

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ УСТАНОВОК БІЗНЕСМЕНІВ

Ринкові перетворення вивели на авансцену активних дій і сформували нових суб'єктів ділових відносин, які в невизначеному і агресивному середовищі вітчизняного бізнесу змогли досягти реальних успіхів. Яким є реальний потенціал лідерів бізнесу України, що забезпечив зрештою досягнення провідних позицій – це основне питання, на яке ми намагалися знайти відповідь у ході проведеної аналітико-емпіричної роботи.

Починаючи з 60-х років ХХ-го ст. у світі почали встановлюватися нові принципи економічних відносин, засновані на ідеї співпраці і персональної значущості кожної людини, включеної в процеси економічних відносин і взаємодії. Саме в цих умовах професійно-важливі якості й уміння суб'єктів бізнес-діяльності, - такі як глобальне мислення, наявність культурного різноманіття, уміння ефективно спілкуватися і добиватися синергії, орієнтованість на партнерство, здатність встановлювати міцні відносини, здатність цінувати відмінності як джерело можливостей, здібність до розподілу керівництва, - є істотною частиною економічних відносин, головними способами розв'язання проблем та суперечностей.

Ефективне управління бізнес-організаціями вимагає наявності підготовлених для цього керівників та системи їхнього безперервного навчання. Тому емпіричне дослідження комунікативних установок бізнесменів, які сприяють або перешкоджають успішному розвитку бізнес-діяльності, з метою подальшого розвитку перших і психологічної корекції других, є актуальним і своєчасним.

Не дивлячись на широку представленість окремих психологічних аспектів проблеми особистості і професійної діяльності підприємців (О.В.Данчева [10], О.С. Дейнека [3], М.Пітерс [9], Р.Хизрич [9], Ю.М.Швалб [10] та ін.), творчої ініціативи бізнесменів (П.Дракер [4]), особливостей їх ціннісних орієнтацій, мотивації, відповідальності (О.Л.Журавльов [5], В.П.Поздняков [5] та ін.) слід зазначити, що в психології бракує комплексних досліджень професійно-важливих якостей бізнесменів. Емпіричні дослідження комунікативних установок вітчизняних бізнесменів відсутні зовсім.

Одне з центральних місць в структурі особистості займають її комунікативні якості, які характеризують особливості її поведінки в різних ситуаціях спілкування зі значущими іншими, а також можливості її самореалізації в спілкуванні. Психологічним базисом комунікативних якостей особистості є комунікативні установки (КУ), які забезпечують її готовність будувати відносини в певному стилі і з певним типом партнерів, яким надається перевага.

Питання про позиції в спілкуванні розглядалося в різних напрямках соціальної психології [1; 7; 8]. Якнайповнішу розробку воно отримало в руслі трансактного аналізу [2]. З погляду цього підходу, позиція (як власна, так і партнера) характеризується, по-перше, провідним еґо-станом і, по-друге, провідним типом спілкування особистості. У роботах Е. Берна [2] та його послідовників, розвинене уявлення про три еґо-стани: Дитя (Д), Батько (Р) і Дорослий (В), що розглядаються як послідовні ступені формування зрілої особистості, кожна з яких співвідноситься зі специфічними, властивими лише її мотивами і способами спілкування.

На наш запит в Інтернеті щодо проблеми "Комунікативні установки бізнесменів" ми отримали 84 посилання, а саме, висвітлення проблем міжособистісної комунікації; комунікативної компетентності особистості; комунікативних процесів; мовної та немовної комунікації; комунікації та впливів на громадськість – PR технології; ворожості як комунікативної установки особистості тощо. Тобто, як бачимо, у більшості проблема висвітлюється опосередковано, через традиційний аналіз процесів, засобів або окремих особистісних рис, що сприяють активізації комунікативних навичок, а розкриття специфіки комунікативних установок не розглядається.

Тому мета нашого емпіричного дослідження - вивчення комунікативних установок суб'єктів бізнес-діяльності та розробка психологічного інструментарію, який дозволяв би лідерам вітчизняного бізнесу добиватися комунікативної переваги у бізнес-діяльності.

