

**Кононець Марія Олександрівна,  
кандидат психологічних наук,  
доцент кафедри психології і педагогіки  
Національного технічного університету  
України «Київський політехнічний інститут»**

### **ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ПРОФЕСІЙНОЇ МОРАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМЦЯМИ**

***Анотація.** Статтю присвячено висвітленню результатів дослідження гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями. Зокрема, у статті наведено визначення професійної моральності як прояву етичних настановлень підприємців через етичну поведінку та етичні взаємини в процесі підприємницької діяльності; описано методики вимірювання параметрів професійної моральності підприємців; доведено, що діагностика професійної моральності підприємця може здійснюватися вимірюванням його морального статусу, рівня розвитку моральної свідомості, етичності поведінки, а також індексу участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях.*

***Ключові слова:** професійна моральність підприємця, моральний статус, моральна свідомість, етичність поведінки.*

**Кононец Мария Александровна**

### **ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРАВСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ**

***Аннотация.** Статья посвящена анализу результатов исследования гендерных особенностей проявления профессиональной нравственности предпринимателями. В частности, в статье дано определение профессиональной нравственности предпринимателей как проявления их этических установок в виде этического поведения и этических взаимоотношений в процессе предпринимательской деятельности; описаны методики измерения параметров профессиональной нравственности предпринимателей; доказано, что диагностика профессиональной нравственности предпринимателя может осуществляться путем измерения его морального статуса, уровня развития морального сознания, этичности поведения, а также индекса участия в сомнительных с этической точки зрения ситуациях.*

***Ключевые слова:** профессиональная нравственность предпринимателя, моральный статус, моральное сознание, этичность поведения.*

**Maria Kononets**

## **GENDER FEATURES OF DEMONSTRATION OF ENTREPRENEURS' PROFESSIONAL MORALITY**

**Abstract.** *Article is dedicated to the results of research of gender features of demonstration of professional morality by entrepreneurs'. In particular, definition of entrepreneurs' professional morality as demonstration of their ethical attitudes in the form of ethical behavior and ethical mutual relations in the process of entrepreneurial activity is given; techniques of measurement of parameters of professional morality of entrepreneurs are described. It is proved, that diagnostics of entrepreneurs' professional morality can be carried out by measurement of their moral status, ethical behavior, level of development of moral consciousness, and also an index of participation in doubtful situations from the ethical point of view.*

**Keywords:** *entrepreneurs' professional morality, moral status, moral consciousness, ethical behavior.*

### **Постановка проблеми**

**Актуальність проблеми дослідження.** Результати психолого-організаційних та соціологічних досліджень дають підстави стверджувати, що в нашій економіці склалася гендерна асиметрія, яка призвела до прихованої дискримінації жінок у сфері управління<sup>9</sup>. Вона помітно виявляється під час гендерного аналізу різних рівнів управління. Якщо в нижчих і середніх ланках частка жінок в апараті управління є значущою, то представництво жінок на вищому рівні управління є зовсім незначним<sup>6;7</sup>. Подібна ситуація склалася у сфері підприємництва. За даними Державного звіту про виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок<sup>2</sup>, жінки становлять 38% усіх підприємців, які займаються індивідуальною діяльністю, очолюють 26% малих підприємств, 15% – середніх, 12% – великих. Бізнесом у промисловості керують лише 2% жінок.

---

<sup>9</sup> Чирикова А. Женщина во главе фирмы: проблемы становления женского предпринимательства в России / А. Чирикова // Вопросы экономики. — 2000. — № 3. — С. 94–102.

<sup>6</sup> Пампуха Л. О. Гендерні стереотипи рольових диспозицій жінки-керівника: теоретичні і прикладні проблеми психології / Л. О. Пампуха // Збірник наукових праць. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. Володимира Даля. — 2005. — № 1(9). — С. 119–125.

<sup>7</sup> Пампуха Л. О. Чинники внутрішньоособистісних конфліктів у жінок-керівників: актуальні проблеми психології / Л. О. Пампуха // Збірник наукових праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. — Т. 7. — Вип. 4. — С. 286–294.

