

Н. В. Гатальская

Научный руководитель: **Е. В. Одиночкина**, старший преподаватель УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины», г. Гомель, Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ПЕРФЕКЦИОНИЗМА В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ

В статье раскрыт феномен перфекционизма, описаны особенности перфекционизма, ориентированного на себя и на других в сетевом бизнесе, рассмотрены различия по общему уровню перфекционизма в сетевом бизнесе и в других формах экономической деятельности.

Ключевые слова: перфекционизм, сетевой бизнес, преобразование Фишера.

Ситуация на современном рынке отличается нестабильностью, усложнением внешней организационной среды, ускорением темпов ее изменения, ужесточением конкуренции между торговыми предприятиями, повышением избирательности потребителей, переизбытком товаров и услуг. В этих условиях на первый план выступает необходимость донести до потребителя информацию о товаре, чтобы у него возникла мотивация совершить покупку. Сетевой бизнес дает возможность увеличения скорости внедрения новых продуктов и распространения этих продуктов

благодаря устной коммуникации, где немаловажным фактором является конкуренция за качество преподнесения информации, что связано с понятием перфекционизма [1, с. 106].

В настоящее время феномен перфекционизма приобретает широкое распространение в обществе, где эталонными являются нереалистично высокие стандарты. Нереалистичные требования могут быть направлены как на самого себя и свою деятельность, так и на окружающих. В западной психологии изучением перфекционизма и его составляющих, развитием многомерности данного феномена занимаются П. Хьюитт, Г. Флетт, Р. Фрост, Р. Слэйни, в отечественной психологии – В. А. Ясная, С. Н. Ениколопов, Н. Г. Гаранян, А. Б. Холмогорова, Т. Ю. Юдеева, И. Г. Иванченко, Е. П. Ильин, А. А. Золотарева. Тем не менее при всем разностороннем исследовании перфекционизма, однозначного определения данного феномена нет, возникают вопросы: какие аспекты он в себя включает, является ли он негативным феноменом или представляет собой способ адаптации, включая позитивные формы адаптивного поведения, позволяющего делать все более качественно [2, 3].

База исследования: сетевая компания NL International, ООО «Старлюкс» кафе «Бургер Люкс». Выборочную совокупность составили 32 представителя сетевой компании NL International, 30 работников кафе. Результаты исследования перфекционизма у респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у респондентов, занимающихся другими формами организации экономической деятельности, полученные с помощью многомерной шкалы перфекционизма П. Хьюитта и Г. Флетта (в адаптации И. И. Грачёвой), представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты исследования перфекционизма у респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у респондентов, занимающихся другими формами организации экономической деятельности, полученные с помощью многомерной шкалы перфекционизма П. Хьюитта и Г. Флетта (в адаптации И. И. Грачёвой)

Шкала	Уровень	Респонденты, занимающиеся сетевым бизнесом (n = 32)	Респонденты, занимающиеся другими формами организации экономической деятельности (n = 30)	Достоверность различий с помощью критерия χ^2 -углового преобразования Фишера (уровень значимости)
ПОС	Низкий	5	11	$\chi^2_{эмп} = 1,928$ при $p \leq 0,05$
	Средний	14	15	–
	Высокий	13	4	$\chi^2_{эмп} = 2,499$ при $p \leq 0,01$
ПОД	Низкий	8	10	–
	Средний	14	16	–
	Высокий	10	4	$\chi^2_{эмп} = 1,731$ при $p \leq 0,05$
СПП	Низкий	5	5	–
	Средний	21	18	–
	Высокий	6	7	–
ОУП	Низкий	6	10	–
	Средний	14	16	–
	Высокий	12	4	$\chi^2_{эмп} = 2,247$ при $p \leq 0,05$

На основании данных, представленных в таблице 1, представим результаты исследования, полученные респондентами, занимающимися сетевым бизнесом, и респондентами, занимающимися другими формами организации экономической деятельности, по шкале

«Перфекционизм, ориентированный на себя», на рисунке 1.

Согласно рисунку 1, у 16 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 37 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен низкий уровень перфекционизма, ориентированного на себя. Респонденты с низким уровнем перфекционизма, ориентированного на себя, не предъявляют к себе высоких требований, не

стремятся к собственному совершенству и совершенству в той деятельности, которой занимаются. У 44 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 50 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен средний уровень перфекционизма, ориентированного на себя. У 40 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 13 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен высокий уровень перфекционизма, ориентированного на себя. Данная часть респондентов предъявляет себе чрезмерно высокие требования, ставят перед собой труднодостижимые цели. Занимаются самоисследованием, самокопанием, самокритичны. Они стремятся к совершенству во всем, чем занимаются, поэтому не способны расслабиться до тех пор, пока не довели до совершенства начатое дело.