Виходячи з мети дослідження, були визначені наступні завдання.

1. Емпірично виявити комунікативні установки власників бізнесу, топ-менеджерів та менеджерів середньої ланки підприємств.
2. Проаналізувати на емпіричному матеріалі особливості комунікативних установок власників бізнесу, топ-менеджерів і менеджерів середньої ланки виробничих підприємств.
3. Розробити найбільш доцільну методику формування й розвитку ефективних комунікативних установок бізнесменів, що сприяють їхній успішності в бізнесі.

Методичне забезпечення проведеного емпіричного дослідження базувалося на методиці вивчення комунікативних установок [6]. Це психодіагностична методика, використовувана для вивчення провідних комунікативних установок, а також ряда особистісних якостей.

Методика дослідження комунікативних установок розроблена на базі концепції трансактного аналізу (Е. Берна [2]), наукових гіпотез (А.І. Івашов [6], Є.В. Зайка [6]). В основі методики полягає концепція трикомпонентної структури особистості як суб'єкта комунікативної активності (еґо-стани: Дитя (Д), Батько (Р), Дорослий (В)). Базуючись на різноманітних формах комунікативної поведінки, описаних у літературі з трансактного аналізу, було виділено 4 типи спілкування, в яких може проявлятися кожне з еґо-станів (Д, Р, В), а саме: "гармонійний", "формальний", "відгороджений" і "конфліктний".

Таким чином, виділяються 12 базових комунікативних установок, утворених пересіканням 3-х еґо-станів (Д, Р, В) та 4-х типів спілкування (Г, Ф, В, К), наприклад: ГВ "гармонійний ДОРΟΣЛИЙ", ФВ "формальний ДОРΟΣЛИЙ", ВВ "відгороджений ДОРΟΣЛИЙ", КВ "конфліктний ДОРΟΣЛИЙ" та ін.

Виявлена за допомогою даної методики структура комунікативних установок досліджуваних бізнесменів, дозволяє судити про їх професійну адаптивність, рівень особистісної зрілості, ступень і форми конфліктності, співвідношення раціональних і емоційних основ, а також прогнозувати їх бізнес-успішність.

В емпіричному дослідженні прийняло участь 195 осіб у віці від 30 до 55 років, представників наступних груп: власники виробничих підприємств (15 чоловіків), топ-менеджери (84 чоловіка, 35 жінок), менеджери середньої ланки (31 чоловік, 30 жінок) виробничих підприємств.

Для прояснення на перший погляд досить суперечливих даних, які у конкретних бізнес-ситуаціях мали свій специфічний контекст, нам представлялося доцільним сумісно з респондентами обговорення результатів тестування. Бесіди з досліджуваними бізнесменами дозволяють зробити висновок про те, що вони адекватно оцінюють свої слабкі та сильні боки особистості і при тому з симпатією відносяться до своїх "слабкостей", достатньо об'єктивно сприймають їх як особистісні якості, які у одних бізнес-ситуаціях обмежують їх успішність, а в інших можуть сприяти їх бізнес-успішності.

Результати проведеного емпіричного дослідження комунікативних установок бізнесменів представлені у таблицях 1 - 2.

За результатами проведеного дослідження серед досліджуваних чоловіків-власників виробничих підприємств виявлені представники 3-х типів провідних комунікативних установок: КВ "конфліктний ДОРΟΣЛИЙ", ВР "відгороджений БАТЬКО", ГВ "гармонійний ДОРΟΣЛИЙ".

39 % респондентів цієї групи з найбільшою готовністю вступають до спілкування у ролі КВ. Вони вступають у установкою або на активне досягнення своїх цілей, або на захист усього, що вони вважають за "своє".

