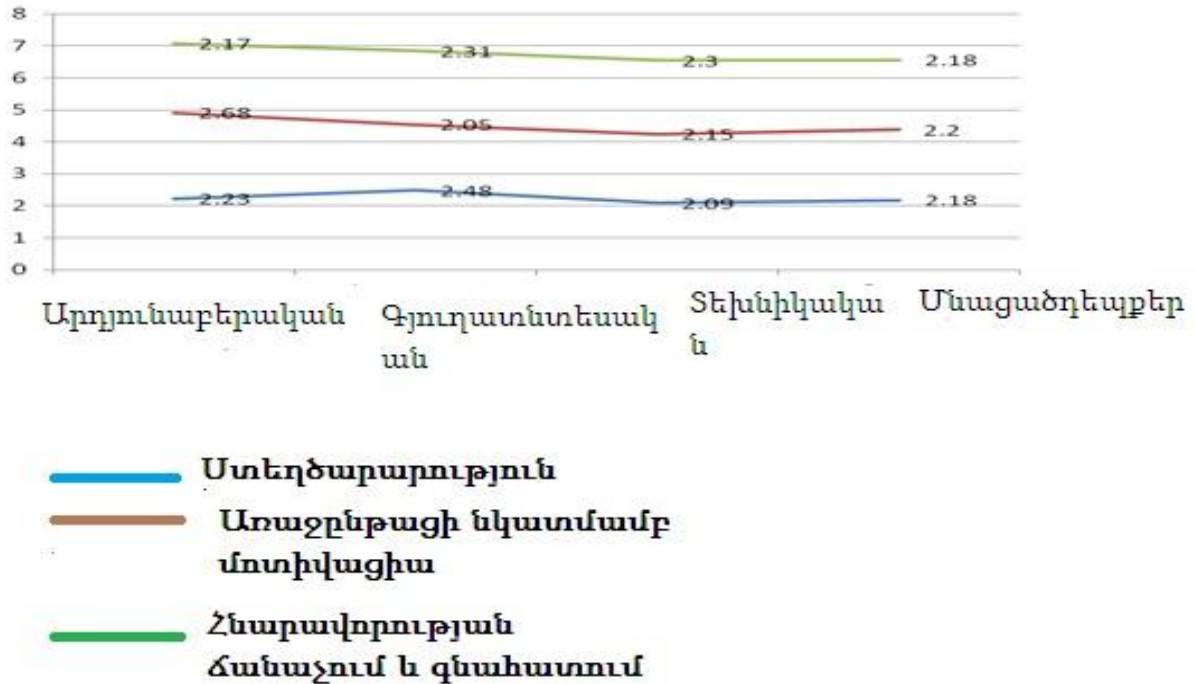


### Գծապատկեր 1. Ստեղծարարության յուրահատկության համեմատությունը ձեռներեցների տարիքային տարբեր խմբերում

Երիտասարդ խմբում բարձր ցուցանիշը բացատրվում է նրանց նոր ու ստեղծագործ մտածողությամբ, իսկ տարեց խմբի ձեռներեցների մոտ կարելի է բացատրել նրանց հասունությամբ, կուտակված փորձով և խելացի ու տեղյակ մարդկանց հետ շփումներով:

Երեք հատկանիշների համար էլ (ստեղծարարություն, մոտիվացիա և հնարավորության ճանաչում) նույնպիսի թեստեր են իրականացվել ձեռներեցների տարբեր խմբերում՝ ըստ նրանց տարիքի, գործունեության ոլորտի և աշխարհագրական

տարածքների: Ավելի բարձր միավորներ են գրանցել ստեղծարարության և հնարավորության ճանաչման համար: Ստորև բերված գծապատկեր 2-ում արտացոլված են տարբեր բնագավառներում աշխատող ձեռներեցների համեմատության արդյունքները երեք գործոնի տեսակետից (ստեղծարարություն, մոտիվացիա և հնարավորության ճանաչում):



**Գծապատկեր 2. Ընտրանքային համախմբի բաշխման գծապատկերն՝ ըստ աշխատանքային բնագավառի և երեք անհատական առանձնահատկությունների**

Գյուղատնտեսության բնագավառի ձեռներեցներն ստեղծարարության ամենաբարձր, իսկ արդյունաբերության (նաև տեխնիկական) բնագավառների ձեռներեցները առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիայի ամենաբարձր ցուցանիշներն են գրանցել: Այսպիսով, վիճակագրական տարբեր թեստերի կիրառմամբ մշակվել են հետազոտության գրանցած տվյալները և որոշարկվել տարբեր բաղադրիչների ու գործոնների ազդեցության չափը և դրանց փոխադարձ կապերը իրանցի ձեռներեցների տարբեր խմբերում:

## ԵԶՐԱԿԱՅՈՒԹՅՈՒՆ

Հետազոտության արդյունքների վերլուծության հիման վրա արվել են հետևյալ եզրակացությունները.