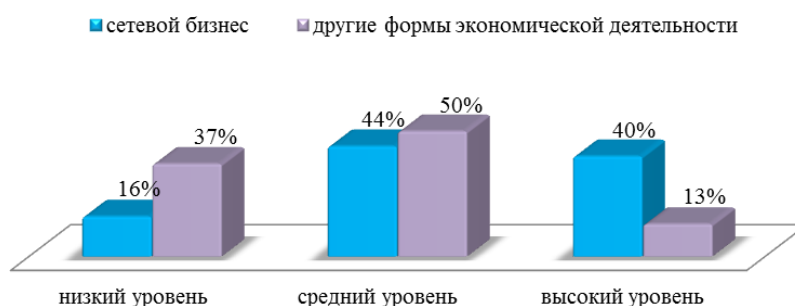


Рисунок 1 – Результаты исследования по шкале «Перфекционизм, ориентированный на себя» (в %)

С помощью φ^* -углового преобразования Фишера были выявлены следующие статистически значимые различия:

– в низком уровне ($\varphi^*_{\text{эмп}} = 1,928 > \varphi^*_{\text{кр}} = 1,64$ при $\rho \leq 0,05$ и $\varphi^*_{\text{эмп}} = 1,928 < \varphi^*_{\text{кр}} = 2,31$ при $\rho \leq 0,01$). Число респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, с низким уровнем перфекционизма, ориентированного на себя, статистически значимо больше, чем число респондентов, занимающихся сетевым бизнесом (при $\rho \leq 0,05$);

– в высоком уровне ($\varphi^*_{\text{эмп}} = 2,499 > \varphi^*_{\text{кр}} = 1,64$ при $\rho \leq 0,05$ и $\varphi^*_{\text{эмп}} = 2,499 > \varphi^*_{\text{кр}} = 2,31$ при $\rho \leq 0,01$). Число респондентов, сетевым бизнесом, с высоким уровнем перфекционизма, ориентированного на себя, статистически значимо больше, чем число респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности (при $\rho \leq 0,01$).

На основании данных, представленных в таблице 1, представим результаты исследования, полученные респондентами, занимающимися сетевым бизнесом, и респондентами, занимающимися другими формами организации экономической деятельности, по шкале «Перфекционизм, ориентированный на других», на рисунке 2.

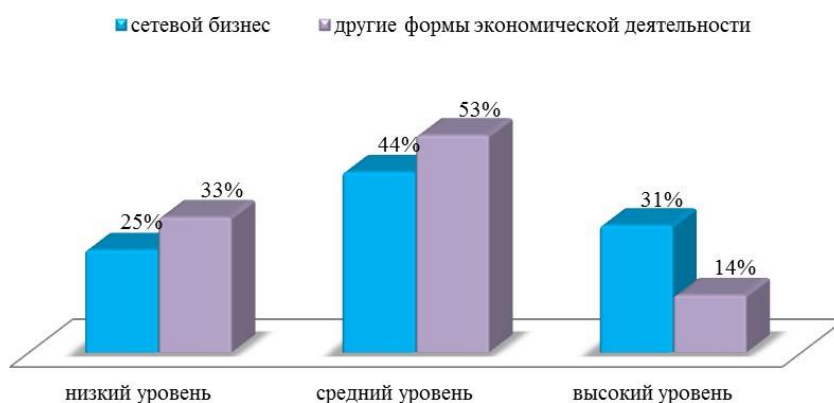


Рисунок 2 – Результаты исследования по шкале «Перфекционизм, ориентированный на других» (в %)

Согласно рисунку 2, у 25 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 33 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен низкий уровень перфекционизма, ориентированного на других. Респонденты с низким уровнем перфекционизма, ориентированного на других, не склонны предъявлять слишком высокие требования окружающим. Они не критикуют окружающих, за то, что они слишком легко сдаются. В общении с близкими людьми не обращают особого внимания на их успешность. У 44 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 53 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен средний уровень перфекционизма, ориентированного на других. У 31 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 14 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен высокий уровень перфекционизма, ориентированного на других. Испытуемые с высоким уровнем перфекционизма, ориентированного на других, склонные предъявлять окружающим чрезмерно высокие требования. Они считают, что окружающие люди должны стремиться совершенству, выполняемую деятельность осуществлять качественно. Им неинтересны люди, у которых отсутствует стремление к самосовершенствованию и они не прилагают сил, чтобы стать лучше.