Таблиця 1

Результати емпіричного дослідження комунікативних установок суб'єктів бізнес-діяльності

Шкали	Показники середніх величин (М) за шкалами, рівень бізнес-успішності, гендерні відмінності					
	ВВП		ТМ		МСЛ	
	(чол.)	(жін.)	(чол.)	(жін.)	(чол.)	(жін.)
Д "ДИТЯ"	5,65	7,16	4,77	4,37	3,60	
Р "БАТЬКО"	4,65	6,60	6,13	1,93	3,43	
В "ДОРΟΣЛИЙ"	5,55	2,84	3,83	7,73	6,73	
Г "гармонійний"	2,90	4,06	3,60	2,80	2,40	
Ф "формальний"	0,20	3,28	7,67	7,20	7,93	
О "відгороджений"	8,55	5,30	3,33	6,00	5,13	
К "конфліктний"	6,95	7,44	5,50	3,97	5,28	

Таблиця 2

Прояви типів комунікації в групах досліджуваних бізнесменів

Провідні комунікативні установки (ПКУ)	Показники середніх величин (М) за шкалами, рівень бізнес-успішності, гендерні відмінності					
	ВВП		ТМ		МСЛ	
	(чол.)	(жін.)	(чол.)	(жін.)	(чол.)	(жін.)
"Формальне ДИТЯ"					33	
"Відгороджене ДИТЯ"						16

"Конфліктне ДИТЯ"		42			19
"Гармонійний БАТЬКО"		17			
"Формальний БАТЬКО"			36		
"Відгороджений БАТЬКО"	24	18			
"Конфліктний БАТЬКО"			44		
"Гармонійний ДОРΟΣЛИЙ"	+ 37				
"Формальний ДОРΟΣЛИЙ"				42	27
"Відгороджений ДОРΟΣЛИЙ"		23	20	25	38
"Конфліктний ДОРΟΣЛИЙ"	39				

Примітка: ВВП – власники виробничих підприємств, ТМ – топ-менеджери, МСП – менеджери середньої ланки.

Разом з тим, вони визнають за партнером право на аналогічні дії відносно до них, що перетворює їх спілкування на змагання. Притаманна їм об'єктивність дозволяє признавати свої поразки, а також, у разі перемоги, проявляти справедливість стосовно того, хто програв. Вони - цілеспрямовані, наполегливі, ефективно справляються з усіма справами, що потребують індивідуальної відповідальності.

Їхнім достоїнством є відсутність навіюваності, незалежність від поглядів групи та авторитетів. Вони здатні витримувати психологічний пресинг, ефективно "атакуючи" своїх опонентів. Вони володіють розвинутою інтуїцією, творчою індивідуальністю та здатні реалізувати ці якості.

Їхні слабкі сторони – схильність надавати значення речам, якими можна було б знехувати без шкоди для власних інтересів і для інтересів діла. Незгоду з їхньою думкою вони сприймають як замах на особистість, реагуючи у відповідності зі своїм темпераментом та вихованням.

Психологічна корекція КВ стилю спілкування дозволить досліджуваним власникам бізнесу розрізнити ситуації, в яких присутня можливість компромісу, від завідомо безкомпромисних варіантів, що значно полегшить досягнення багатьох значущих для них цілей.

У 37 % досліджуваних власників бізнесу виявлено продуктивний стиль спілкування ГВ. Цей тип комунікації являє собою зрілу форму збалансованого, гармонійного діалогу, для якого характерним є побудова відносин з партнером по спілкуванню на підставі взаємної рівності. Вони легко вступають в обмін думками і почуттями, проявляють інтерес та увагу до співбесідника. У конфліктних ситуаціях вони здатні знайти конструктивне рішення проблеми з урахуванням установки на розумний компроміс, на творчу і взаємовигідну співпрацю. Для них є характерним оптимальне сполучення раціональних та емоціональних основ. Вони добре усвідомлюють специфіку ситуації в спілкуванні, встановлюють правильну дистанцію в процесі контакту, регулюючи її по мірі розвитку ситуації. Подібні комунікативні установки дозволяють їм успішно проявити себе в бізнес-діяльності.