1. Հետազոտված անձինք օժտված են ստեղծարարական մեծ ջիղով, ինչն էլ խոսում է այն մասին, որ այս անհատական առանձնահատկությունն այն մարդու համար, ով ձեռներեց դառնալու մեծ պոտենցիալ և ընդունակություններ ունի, շատ կարևոր գործոն է: Հետազոտության մեջ ընդգրկված անհատների մոտ հաջողության հասնելու ցանկության բարձր ցուցանիշները ևս խոսում են այն մասին, որ այս անհատական առանձնահատկությունն այն մարդու համար, ով ձեռներեց դառնալու մեծ ներուժ և ընդունակություններ ունի, շատ կարևոր գործոն է: Հետազոտության ընտրանքի մոտ բարձր են նաև հնարավորությունների ճանաչման ու գնահատման կարողության ցուցանիշները, ինչը վկայում է այն մասին, որ այս անհատական առանձնահատկությունը շատ կարևոր գործոն է ձեռներեցությամբ զբաղվող անձանց համար: Այսպիսիվ, ձեռներեցային վարքագծի և անհատական առանձնահատկությունների միջև առկա է ուղիղ հարաբերակցական կապ: Կարելի է պնդել, որ այս հետազոտությունը հաստատում է ձեռներեցների անհատական առանձնահատկությունները կարևորող հոգեբանական մոտեցումը և համահունչ է այնպիսի հետազոտողների ուսումնասիրությունների հետ, ինչպիսիք են՝ Օսթրոնը և Գեբլերը (1992), Հորնադին (1982), Հիսրիչը (1992), Ռոբինսոնը և Ստերնը (1997), Մեկստոնը և Սմիլորը (1986): Մյուս կողմից հետազոտության այս մասը հաստատում է Ֆրեզի և Ռաշի (2002) Personality Modeling տեսությունը:

2. Մեր հետազոտության արդյունքները համահունչ են սոցիալական կապիտալի տեսության այն դրույթներին, որոնք վերաբերում են ձեռներեցների վրա ընտանիքների և բարեկամների ազդեցությանը: Այս ուսումնասիրության մեջ, մենք՝ կիրառելով Լայկերտի սանդղակը, հաշվարկել ենք նշված գործոններից յուրաքանչյուրի ազդեցության չափն ու պարզել, որ հետազոտվող ձեռներեցները խիստ ազդեցություն են կրել իրենց հարազատներից և ընկերներից:

3. Ներկա հետազոտության արդյունքները հաստատում են նաև ճանաչողական հոգեբանության կարևոր տեսություններից ռեսուրսների և մարդկային կապիտալի տեսության այն պնդումները, որոնք շեշտում են ձեռներեցության վրա ճանաչողական գործոնների ազդեցությունը: Համաձայն այս տեսությունների՝ գիտելիքներն ու տեղեկատվությունը մարդու մեջ «գիտական ուղղություն» են ձևավորում, որն էլ ղեկավարում է անհատի մտավոր գործընթացները: Ներկա հետազոտության մեջ հետազոտվողների ընդհանուր և մասնագիտական գիտելիքները Լայկերտի սանդղակով գնահատվել են, և թե՛ մասնագիտական, թե՛ ընդհանուր գիտելիքների առումով նրանք բարձր ցուցանիշներ են գրանցել:

4. Հոգեբանական ուսումնասիրությունների կարևոր թեմաներից է տարիքի և ստեղծարարության միջև կապի ուսումնասիրությունը (Albert 1996, Amabile 1996, Adams-Price 1998): Այնպիսի հետազոտողներ, ինչպիսիք են Բրոնտը (1991) և Էդելսոնը, (1996) պնդում են, որ ստեղծարարության և տարիքի միջև հակադարձ համեմատական կապ գոյություն ունի և դիագրամը նույնպես բնական հաճախականության ձև ունի: Մեր հետազոտության մեջ ստեղծարարության և տարիքի միջև կապը բնական հաճախականության ձև չունի, ինչը չի համապատասխանում ստեղծարարության վերաբերյալ վերոհիշյալ հոգեբանների տեսակետներին: Ինչպես արդեն նշել ենք, այս հանգամանքը խոսում է այն մասին, որ տարիքի հետ չնայած գաղափարների ստեղծումը պակասում է, սակայն ավելանում են դրանց որակական հատկանիշները:

