

ЕМОЦІЙНІ СТАНИ БІЗНЕСМЕНІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ КОРЕКЦІЇ

Тетяна ЧЕРНЯВСЬКА

Copyright © 2010

Умови життєдіяльності сучасних бізнесменів передбачають постійні та неоднозначні зіткнення з реаліями бізнесу, і для того щоб вижити в умовах жорсткої конкуренції й домогтися успіху, вони повинні діяти ефективно. Професійна діяльність бізнесменів насичена стресогенними чинниками, серед яких особливої значущості набувають такі, як висока швидкість змін бізнес-довкілля, конкурентні відносини, висока відповідальність у роботі, відсутність “права на помилку”, брак часу для інтелектуального зростання і творчої самореалізації.

Тривалу економічну кризу зумовлює зростання чисельності соціально-психологічних чинників, які викликають підвищену напруженість і тривожність у діяльності бізнесменів. Тому емпіричне дослідження емоційних станів бізнесменів і пошук ефективних методів та засобів їх психологічної корекції для поліпшення їхнього психічного здоров'я і підвищення успішності бізнес-діяльності набуває сьогодні особливої актуальності.

Проблема емоційності у психології досліджувалася багатьма вченими (В.К. Вілюнас [10], Т.П. Вісковатова [1], Є.П. Ільїн [4], К.Е. Ізард [5], Г.С. Костюк [6], О.М. Леонтьєв [7], В.М. Мясіщев [9], С.Л. Рубінштейн [11], О.П. Саннікова [12], О.Я. Чебикін [13] та ін.). Оскільки емоційні стани бізнесменів виявляються у їх професійній бізнес-діяльності, у звичках та нормах бізнес-поведінки, то є нагальна потреба в наукових роботах, що знаходяться на перетині економіки, бізнесу і психології. У цьому змістовому форматі певної значущості набувають дослідження, виконані в межах економічної психології і психології підприємництва та бізнесу. Значний внесок у розробку саме цих наукових напрямків зробили О.С. Дейнека [2], О.Л. Журавльов [3], В.П. Поздняков [3], Ю.М. Швалб [15] та ін. Водночас слушно зауважити, що емоційні стани згадуються лише у зв'язку із висвітленням інших дослідницьких завдань. Тому актуальним завданням вида-

ється створення авторської методології дослідження з використанням комплексного підходу до пізнання емоційності особистості бізнесмена.

Не дивлячись на багатоманіття досліджень у царині психології емоційних станів, емоційності життєдіяльності вітчизняних бізнесменів, вивченню чинників, які прямо чи побічно впливають на їхні емоції і відчуття, приділяється явно недостатньо уваги. Тому наша робота спрямована на психологічне пізнання емоційних станів суб'єктів бізнес-діяльності і на пошук методів та засобів корекції й зміцнення їхнього психологічного здоров'я.

Мета емпіричного дослідження – вивчити індивідуальні відмінності в емоційних станах суб'єктів бізнес-діяльності й на цій основі розробити ефективні методи і засоби психологічної корекції їх негативних емоційних реакцій.

Завдання дослідження були такими:

- 1) визначити особливості формовияву емоційних станів бізнесменів;
- 2) розкрити змістовні характеристики емоційних станів бізнесменів залежно від реальних умов їхньої професійної бізнес-діяльності;
- 3) висвітлити психологічні резерви підвищення стресостійкості та емоційної врівноваженості обстежуваних груп учасників бізнесу;
- 4) розробити методи і засоби психологічної корекції негативних станів бізнесменів з допомогою консультування, тренінгів і психологічної профілактики.