24 % досліджуваних власників бізнесу і 18 % чоловіків топ-менеджерів проявили стиль спілкування ОР. Даному стилеві характерні протиріччя. З одного боку, вони схильні займати більш "високу" позицію по відношенню до партнера, претендуючи на керування, наставництво чи опіку, з іншого – проявляють непослідовність і невпевненість, раптово відсторонюючись від участі у справах довколишніх. З-поза невпевненості, вони тяжко переносять конфлікти й ситуації суперництва, що примушує їх витримувати при спілкуванні значну дистанцію і контактувати в дипломатичному ключі. Це дозволяє їм уникати проблемних ситуацій у спілкуванні, але коли конфлікт усе ж має місце, їм тяжко знайти його конструктивне рішення. Вони часто проявляються як "лідери-негативисти", які пасивно чинять опір будь-якому впливу. Їх творчий потенціал може блокуватися надмірною відсталістю, опором до змін та страхом перед ними.

Досліджуваним чоловікам-власникам бізнесу і топ-менеджерам рекомендується психологічна корекція стилю спілкування ОР, що дозволить їм більш ефективно спілкуватися з партнерами по бізнесу, а також підвищить їхню готовність до ризику, підвищить їх ефективність прийняття відповідальних рішень.

Досліджувані чоловіки-топ-менеджери проявили наступні 4 типи комунікації: КД "конфліктне Дитя", ГР "гармонійний ДОРΟΣЛИЙ", ВР "відгороджений ДОРΟΣЛИЙ", ВВ "відгороджений ДОРΟΣЛИЙ".

42 % чоловіків-топ-менеджерів і 19% жінок-менеджерів середньої ланки проявили стиль КД у спілкуванні. До цінних особистісних якостей даного типу комунікації відносяться: щирість, прагнення до справедливості, уміння цінити незалежність, наполегливість, сприйняття прогресивних і незвичайних ідей, критичне ставлення до догм та стереотипів, достатньо високий творчий потенціал. Однак, представники цієї комунікативної ролі схильні створювати конфліктні ситуації з причини їхньої незадоволеності в самоствердженні та визнанні з боку навколишніх. Вони недостатньо емоційно врівноважені люди, часто невмотивовано неспокійні й напружені, вразливі. Їм притаманні тенденції протиріччя та опротестування зауважень, які не співпадають з їхньою власною точкою зору; бурхливе реагування на критику на свою адресу. Подібна "підліткова" конфліктність перетворює багато проблем у стосунках з людьми, роблячи їх надто вразливими і непродуктивними в будь-яких ситуаціях, пов'язаних з зіткненням інтересів та думок. Тому їм рекомендується участь у бізнес-комунікативному тренінгу з метою формування і розвитку впевненої поведінки, підвищення ефективності ділового спілкування.

23 % досліджуваних чоловіків-топ-менеджерів, 20 % жінок топ-менеджерів, 25 % чоловіків і 38 % жінок менеджерів середньої ланки проявили стиль спілкування ОВ. Даний стиль комунікації малоєфективний з-поза притаманної їм замкненості та зосередженості на професійних інтересах, життєвих планах. Будучи захопленими будь-яким проектом або ідеєю, вони можуть інколи не помічати очевидних фактів чи нехувати ними, що негативно позначається на взаємовідносинах з їхніми партнерами по спілкуванню. Їх головне достоїнство - це високий творчий потенціал, незалежність мислення, здібність бачити альтернативи, проводити глибокий аналіз проблеми і знаходити оригінальні рішення важких завдань. Їхня основна проблема полягає в тому, що, будучи теоретиками і песимістами за природою, вони є малоздібними до втілення своїх замислів на практиці. Їм рекомендується участь у бізнес-комунікативному тренінгу для розвитку навичок ефективного ділового спілкування.