<sup>2</sup> Державний звіт щодо виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок [електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.undp.org.ua/ua/media/41-democratic-governance/888-undp-helps-ukrainian-government-present-state-report-on-ukraines-compliance-with-the-cedaw-convention-for-first-public-discussion-ever>

## Аналіз останніх досліджень та публікацій

Зазначене співвідношення привернуло увагу дослідників до вивчення індивідуальних відмінностей чоловіків і жінок, які працюють у сферах управління і бізнесу<sup>7;9</sup>. Водночас проблема відмінностей у прояві професійної моральності чоловіками і жінками, що працюють у сфері підприємництва, до сьогодні ще не стала предметом окремого наукового дослідження. Саме тому головною метою статті є розкриття гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями. Відповідно до мети, завдання статті полягають у такому:

1) описати досліджувані параметри професійної моральності підприємців та методики їх вимірювання;

2) з'ясувати гендерну специфіку прояву досліджуваних параметрів професійної моральності підприємців.

Професійна етика в структурі професійної діяльності підприємця виконує функцію *зовнішнього морального регулятора*, який визначає ставлення підприємця до свого професійного обов'язку і його поведінку у взаєминах з працівниками організації, яка з партнерами належить йому, а також з урядовими і громадськими інституціями.

*Внутрішнім моральним регулятором* професійної діяльності виступає моралістичний розвиток підприємця, який є багатовимірним процесом, що передбачає «соціалізацію індивіда (залучення до моральних орієнтирів соціального оточення), індивідуалізацію (критичне осмислення нинішньої моралі, формування власної ієрархії цінностей, самостійних моралістичних суджень) та універсалізацію (вихід за межі моральних пріоритетів соціального оточення, цінностей локальної культури, наближення до загальнолюдських гуманістичних універсалій)»<sup>1</sup>.

Основними ланками циклу реалізації професійної етики підприємцями виступають: а) *етичні настановлення* (прийнятність або неприйнятність сумнівних з морального погляду дій у конкретних ситуаціях професійної діяльності); б) *етична поведінка* (нормовідповідне виконання підприємцем, власне, професійних функцій); в) *етичні взаємини* (налаштованість на етичні стосунки в процесі здійснення підприємцем управлінських комунікацій). Взаємодія між цими ланками виявляється в тому, що внаслідок інтеріоризації норм професійної етики відбувається їх перетворення на етичні настановлення, які у вигляді системи відповідних дій актуалізуються у повсякденній професійній діяльності через етичну поведінку та етичні взаємини.

---

<sup>7</sup> Пампуха Л. О. Чинники внутрішньоособистісних конфліктів у жінок-керівників: актуальні проблеми психології / Л. О. Пампуха // Збірник наукових праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. — Т. 7. — Вип. 4. — С. 286–294.

<sup>9</sup> Чирикова А. Женщина во главе фирмы: проблемы становления женского предпринимательства в России / А. Чирикова // Вопросы экономики. — 2000. — № 3. — С. 94–102

<sup>1</sup> Балл Г. О. Орієнтири сучасного гуманізму: в суспільній, освітній, психологічній сферах / Г. О. Балл. — Рівне : Видавець Олег Зень, 2007. — 172 с.

Отже, професійну моральність підприємця ми розглядаємо як прояв його етичних настановлень через етичну поведінку та етичні взаємини в процесі підприємницької діяльності. При цьому діагностика професійної моральності підприємця має здійснюватися через вимірювання його морального статусу, рівня розвитку моральної свідомості, етичності поведінки і взаємин з працівниками, партнерами, представниками інших культур й економічних систем.

*Мета* статті — дослідити гендерні особливості прояву професійної моральності підприємцями.

### Виклад основного матеріалу

В емпіричному дослідженні гендерних особливостей прояву професійної моральності брали участь 183 українських підприємців, які представляли виробничу, будівельну, фінансову, торговельну та інші галузі. Чоловіки становили 62,8% загальної кількості респондентів, жінки – 37,2%. Отже, співвідношення підприємців-чоловіків і підприємців-жінок у нашому дослідженні було подібним до співвідношення між ними серед українських підприємців, що займаються індивідуальною діяльністю<sup>2</sup>. Щодо розподілу за розміром підприємств, то співвідношення переважає на користь жінок, що очолюють малі підприємства, в 1,5 рази, середні підприємства – в 2,8 рази, великі підприємства – в 1,4 рази (див. табл.).