5. Ձեռնարկատիրական հոգեբանությունը ուսումնասիրում է նաև ձեռներեցների տարիքի և նրանց ձեռք բերած հաջողությունների միջև կապը: Ներկա հետազոտության մեջ ընդգրկված ձեռներեցների մի մասը սկսել են զբաղվել ձեռնարկատիրական գործունեությամբ տարեց հասակում և հասել են հաջողությունների: Հետազոտության այս մասի արդյունքները հաստատում են այն տեսությունները, որոնք ուղիղ հարաբերակցական կապ են տեսնում ձեռներեցների տարիքի և նրանց հաջողությունների միջև: Բացի այդ, ստեղծարար մտքի գծապատկերը ո՛չ հավասարաչափ բաշխման մոդել է և ո՛չ էլ ուղիղ գծային տեսք ունի: Ստեղծարար միտքը բարձր է 30-ից ցածր տարիք ունեցող անձանց մոտ, ինչը կապված է երիտասարդության գործոնի հետ: 40-50 տարեկան մարդկանց մոտ ստեղծարար միտքը գրեթե կայուն է մնացել, սակայն 50-60 տարեկան մարդկանց մոտ այն կրկին բարձր ցուցանիշ է գրանցել: Այս տարբերությունը խոսում է այն մասին, որ մտավոր գործընթացներն ավելանում են բարդ իրավիճակների շնորհիվ:

6. Ներկա հետազոտության մեջ ուսումնասիրվել են ձեռնարկատիրական վարքագծի և աշխարհագրական շրջանների միջև կապը և արդյունքները ցույց են տալիս, որ մարդկանց ինքնության զգացումն ու ընկերների, բարեկամների հետ նրանց հարաբերությունների բնույթը ընդարձակ, միջին և փոքր շրջաններում, ազդում են մարդկանց ներքին մոտիվացիայի վրա ու խթան հանդիսանում նրանց տնտեսական և հասարակական գործունեությամբ զբաղվելու մտադրությունների համար: Բացի այդ, հաջողության ու առաջընթացի հանդեպ մոտիվացիան փոքր աշխարհագրական շրջաններում աշխատող ձեռներեցների մոտ ավելի բարձր է եղել մյուս շրջանների ձեռներեցների համեմատությամբ:

## Ատենախոսության հիմնական բովանդակությունն արտացոլված է հեղինակի հրատարակած հետևյալ հրապարակումներում

1. Ռամեզանփուր Ս., Դրդապատճառների և կառավարման հմտությունների ուսումնասիրությունների հոգեբանական վերլուծություն, «Անձի զարգացման հիմնախնդիրները» միջազգային գիտաժողովի նյութեր, ԵՊՀ, Երևան, 23-24 հոկտեմբերի, 2009թ., էջ 160-162:

2. Ռամեզանփուր Ս., Ձեռներեցության հնարավորության ուսումնասիրության գործընթացը, Կանթեղ գիտական հոդվածներ, 4 (49), «Ասողիկ» հրատարակչություն, Երևան, 2011թ., էջ 246-253:

3. Ռամեզանփուր Ս., Entrepreneurship as a factor for growth and development of communities and countries, Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները միջազգային գիտաժողով հոկտեմբերի 28-30, ԵՊՀ Փիլիսոփայության և հոգեբանության ֆակուլտետ, Երևան, 2011թ., էջ 346-348:

4. Ռամեզանփուր Ս., Ձեռներեցային վարքագծի ուսումնասիրություն, Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները 4-րդ միջազգային գիտաժողով, ԵՊՀ Փիլիսոփայության և հոգեբանության ֆակուլտետ, Երևան, Հոկտեմբեր 25-27 2013թ., էջ 162-164:

5. Ramezanzpour S., Amiryan S., Mosleh Shirazi A., Investigation of the relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals, International Journal of Asian Social Science, ISSN(e): 2224-4441/ISSN(p):2226-5139, [http:// www.aessweb.com/journals/5007](http://www.aessweb.com/journals/5007), 2014, 4(5):598-613:

6. رمضان پور س.، بررسی ارتباط بین توانایی تشخیص فرصت کارآفرینی با سرمایه اجتماعی و ویژگی های فردی کارآفرینان، کنفرانس بین المللی روان شناسی، علوم تربیتی و رفتاری، ایران-تهران 22 و 23 تیرماه 1395 ( 2016 ) ، صفحه 312 - 306 .