У 17 % досліджуваних чоловіків-топ-менеджерів виявлені особливості спілкування типу ГР. Для них є характерним сприйняття партнера по спілкуванню як залежного, слабкого, такого, що викликає жалість, потребує підтримки. Вони успішно навчають співробітників. Водночас, коли партнер відкидає їхні пропозиції в допомозі, вони реагують емоційною реакцією. Якщо вони ігнорують готовність людини, яку вони опікають, до самостійних дій, їхні "благі наміри" призводять до того, що в цієї людини з'являються утриманські настрої і вона відмовляється нести відповідальність за свою долю. Вони схильні до активного й емоційного спілкування, енергійні та заповзятливі, оптимістичні, готові до ризику, упевнено поводять себе в екстремальних та стресових ситуаціях. У повсякденному спілкуванні можуть мимовільно провокувати конфлікти своєю владністю та свавіллям. Вони володіють лідерськими якостями, схильні домінувати у групі. Одночасно з тим, вони прислуховуються до суспільної думки, орієнтуючись на авторитети та традиції. У ділових відносинах вони дисципліновані, надійні, схильні дотримуватися існуючих стандартів.

Серед досліджуваних жінок-топ-менеджерів були представники 3-х типів: ФР "формальний БАТЬКО", КР "конфліктний ДОРΟΣЛИЙ", ВВ "відгороджений ДОРΟΣЛИЙ".

44 % досліджуваних даної групи проявили стиль спілкування КР. До їх достоїнств відносяться: висока працездатність та енергійність, сміливість та ініціативність, лідерський потенціал, готовність брати на себе відповідальність, здібність надихатися у ситуаціях суперництва. Вони виключно наполегливі та впевнені в досягненні мети, готові будь-якими засобами відстоювати те, що вони вважають своїм або вважають справедливим. Для них є характерними спроби агресивно підкорити партнерів по спілкуванню своїй волі. Вони занадто зосереджені на підтримці свого авторитету, постійно нагадуючи про нього довколишнім. Свої програти та невдачі пам'ятають довго, хворобливо їх переживають.

Надмірна фіксація на самоствердженні блокує їхній творчий потенціал, не дозволяючи незалежно проявлятися їхнім здібностям. Крайній же "захист", з їхньої точки зору, - це нападінація. Така позиція посилює їхні агресивні схильності, провокуючи конфліктність. Тому їм рекомендується психологічна корекція негативних проявів стилю КР.

36 % жінок-топ-менеджерів проявили стиль спілкування ФР. Вони заповзяті, енергійні, амбіційні та честолюбні. Претендують на роль лідера у групі, яку можуть успішно контролювати завдяки сміливості й упевненості в собі. Врівноваженість та стресостійкість дозволяють їм долати складні ситуації. Їхня вимогливість до людей викликана тим, що, являючись дисциплінованими та педантичними людьми, вони очікують того ж самого від інших. Для них є характерною орієнтація на матеріальний добробут, престиж. Вони мають добрі шанси досягти мети, за рахунок вольової наполегливості і здібності раціонально використовувати свої сили та ресурси.

Їхніми слабкими сторонами є: надмірна "правильність" та формалізм, недолік емоційного та ігрового стилю спілкування й життя в цілому, схильність до культури правил, інструкцій та стереотипів, що негативно відбивається на їх творчому потенціалі, а також на стосунках з людьми. Незважаючи на достатню незалежність, вони легко піддаються груповому тиску чи запереченню з боку авторитетних осіб. Вони підвищено чутливі до критики, компліментів, лестощів та похвали.

Цій групі досліджуваних рекомендується участь у тренінгі "Креативність у бізнесі" з метою формування гнучкості мислення і поведінки у спілкуванні.

Серед досліджуваних чоловіків-менеджерів середньої ланки були представники 3-х типів: ФД "формальне ДИТЯ", ФВ "формальний ДОРΟΣЛИЙ", ВВ "відгороджений ДОРΟΣЛИЙ".