Таблиця

#### *Співвідношення підприємців-чоловіків і підприємців-жінок в Україні та констатувальному експерименті, %*

Розмір підприємства	В цілому по Україні		По вибірці підприємців – учасників дослідження	
	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки
Малі підприємства (до 50 працівників)	74	26	62	38
Середні підприємства (від 50 до 500 працівників)	85	15	58	42
Великі підприємства (більше за 500 працівників)	88	12	83	17

Процедуру збору даних було організовано так. На початку емпіричного дослідження з підприємцями проводилася вступна бесіда для пояснення цілей дослідження та підвищення їхньої мотивації щодо участі в дослідженні. Потім їм пропонувалося визначити свій моральний статус через аналіз конкретної ситуації<sup>10</sup>, заповнити опитувальник «Етичні настановлення професіоналів

<sup>2</sup> Державний звіт щодо виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.undp.org.ua/ua/media/41-democratic-governance/888-undp-helps-ukrainian-government-present-state-report-on-ukraines-compliance-with-the-cedaw-convention-for-first-public-discussion-ever>

<sup>10</sup> Шрейдер Ю. А. Модель моральної рефлексії / Ю. А. Шрейдер // Лекції по етиці: учеб. пособие. — М. : МИРОС, 1994. — С. 86–98.

бізнесу»<sup>8</sup> і виконати тест «Етика поведінки в організації»<sup>5</sup>. Після аналізу отриманих даних нами розроблено анкету для визначення основних етико-психологічних проблем у професійній діяльності підприємців, яка складалася із двох блоків<sup>4</sup>. Далі підприємцям пропонувалося відповісти спочатку на блок запитань анкети щодо особливостей корпоративної етики в організації, а потім – на блок запитань анкети щодо об'єктивних характеристик організації і персональних даних підприємців. Після опрацювання результатів та аналізу даних підприємці отримали зворотний зв'язок. Зокрема, їх ознайомили із впливом корпоративної етики на моральну свідомість та етичну поведінку в організації, а також із можливостями психолого-управлінського консультування у вирішенні етичних проблем підприємницької діяльності.

Для статистичного опрацювання й аналізу даних, отриманих за допомогою описаної системи діагностичних методик, нами застосовувалися: контент-аналіз, порівняння, узагальнення, статистичне групування, варіаційний, кореляційний і факторний аналізи. Математичне опрацювання даних здійснювалося за допомогою пакета статистичних програм SPSS (версії 13 і 17).

Система аналізу гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями базувалася на визначенні параметрів:

1. *Морального статусу* підприємця, що оцінювався як високий – при відмові брати участь у неетичній ситуації за будь-яких обставин; як середній – при згоді або відмові брати участь в неетичній ситуації, залежно від обставин; як низький – при згоді брати участь у неетичній ситуації за будь-яких обставин.

2. *Рівня розвитку моральної свідомості* підприємця. Відповідно до передконвенційного, конвенційного та постконвенційного рівнів розвитку моральної свідомості особистості, за Л. Колбергом<sup>11</sup>, нами виділялися три рівні розвитку моральної свідомості: низький, середній та високий.

3. *Індексу участі підприємця в сумнівних з етичного погляду ситуаціях*, який визначався як *низький*, якщо респондент брав участь у 1–3 сумнівних з етичного погляду ситуаціях, *середній* – у 4–6 таких ситуаціях, *високий* – у 7–9 таких ситуаціях, *дуже високий* – у більш ніж 10 таких ситуаціях.

4. *Рівня етичності поведінки* підприємця у професійній діяльності, що оцінювався відповідно до набраної кількості балів як *низький* (такий, що потребує морального вдосконалення), *середній*, *прийнятний* або *високий*.

---

<sup>8</sup> Технології роботи організаційних психологів: навч. посіб. / за наук. ред. Л. М. Карамушки. — К. : ІНКОС, 2005. — 366 с.

<sup>5</sup> Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. — М. : Дело, 1995. — 702 с.