С помощью φ^* -углового преобразования Фишера были выявлены следующие статистически значимые различия по шкале «Перфекционизм, ориентированный на других»: в высоком уровне ($\varphi^*_{\text{эмп}} = 1,731 > \varphi^*_{\text{кр}} = 1,64$ при $\rho \leq 0,05$ и $\varphi^*_{\text{эмп}} = 1,731 < \varphi^*_{\text{кр}} = 2,31$ при $\rho \leq 0,01$). Число респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, с высоким

уровнем перфекционизма, ориентированного на других, статистически значимо больше, чем число респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности (при $p \leq 0,05$).

На основании данных, представленных в таблице 1, представим результаты исследования, полученные респондентами, занимающимися сетевым бизнесом, и респондентами, занимающимися другими формами организации экономической деятельности, по шкале «Общий уровень перфекционизма», на рисунке 3.

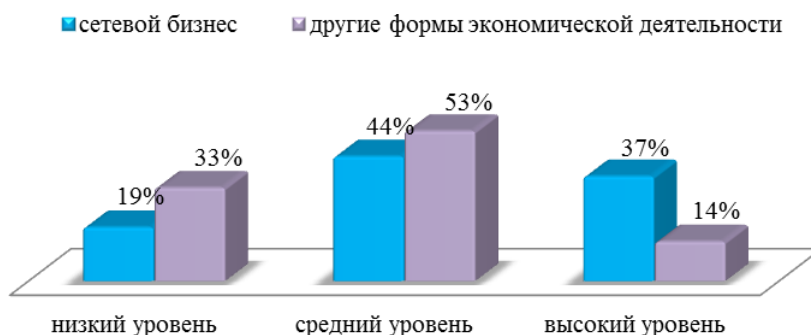


Рисунок 3 – Результаты исследования по шкале «Общий уровень перфекционизма» (в %)

Согласно рисунку 3, у 19 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 33 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен низкий уровень перфекционизма. Данная часть испытуемых не стремится к безупречности, совершенству во всем. У 44 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 53 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен средний уровень перфекционизма, то есть умеренно выраженное стремление к совершенству. У 37 % респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, и у 14 % респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности, выявлен высокий уровень перфекционизма. Данная часть испытуемых стремится к безупречности, совершенству во всем, они ставят перед собой высокие цели, требования и стремятся к их достижению.

Они стремятся к безупречному выполнению своей деятельности, проявляют строгость и критичность к себе и своей профессиональной деятельности. Это является вполне объяснимым, поскольку ведение бизнеса подразумевает под собой, в первую очередь, сильную конкуренцию, что и требует от них максимальной самоотдачи.

С помощью ϕ^* -углового преобразования Фишера были выявлены следующие статистически значимые различия по шкале «Общий уровень перфекционизма»: в высоком уровне ($\phi^*_{\text{эмп}} = 2,247 > \phi^*_{\text{кр}} = 1,64$ при $p \leq 0,05$ и $\phi^*_{\text{эмп}} = 2,247 < \phi^*_{\text{кр}} = 2,31$ при $p \leq 0,01$). Число респондентов, занимающихся сетевым бизнесом, с высоким уровнем общего перфекционизма, статистически значимо больше, чем число респондентов, занимающихся другими формами экономической деятельности (при $p \leq 0,05$).

Список использованных источников

1 Слонимская, М. А. Сетевые формы организации экономической деятельности: концепции и модели развития / М. А. Слонимская // Белорусский экономический журнал. – 2019. – № 1. – С. 106–120.

2 Кононенко, О. И. Теоретические модели изучения перфекционизма личности в зарубежной психологии / О. И. Кононенко // РЕМ : Psychology. Educology. Medicine. – 2014. – № 1. – С. 49–57.

3 Токмянина, А. Е. Основные подходы в определении перфекционизма в отечественной и зарубежной психологии / А. Е. Токмянина, Т. В. Терешенок // Инновационные тенденции развития российской науки : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, Красноярск (24-26 марта 2015 г) / Красноярский гос. аграр. ун-т ; ред. : Ю. В. Платонова [и др.]. – Красноярск : КГАУ. – 2015. – С. 453–456.