33 % досліджуваних даної групи проявили стиль спілкування ФД. Подібне досить суперечливе сполучення свідчить про напружений момент особистісного зростання та певний внутрішній конфлікт, викликаний зіткненням старих "дитячих" програм реагування з новими формами поведінки,

характерної для дорослої ділової людини. Вони, з одного боку, ще зберігають невпевненість у собі й "дитячу" пасивність в очікуванні інструкцій, з готовністю визнавати за партнером по спілкуванню право керувати ним. З іншого боку, вони енергійні і старанні, наполегливі, цілеспрямовані і практичні у виконанні доручених завдань. Активно прагнуть отримати похвалу, визнання керівників і емоційно переживають догану. Подібна залежність від авторитетних осіб призводить їх до несамостійності. Вони консервативні, поважають традиції. Водночас, їх конформізм може гальмувати їхню творчу самореалізацію. Їм важко дається прояв ініціативи в несподіваних ситуаціях, які потребують прийняття швидких та відповідальних рішень. Цій групі досліджуваних рекомендується участь у тренінгові розвитку впевненої поведінки.

42 % чоловіків і 27 % жінок-менеджерів середньої ланки проявили комунікативний стиль ФВ. Представники цього типу комунікації по природі раціоналісти і прагматики. Процес спілкування вони розглядають як збір та обмін необхідної інформації. Спілкування будують на паритетних основах. Роль емоцій зводять до мінімуму, зберігають самовладання у стресових ситуаціях.

Їм притаманний високий рівень самоконтролю, діловитість, пунктуальність, дисциплінованість, завзятість та цілеспрямованість, незалежність і добра робота в колективі. ФВ є продуктивним стилем спілкування, і участь представників даного типу у бізнес-комунікативному тренінгу дозволить їм добиватися переваг у діловому спілкуванні.

Серед досліджуваних жінок-менеджерів середньої ланки були представники 4-х типів: ВД "відгороджене ДИТЯ", КД "конфліктне ДИТЯ", ФВ "формальний ДОРОСЛИЙ", КВ "конфліктний ДОРОСЛИЙ". 16 % досліджуваних цієї групи проявили комунікативний стиль ОД. Вони схильні "плисти за течією", не обтяжуючи себе планами, завданнями і цілями, уникаючи відповідальності. Водночас, вони проявляють себе в ролі романтиків, які генерують цікаві ідеї, що вказує на гнучкість мислення і поведінки, на наявність високого творчого потенціалу. Вони не люблять рутинної, жорстко регламентованої роботи, втрачають у ситуаціях, які потребують проявів завзятості, ініціативи, прийняття лідерської ролі чи вирішення конфлікту. Невпевненість у собі, недостатність дисципліни та вольової наполегливості свідчить про необхідність психологічної корекції непродуктивного стилю поведінки даної групи досліджуваних з метою формування професійно-важливих бізнес-якостей: впевненої поведінки, емоційної лабільності, ефективного спілкування.

Висновки. 1. У представників усіх 5-ти груп, які прийняли участь у тестуванні, виявлені продуктивні стилі спілкування: ГВ (37 % ВВП), ГР (17 % ТМЧ), ФР (36 % ТМЖ), ФВ (42 % МСЛЧ, 27 % МСЛЖ).

2. На фоні прогнозу можливих проблем, пов'язаних з різноманітними ситуаціями бізнес-спілкування, рекомендується психологічна корекція наступним представникам 7-ми непродуктивних стилів спілкування: КВ (39 % ВВП), ОР (24 % ВВП, 18 % ТМЧ), КД (42 % ТМЧ, 19 % МСЛЖ), ОВ (23 % ТМЧ, 20 % ТМЖ, 25 % МСЛЧ, 38 % МСЛЖ), КР (44 % ТМЖ), ФР (36 % ТМЖ), ФД (33 % МСЛЧ).

3. Досліджуваним ТМЖ, МСЛЧ, МСЛЖ, які проявили формальні комунікативні стилі (ФД, ФР) рекомендується участь у бізнес-комунікативному тренінгу, тренінгу впевненої поведінки, тренінгу "Креативність у бізнесі".