<sup>4</sup> Кононець М. О. Психологія професійної моральності підприємців: теорія та сучасна практика : монографія // М. О. Кононець. — К. : Омега-Л, 2013. — 166 с.

<sup>11</sup> Kohlberg L. The Philosophy of Moral Development / L. Kohlberg // Essays of Moral Development. — New York : Harper and Row, 1981. — P. 409–412.

Вивчення потреби підприємців у психолого-організаційному консультуванні здійснювалося за допомогою розробленої нами анкети<sup>4</sup>.

Для діагностики параметра «моральний статус» застосовувався опитувальник «Визначення морального статусу», за допомогою якого можна було характеризувати моральний статус підприємців як низький (згода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації), середній (згода або незгода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації, залежно від обставин) або високий (незгода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації за будь-яких обставин).

Щодо рівня прояву підприємцями морального статусу, то по вибірці в цілому превалюють підприємці з високим моральним статусом (42,1%), середній моральний статус зустрічається майже у чверті респондентів (24%), а низький моральний статус мають трохи більше третини підприємців (33,9%). Щодо підприємців-чоловіків, то, на відміну від даних по вибірці в цілому, серед них превалюють респонденти з низьким моральним статусом (38,3%). Високий моральний статус мають 37,4% підприємців-чоловіків, що є нижчим від результату по вибірці в цілому на 4,7%. Середній моральний статус було виявлено у 24,3% респондентів цієї групи, що майже не відрізняється від отриманого результату по вибірці в цілому. Значно кращими виявилися результати оцінювання морального статусу серед підприємців-жінок. Так, 50% респондентів цієї групи мають високий моральний статус, що на 7,9% вище, ніж по вибірці в цілому та на 12,6% вище, ніж у підприємців-чоловіків. Низький моральний статус виявлено у 26,5% підприємців-жінок. Отже, у групі підприємців-жінок респондентів з низьким моральним статусом було виявлено на 7,4% менше, ніж по вибірці в цілому й на 11,8% менше, ніж у групі підприємців-чоловіків. Середній моральний статус виявлено у 23,5% підприємців-жінок. Отже, високий моральний статус більше притаманний підприємцям-жінкам, а низький моральний статус частіше зустрічається у підприємців-чоловіків. Щодо частки підприємців із середнім моральним статусом, то вона була приблизно однаковою і серед підприємців-чоловіків, і серед підприємців-жінок.

Для діагностики параметра «рівень розвитку моральної свідомості» застосовувався опитувальник «Етичні настановлення професіоналів бізнесу», який допомагав визначати рівень розвитку моральної свідомості підприємців як низький (прийнятність неетичних вчинків у професійній діяльності), середній (прийнятність або неприйнятність неетичних вчинків у професійній діяльності, залежно від ситуації) або високий (неприйнятність неетичних вчинків у професійній діяльності).

Здійснення аналізу щодо прояву підприємцями моральної свідомості показало, що у вибірці в цілому значно більше було підприємців із середнім рівнем

---

<sup>4</sup> Кононець М. О. Психологія професійної моральності підприємців: теорія та сучасна практика : монографія // М. О. Кононець. — К. : Омега-Л, 2013. — 166 с.

розвитку моральної свідомості (79,8%). Лише невелика частка респондентів мали високий рівень розвитку моральної свідомості (7,1%). Респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості у вибірці було 13,1%, що майже вдвічі більше, ніж з високим. У групах респондентів-чоловіків і респондентів-жінок між рівнями розвитку моральної свідомості зберігається відсотковий розподіл, подібний до розподілу по вибірці в цілому. Група підприємців-жінок із середнім рівнем розвитку моральної свідомості становила 79,4%, що є меншим на 0,6% аналогічної групи підприємців-чоловіків (80,0%). Щодо респондентів з високим рівнем розвитку моральної свідомості, то у групі підприємців-жінок вони становили 8,8%, що є більшим на 2,7% від аналогічної частки в групі підприємців-чоловіків (6,1%) та на 1,7% вищим, ніж у загальній вибірці респондентів (7,1%). Частка респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості була меншою в групі респондентів-жінок (11,8%), ніж у групі респондентів-чоловіків (13,9%), що на 2,1% більше, ніж у групі жінок. Загалом по вибірці респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості було 13,1%, що на 1,3% більше, ніж по групі підприємців-жінок. В цілому можна зазначити, що високий рівень розвитку моральної свідомості частіше зустрічається у підприємців-жінок, а низький – у підприємців-чоловіків. Частка підприємців із середнім рівнем розвитку моральної свідомості виявилася майже однаковою в обох гендерних групах.