7. رمضان پور س.، وارتانیان ک.، آوانسیان ه.، بررسی ارتباط بین رفتار کارآفرینی با سرمایه انسانی و نیاز توفیق طلبی در کارآفرینان ایرانی، کنفرانس بین المللی روان شناسی، علوم تربیتی و رفتاری، ایران-تهران 22 و 23 تیرماه 1395 ( 2016 ) ، صفحه 277 - 269 .

8. رمضان پورس، بررسی ارتباط بین رفتار کارآفرینانه و ویژگیهای روان شناختی اجتماعی کارآفرینان، مجموعه مقالات کنفرانس جهانی روان شناسی و تعلیم و تربیت و قانون و علوم اجتماعی در آغاز هزاره سوم، شیراز، اردیبهشت 1395 صفحه 555-575 .

Psychology and Educational Sciences Law and Social Sciences at the beginning of Third Millennium, Global Conference, Shiraz, 19 May 2016, PP:555-575:

**СУСАН РАМЕЗАНПУР**  
**ОСОБЕННОСТИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ И ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ПРОЯВЛЕНИЙ**  
**ИРАНСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РАЗНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СФЕРАХ**  
**АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.01 – Общая психология, Теория и история психологии, Психология личности. Защита диссертации состоится 20 декабря 2016г. в 12:00 на заседании специализированного совета Психологии 064 ВАК по присуждению ученых степеней при Армянском государственном педагогическом университете им. Х. Абовяна, по адресу: 0010, Ереван, ул. Тиграна Меца 17.

**Актуальность исследования.** Предприниматели и само предпринимательство играют очень важную роль в развитии общества, национальном и мировом экономическом подъеме, в вопросах формирования и создания рабочих мест. Следовательно, не только экономисты, но и психологи, и социологи, а также специалисты из других сфер большое внимание уделяют вопросу предпринимательства, анализируя этот вопрос с разных сторон и предлагая разные определения. В

о второй половине 20-го столетия психологи стали уделять большое внимание таким психологическим и индивидуальным особенностям, которые различают предпринимателей от не предпринимателей. Именно эти особенности лежат в основе поведения и успехов предпринимателей. Наряду с индивидуальными и психологическими особенностями, условия среды также влияют на явление - предпринимательство.

В Иране многие исследователи обсуждали вопрос о предпринимательстве, но пока нет комплексных исследований, касающихся стимулирования предпринимательства в обществе, в частности среди молодежи. Выявление личных, социальных факторов формирования и развития предпринимательства, опознание их проявлений в разных сферах деятельности будет способствовать эффективному использованию личных и психологических ресурсов человека, созданию предпосылок и условий предпринимательства в обществе и системе образования, чем и обусловлена актуальность и своевременность данного исследования.

### **ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**А.** Целью исследования является предложение модели иранского предпринимательства, изучая поведенческие особенности иранских предпринимателей. Для разработки локальной схемы иранского предпринимательства необходимо анализировать явление предпринимательства в иранской среде и среди иранцев, выявляя процесс его происхождения, формирования и развития.

**Б.** Выявить и изучить факторы и предпосылки, способствующие формированию и развитию предпринимательства, а также предложить необходимые средства, поощряющие и стимулирующие предпринимательство в Иране.

## **ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ**

1. Изучить и анализировать индивидуальные особенности, играющие важную роль в становлении личности предпринимателем, творческие способности, мотивацию по отношению к успеху, а также способность изучать и оценивать возможности.
2. Анализировать роль факторов /семья, друзья, родные/, связанных с окружающей средой в вопросе становления предпринимателем.
3. Обсудить влияние внешних факторов, как например, поощряющей и протектирующей политики государства, в вопросе становления личности предпринимателем.
4. Изучить влияние обучающих и квалифицирующих курсов в вопросе становления личности предпринимателем.
5. Обсудить значение возраста личности в вопросе становления предпринимателем.
6. Решить, какое значение имеет размер географической территории деятельности предпринимателя для становления его предпринимателем.
7. Выявить роль и значение рабочей сферы предпринимателя для становления его предпринимателем.
8. Разработать модель предпринимательства и обосновать теории предпринимательства, с эмпирической и теоретической точки зрения.

## **НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ**

Исследование предложило новые подходы, касающиеся изучения поведения предпринимателя. В контексте личных и социальных разных особенностей были подчеркнуты три важных фактора: роль и значение возраста предпринимателя, величина географической территории деятельности и рабочая сфера. Были обоснованы роль социального и человеческого капитала, влияние и результативность применения поощрительной политики со стороны государства, а также обучения и образования принципов предпринимательства, касающиеся развития и проявления культуры и поведения предпринимательства в обществе.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Данное исследование обосновывает роль личной психологии и индивидуальных особенностей, а также социальных факторов и человеческих ресурсов в процессе становления предпринимателем. На основе исследования можно составить программы и проекты, стимулирующие дух предпринимательства, составить обучающие курсы и программы для потенциальных предпринимателей. Результаты исследования могут быть внесены также в обучающие программы системы образования.