4. Представникам усіх 5-и груп досліджуваних, які проявили відгороджені стилі поведінки у спілкуванні (ОД, ОР, ОВ) рекомендується психологічна корекція непродуктивних стилів спілкування, що дозволить їм більш ефективно спілкуватися з партнерами по бізнесу, а також підвищить їх готовність до ризику, ефективність прийняття відповідальних рішень.

5. Досліджуваним ВВП, ТМЖ, МСЛЧ, які проявили конфліктні комунікативні стилі (КД, КР, КВ) рекомендується участь у бізнес-комунікативному тренінгу, тренінгу впевненої поведінки для психологічної корекції негативних проявів їх непродуктивних комунікативних стилів у спілкуванні.

4. На наш погляд, потрібний розвиток професійно-важливих особистісних якостей бізнесменів, які сприяють розвитку наступних напрямів бізнес-діяльності: ефективне ділове спілкування, ефективна емоційна регуляція, креативність в бізнесі, управління змінами, управління людськими ресурсами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 376 с.
2. Берн Э. Лидер и группа. О структуре и динамике организаций и групп / Э. Берн. – Екатеринбург: Изд-во "Литур", 2000. – 320 с.
3. Дейнека О.С. Экономическая психология / О.С. Дейнека. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2000. – 160 с.
4. Дракер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты / П.Ф. Дракер [Пер. с англ. И.С.Петренко]. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 200 с.
5. Журавлев А.Л. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия / А.Л. Журавлев, В.П.Позняков. – РАН, Ин-т психологии. – М.: ИП РАН, 1995. – 58 с.
6. Ивашов А.И. Методика исследования коммуникативных установок личности / А.И.Ивашов, Е.В.Заика // Вопросы психологии. – 1991. – № 5.
7. Ломов Б.Ф. Общение как проблема общей психологии / Б.Ф. Ломов // Методологические проблемы социальной психологии. – М.: Наука, 1975. – 354с.
8. Мясичев В.Н. Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека / В.Н. Мясичев // Психология отношений. Избр. психологические труды. – М.-Воронеж, 1995. – С. 15-38.
9. Хизрич Р. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха / Р.Хизрич, М. Питерс [пер. с англ. и общ. ред. В.С. Загашвили]. – М.: Прогресс, 1992. – 196 с.
10. Швалб Ю.М. Практична психологія в економіці та бізнесі / Ю.М.Швалб, О.В.Данчева. – К.: Лібра, 1999. – 270 с.

Подано до редакції 14.05.2010

РЕЗЮМЕ

Емпіричне дослідження комунікативних установок бізнесменів показало відмінності їх проявів у власників виробничих підприємств порівняно з менеджерами, виявило професійно-важливі якості, що сприяють успішності суб'єктів у бізнес-діяльності. Результати цього дослідження можуть бути використані при розробці методик оцінювання, консультування та тренінгової підготовки бізнесменів.

Ключові слова: комунікативні установки, бізнесмен, бізнес-діяльність, власник бізнесу, успішність суб'єкта у бізнесі.

Т.П. Чернявська

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ УСТАНОВОК БИЗНЕСМЕНОВ

РЕЗЮМЕ

Емпірическое исследование коммуникативных установок бизнесменов показало отличия их проявлений у владельцев производственных предприятий в сравнении с менеджерами, обнаружило профессионально важные качества, которые способствуют успешности субъектов в бизнес-деятельности. Результаты данного исследования могут быть использованы при разработке методик оценивания, консультирования и тренинговой подготовки бизнесменов.

Ключевые слова: коммуникативные установки, бизнесмен, бизнес-деятельность, владелец бизнеса, успешность субъекта в бизнесе.

T.P. Chernyavskaya

DIFFERENTIATION OF COMMUNICATIVE AIMS OF BUSINESSMEN

SUMMARY

Empiric research on businessmen's communicative aims showed differences of their displays on the part of owners of production enterprises as compared to managers; found out some professionally important qualities instrumental in success of subjects in business activity. Results of the research can be used in working out assessment methods, consulting and workshop training of businessmen.

Keywords: communicative aims, businessman, business activity, business owner, subject's success in business.