Опитувальник «Етичні настановлення професіоналів бізнесу» застосовувався також для діагностики параметра «індекс участі підприємця в сумнівних з етичного погляду ситуаціях», який визначався залежно від кількості подібних до наведених в опитувальнику сумнівних з етичного погляду ситуацій, в яких брав участь той чи інший респондент. Значення індексу залежало від кількості неетичних ситуацій, у яких брав участь респондент (1–3 – низький, 4–6 – середній, 7–9 – високий, більше 10 – дуже високий).

Дані, отримані в процесі оцінювання індексу участі підприємців у сумнівних з етичного погляду ситуаціях свідчать, що по вибірці в цілому превалювали підприємці з низьким індексом участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях (55,7%). Середній індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях виявлено більш як у третини респондентів (32,2%). Високий індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях мали трохи менше ніж десята частина підприємців (9,8%), а невелика кількість респондентів мали дуже високий індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях (2,2%). Подібний відсотковий розподіл спостерігається і в групі респондентів-чоловіків, і в групі респондентів-жінок. Хоч низький індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях спостерігався у більшості респондентів (61,8%), але частка підприємців-жінок з таким індексом виявилася на 9,6% більшою, ніж у підприємців-чоловіків (52,2%) і на 6,1% більшою, ніж по вибірці в цілому. Група підприємців-чоловіків із середнім індексом участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях становила 33,9%, що

було на 1,7% більше, ніж у загальній вибірці. У групі підприємців-жінок середній індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях мали 29,4% респонденток, що становило на 4,5% менше, ніж у підприємців-чоловіків. Щодо високого індексу участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях, то в групі підприємців-чоловіків він також становив більшу частку (12,2%), ніж у групі підприємців-жінок (5,9%). Це майже вдвічі більше, ніж у групі жінок і на 2,4% перевищує результат, отриманий по вибірці в цілому. Частка респондентів з дуже високим індексом участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях виявилася у загальній вибірці дуже невеликою – лише 2,2%, причому у цій частці жінок було в 1,7 разів більше, ніж чоловіків. Отже, можна припустити, що дуже високий індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях частіше зустрічається у підприємців-жінок через труднощі у започаткуванні власного бізнесу, пов'язані з гендерною нерівністю, хоча, за результатами дослідження, більшість жінок має низький індекс. Високий і середній індекси участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях більш типовий для підприємців-чоловіків.

Для діагностики параметра «рівень етичності поведінки» застосовувався тест «Етика поведінки в організації», який давав змогу охарактеризувати рівень етичності поведінки підприємців як такий, що потребує морального вдосконалення (згода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації), середній (часткова згода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації), прийнятний (невеликий відсоток випадків згоди на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації) або високий (незгода на участь у сумнівній з етичного погляду ситуації). Статистичне групування оцінок рівня етичності поведінки підприємців свідчить, що в загальній вибірці переважали підприємці з середнім рівнем етичності поведінки (60,7%), морального вдосконалення потребувала майже третина респондентів (29,5%), прийнятний рівень етичності поведінки зафіксовано менш ніж у десятої частини опитаних підприємців (7,7%), а високий рівень етичності поведінки мала лише невелика кількість респондентів (2,2%). Більшість підприємців-чоловіків мають середній рівень етичності поведінки (63,5%), трохи менше ніж третина респондентів цієї гендерної групи потребують морального вдосконалення (26,1%). Близько десятої частки від загального масиву даних по підприємцях-чоловіках становлять респонденти з прийнятним рівнем етичності поведінки (8,7%). Високий рівень етичності поведінки мають 1,7% підприємців-чоловіків, що є нижчим від результату по вибірці в цілому на 0,5%. У групі підприємців-жінок також переважали респондентки з середнім рівнем етичності поведінки (55,9%), що було меншим, ніж у підприємців-чоловіків на 7,6% та на 4,8% меншим, ніж по вибірці в цілому. Група підприємців-жінок, яким було необхідне моральне вдосконалення, становила більше ніж третину від загальної кількості респонденток (35,3%), тобто була більшою на 9,2%, ніж група підприємців-чоловіків і на 5,8% більшою, ніж у цілому по вибірці. Група підприємців-жінок із прийнятним рівнем етичності