**СТРУКТУРА ДИССЕРТАЦИИ** Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, предложений, списка использованной литературы и приложения. Диссертация состоит из 168 страниц.

**SUSAN RAMEZANPUR**  
**FEATURES OF INDIVIDUAL AND BEHAVIORAL MANIFESTATIONS OF IRANIAN**  
**ENTREPRENEURS IN DIFFERENT PROFESSIONAL SPHERES**

Dissertation thesis for the degree of candidate of psychological sciences.

Area of specialization: "General psychology, theory and history of psychology, psychology of  
personality"

The dissertation defense will be held on 20 December 2016, at 12:00 at Armenian State  
Pedagogical University after Kh. Abovyan during the session of the working HCC Psychology  
064 specialized council

Address: 0010, 17 Tigran Mets str., Yerevan.

**ACTUALITY OF THE RESEARCH**

Entrepreneurs and entrepreneurship play a very important role in the development of society, national and global economic growth, wealth formation and creation of job. Therefore, not only economists, but also psychologists and sociologists, as well as experts from other field more emphasis on entrepreneurship, by analyzing the question from different angles and offering different definitions.

In the second half of the 20th century, psychologists began to pay more attention to the psychological and individual characteristics and distinctive aspects that distinguish entrepreneurs from non-entrepreneurs. These features are the basis of behavior and business success. Along with the individual and psychological characteristics, environmental conditions also influence the phenomenon - entrepreneurship.

In Iran, many researchers discussed the entrepreneurship, but there are no comprehensive studies on the promotion of entrepreneurship in society, particularly among young people. Identification of personal and social factors in the formation and development of entrepreneurship, the identification of their manifestations in different fields of activity will contribute to the effective use of personal and psychological individual resources, the creation of prerequisites and conditions of business in society and the education system, and this is due to the urgency and haste of this study.

**AIM OF THE STUDY**

A. The aim of this study is to provide Iranian entrepreneurship model, studying the behavioral features of Iranian entrepreneurs. To analyze the phenomenon - entrepreneurship in Iran environment and among Iranians for developing local schemes of Iranian entrepreneurship, revealing the process of its origin, formation and development.

B. Identify and examine the factors and conditions that contribute to the formation and development of entrepreneurship, as well as provide the necessary means to encourage and stimulate entrepreneurship in Iran.

**RESEARCH OBJECTIVES**

1. To study and analyze the individual features, which play an important role in the development of the individual entrepreneur, creativity, achievement motivation and the ability to recognize opportunities.

2. Analyze the role of factors / family, friends, relatives / related to the environment in a matter of becoming an entrepreneur.
3. Discuss the influence of external factors, such as the protecting and encouraging policy of the state in the matter of personality entrepreneur.
4. To study the effect of training and qualifying courses in the issue of personality entrepreneur.
5. Discuss the importance of the age of the person in question of becoming an entrepreneur.
6. Decide how important is the size of the geographical area of activity for becoming an entrepreneur.
7. Identify the role and importance of an entrepreneur working areas for his formation.
8. Develop entrepreneur model and justify the theory with empirical and theoretical point of view.

### **SCIENTIFIC NOVELTY OF RESEARCH**

The study proposed a new approach concerning the study of the behavior of the entrepreneur. In the context of personal and different social characteristics it was highlighted three important factors: the role and importance of the age of the entrepreneur, the value of the geographical area of activity and scope of work. It has been substantiated the role of social and human capital, the influence and impact of the application of the incentive policy of the state, as well as training and education of the principles of entrepreneurship related to the development and manifestation of the culture and behavior of entrepreneurship in society.

### **THEORETICAL AND PRACTICAL SIGNIFICANCE OF THE RESEARCH**

This study substantiates the role of personal psychology and individual characteristics, as well as social factors and human resources in the process of becoming an entrepreneur. Based on the study, you can create programs and projects that promote the spirit of enterprise, create training courses and program for potential entrepreneurs. Results of the study may be made in teaching education program.

### **STRUCTURE OF THE THESIS**

The thesis consists of an introduction, four chapters, conclusion, suggestions, list of literature and appendixes. The thesis consists of 168 pages.



A handwritten signature in black ink, enclosed in a hand-drawn oval shape. The signature reads "Susan Ramezanpour".