Емоційність у діловій активності породжується умовами самого бізнесу, динамікою змін, ситуаціями взаємодії з клієнтами, постачальниками, партнерами, співробітниками і суперництва з конкурентами, високою напруженістю у подоланні труднощів на шляху до поставленої мети. Умови, за яких відбувається бізнес-діяльність, викликають в учасників бізнесу емоційні переживання великої інтенсивності з яскраво вираженим афектним наповненням, що виявляється у поведінці і своєрідному зовнішньому об'єктивуванні. Характерною для бізнесу є висока динамічність емоцій, їх мінли-

Таблиця 1

Емоційні стани власників виробничих підприємств (ВВП) та приватних підприємців (ПП) (чоловіків), одержані за тестом М. Люшера (вибірка 32 особи)

Вибір кольору («перевага-несприйняття») та особливості емоційного стану	Показники			
	ВВП (n = 15)		ПП (n = 17)	
	n	%	n	%
«+ +» Очевидна перевага				
+ 2 + 4 (зелений, жовтий): прагнення до визнання, популярності, бажання створити враження	7	47	7	41
+ 2 + 3 (зелений, червоний): прагнення до успіху, до самостійних рішень, подолання перепон у діяльності	8	53	10	59
«- -» Несприйняття				
- 5 - 6 (- фіолетовий!!! та - коричневий!!!): стрес, викликаний порушенням бажаних взаємовідносин, підвищеною вимогливістю до інших	15	100	17	100

вість, зміна одних переживань іншими, деколи протилежними: нині – це радість успіху, захоплення, а через деякий час – розчарування, прикрість, засмучення, втрата надії... Воднораз нами емпірично зафіксовано багатоманіття відтінків емоцій учасників бізнесу і складність відчуттів, якими насичена бізнес-діяльність. Так, у проведеному дослідженні емоційних станів бізнесменів спиралися на результати спостережень і співбесід з ними (166 осіб у віці від 30 до 55 років), а також на кількісні дані, одержані за методикою дослідження емоційності “Дерево, автопортрет, місцевість” Т.П. Вісковатової [1], і на якісні дані, отримані за кольорним тестом М. Люшера [8].

Головним принципом діагностичної методики М. Люшера, як відомо, є констатація зв'язків між суб'єктивною перевагою кольору та емоційним станом й особистісними особливостями суб'єкта. Вона базується на припущенні стосовно того, що вибір кольору відображає спрямованість обстежуваного на певний емоційний стан, настрої, діяльність. Її проєктивна цінність полягає в тому, що вона дозволяє виявляти неусвідомлюване в особистості та професійній діяльності досліджуваних осіб. При цьому взаємозв'язок кольору та емоцій є багаторівневим. По-перше, кольори та їхнє поєднання символізують емоції, їх зовнішній вияв, форму упредметнення; по-друге, емоційні стани людини впливають на ситуативне ставлення до кольору (зміни колірної чутливості, колірних уподобань тощо); по-третє, стійкі емоційні особливості (властивості) суб'єкта життєдіяльності також знаходять своє відображення у різних варіантах кольорних переваг.

Зазначена кольорна психодіагностична методика відноситься до експрес-методів тестування, і ця обставина, за оцінками бізнесменів, є істотною перевагою, оскільки вони здебільшого

високо цінують час. До різних тривалих форм опитувань вони ставляться дуже скептично. Швидкий характер колірного тесту М. Люшера їм імпонував, викликав зацікавленість та згоду з його результатами, першочергово своїм ігровим характером. Це важливо, оскільки бізнесмени – самодостатні та амбіційні люди, які не прагнуть бути об'єктами обстежень, часто налаштовані негативно стосовно тестування та сприймають опитувальні методи як провокаційні та “небезпечні”, що не стосується тесту М. Люшера.

Під час дослідження емоційності суб'єктів бізнес-діяльності за допомогою тесту М. Люшера вдалося виявити деякі особливості їхніх емоційних станів з урахуванням бізнес-успішності та гендерних відмінностей (*див. табл. 1–4*).

У тестуванні брали участь 15 власників середніх виробничих підприємств (від 100 до 200 працівників), досвід управління яких становить від 15 до 20 років; 17 власників малих торгівельних підприємств – приватні підприємці (від 3 до 5 працівників), досвід управління – більше 10 років. З *табл. 1* видно, що кольорний вибір власників середніх підприємств співпадає з вибором власників малих, що вказує на схожість їхніх емоційних станів.