поведінки становила 5,9%, що менше на 2,8%, ніж група підприємців-чоловіків і на 1,8% менше, ніж у середньому по вибірці. Але необхідно зазначити, що серед загальної вибірки респондентів-жінок із високим рівнем етичності поведінки було майже в два рази більше, аніж підприємців-чоловіків.

Отже, у групі підприємців-жінок морального вдосконалення потребують на 9,2% більше респондентів, аніж у групі підприємців-чоловіків. Респондентів з середнім та прийнятним рівнями етичності поведінки виявлено більше серед підприємців-чоловіків, порівняно з підприємцями-жінками, на 7,6% та 2,8% відповідно. Проте респондентів із високим рівнем етичності поведінки було на 1,2% більше у групі підприємців-жінок, аніж у групі підприємців-чоловіків.

Зазначимо, що потреба підприємців у психолого-організаційному консультуванні розглядалася нами як похідна від їхніх етичних настановлень і поведінки у підприємницькій організації. Отже діагностика цього параметра дала змогу визначити рівень моралістичного розвитку респондентів. Оцінювання цього параметра здійснювалося за допомогою відповідей респондентів на запитання: «Для вирішення якої найскладнішої етичної проблеми в професійній діяльності Ви звернулися б за допомогою до психолога-консультанта?»<sup>4</sup>.

Аналіз результатів вимірювання цього параметра показав, що у загальній вибірці превалюють підприємці, які мають потребу в консультуванні (77,1%). Водночас вищезазначеної потреби по вибірці в цілому не мали майже чверть респондентів (22,9). Подібний відсотковий розподіл спостерігається і в групі респондентів-чоловіків, і в групі респондентів-жінок. Проте у групі підприємців, що сформулювали потребу в консультуванні з етико-психологічних проблем, підприємців-чоловіків виявилось 79,1%, що на 5,6 % більше, аніж жінок. Отже, у респондентів-жінок потреба в консультуванні з етико-психологічних проблем виявилася трохи нижчою, аніж у респондентів-чоловіків.

Подальше проведення дослідження етичних стратегій очолюваних респондентами організацій дало змогу констатувати, що підприємці приділяють недостатньо уваги цьому напрямку професійної діяльності. Кількість очолюваних респондентами організацій, які не мали етичного кодексу, виявилася в 7 разів більшою від кількості організацій, які мали етичний кодекс. Було виявлено тенденцію до приділення підприємцями-чоловіками меншої уваги впровадженню етичних стратегій в очолюваних організаціях, аніж підприємцями-жінками, а також до нерозголошення певною частиною респондентів-чоловіків інформації про етичну стратегію організації та небажання обговорювати етико-психологічні проблеми з психологом-консультантом.

---

<sup>4</sup> Кононець М. О. Психологія професійної моральності підприємців: теорія та сучасна практика : монографія // М. О. Кононець. — К. : Омега-Л, 2013. — 166 с.

## Висновки

У процесі проведеного дослідження було виявлено такі гендерні відмінності у параметрах професійної моральності підприємців:

1. Високий рівень морального статусу і розвитку моральної свідомості частіше проявляють підприємці-жінки, а низький – підприємці-чоловіки. Частка підприємців із проявом середнього рівня цих параметрів виявилася однаковою в обох гендерних групах.

2. Більшість респондентів-жінок мали низький індекс участі в сумнівних з етичного погляду ситуаціях. Високий і середній індекс частіше спостерігався в респондентів-чоловіків.

3. В обох гендерних групах переважали респонденти, які проявили середній рівень етичності поведінки, низький рівень етичності поведінки проявили майже третина респондентів, прийнятний і високий рівень етичності поведінки проявили менш, ніж десята частина опитаних підприємців.

4. Респонденти-жінки проявили більшу інтенсивність формулювання етико-психологічних проблем, хоча в групі респондентів-чоловіків частота прояву потреби в консультуванні з таких проблем була вищою, аніж у групі жінок.

### Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі

Перспективу подальшого вивчення гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями ми вбачаємо у дослідженні взаємозв'язків між проявами параметрів професійної моральності в підприємців-чоловіків і підприємців-жінок.

### Список використаних джерел

1. Балл Г. О. Орієнтири сучасного гуманізму: в суспільній, освітній, психологічній сферах / Г. О. Балл. — Рівне : Видавець Олег Зень, 2007. — 172 с.

2. Державний звіт щодо виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок [електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.undp.org.ua/ua/media/41-democratic-governance/888-undp-helps-ukrainian-government-present-state-report-on-ukraines-compliance-with-the-cedaw-convention-for-first-public-discussion-ever>

3. Завгородня О. В. Типологія моральнісного розвитку особистості / О. В. Завгородня // Особистість у просторі культури : матеріали Всеукр. наук.-практ. симпозиуму (24 верес. 2009 р., м. Севастополь); за ред. Г. О. Балла, О. Б. Бовть. — Севастополь : Рібест, 2009. — С. 45–48.

4. Кононець М. О. Психологія професійної моральності підприємців: теорія та сучасна практика : монографія // М. О. Кононець. — К. : Омега-Л, 2013. — 166 с.

5. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. — М. : Дело, 1995. — 702 с.

6. Пампуха Л. О. Гендерні стереотипи рольових диспозицій жінки-керівника: теоретичні і прикладні проблеми психології / Л. О. Пампуха // Збірник наукових праць. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. Володимира Даля. — 2005. — № 1(9). — С. 119–125.
7. Пампуха Л. О. Чинники внутрішньоособистісних конфліктів у жінок-керівників: актуальні проблеми психології / Л. О. Пампуха // Збірник наукових праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. — Т. 7. — Вип. 4. — С. 286–294.
8. Технології роботи організаційних психологів: навч. посіб. / за наук. ред. Л. М. Карамушки. — К. : ІНКОС, 2005. — 366 с.
9. Чирикова А. Женщина во главе фирмы: проблемы становления женского предпринимательства в России / А. Чирикова // Вопросы экономики. — 2000. — № 3. — С. 94–102.
10. Шрейдер Ю. А. Модель моральной рефлексии / Ю. А. Шрейдер // Лекции по этике: учеб. пособие. — М. : МИРОС, 1994. — С. 86–98.
11. Kohlberg L. The Philosophy of Moral Development / L. Kohlberg // Essays of Moral Development. — New York : Harper and Row, 1981. — P. 409–412.

**Maria Kononets**

**GENDER FEATURES OF DEMONSTRATION OF  
ENTREPRENEURS' PROFESSIONAL MORALITY**

Article is dedicated to the results of research of gender features of demonstration of professional morality by entrepreneurs'. In particular, definition of entrepreneurs' professional morality as demonstration of their ethical attitudes in the form of ethical behavior and ethical mutual relations in the process of entrepreneurial activity is given; techniques of measurement of parameters of professional morality of entrepreneurs are described.

It is proved, that diagnostics of entrepreneurs' professional morality can be carried out by measurement of their moral status, ethical behavior, level of development of moral consciousness, and also an index of participation in doubtful situations from the ethical point of view. It was found that high level of the moral status and of moral consciousness is shown more often by businesswomen, and low level – businessmen.

The number of entrepreneurs with demonstration of an average level of these parameters was identical in both gender groups. The majority of respondents-women had a low index of participation in doubtful situations from the ethical point of view. The respondents-men demonstrated high index and average index more often. The respondents of both gender groups have shown an average level of ethical behavior; almost the third part of respondents have shown the low level of ethical behavior; less than the tenth part of interrogated entrepreneurs have shown acceptable level and high level of ethical behavior. In future researches it is important to study mutual influence of the analyzed parameters of professional morality of businessmen and businesswomen and to carry out the analysis of gender features of the received dependences.