Порівняльна характеристика виборів обстежуваних обох груп показує, що власники малих та середніх підприємств віддають явну перевагу зеленому кольору (він на 1-й позиції), що свідчить про їхнє прагнення до успіху, самоствердження, влади, визнання, вищості, впевненості, незалежності, наполегливості, настирливості, захисту. Вибір фіолетового (5-а позиція) та коричневого (6-а позиція) підтверджує факт несприйняття цих кольорів, що відображається у стані стресу, який викликаний порушенням бажаних взаємовідносин,

Таблиця 2

Емоційні стани приватних підприємців-жінок (ПП), одержані за тестом М. Люшера (вибірка 15 осіб)

Вибір кольорів («перевага-несприйняття») та особливості емоційного стану	Показники	
	ПП (n = 15)	
	n	%
«+ +» Явна перевага		
+ 5 + 4 (фіолетовий, жовтий): збудження, фантазування, прагнення до яскравих подій	7	47
+1 +5 (синій, фіолетовий): потреба в інтелегентному оточенні, прагнення до естетичного	8	53
«- -» Несприйняття		
- 6 – 8 (коричневий та сірий): стрес із-за пригнічення біологічних, сексуальних потреб	5	33
- 7 – 6 (чорний, коричневий): стрес із-за неприємних обмежень, заборон, прагнення чинити опір обмеженням, відійти від буденності	10	67

підвищеною вимогливістю до інших. Набори кольорів усіх респондентів даних груп не відображають наявності в них серйозних конфліктів.

Респондентами були 15 жінок-приватних підприємців, власників малих торгівельних підприємств (від 3 до 5 працівників), досвід управління – більше 10 років (**табл. 2**). Вибір кольорів цієї групи респондентів виявив такі особливості їхніх емоційних станів. Явну перевагу ними віддано фіолетовому кольору (він на 1-й і 2-й позиціях), що підтверджує бажання створити враження, звернути на себе увагу, наявність естетичних домагань. Набори кольорів у всіх респондентів даної групи не відображають серйозних конфліктів. Однак не-

сприйняття ними коричневого (він на 7-й і 8-й позиціях) вказує на те, що учасниці емпіричних груп переживають стан стресу. 33% обстежуваних відчувають стан стресу із-за незадоволеності біологічних, сексуальних потреб, 67% – із-за неприємних обмежень, заборон. Приватні підприємці-жінки намагаються відійти від буденності, свідомо чинять опір обмеженням.

84 керівники (топ-менеджери чоловіки) виробничих підприємств (від 100 до 200 працівників), управлінський досвід яких склав від 5 до 15 років, прийняли участь у тестуванні. Результати дослідження їхніх емоційних станів подані в таблиці (**табл. 3**). Їх аналіз показав, що 27% з них перебувають у по-

Таблиця 3

Емоційні стани топ-менеджерів виробничих підприємств (чоловіків), одержані за тестом М. Люшера (вибірка 84 особи)

Вибір кольорів («перевага-несприйняття») та особливості емоційного стану	Показники	
	ТМЧ (n = 84)	
	n	%
«+ +» Явна перевага		
+ 2 + 3 (зелений, червоний): активне прагнення до успіху, до самостійних рішень	9	11
+ 4 + 2 (жовтий, зелений): настрої позитивний, бажання пошуку шляхів розв'язання задач, прагнення до самоствердження	14	16
+ 5 + 1 (фіолетовий, синій): невизначений настрої, прагнення до злагоди та гармонії	30	35
+ 5 + 2 (фіолетовий, зелений): настороженість, бажання створити враження	11	14
+ 6 + 5 (коричневий, фіолетовий): незадоволеність, прагнення до комфорту	6	7
+ 1 + 5 (синій, фіолетовий): невеликий неспокій, потреба в делікатному оточенні, прагнення до естетичного	5	6
+ 8 + 5 (сірий, фіолетовий): неспокій, настороженість, прагнення приховати це почуття	4	5
+ 6 + 1 (коричневий, синій): стрес, страх самоти, бажання вийти з неблагоприємної ситуації	3	4
+ 8 + 1 (сірий, синій): негативний стан, бажання спокою	2	2
«- -» Несприйняття		
- 0 – 7 (сірий, чорний): прагнення вийти з неблагоприємної ситуації, дещо завищена самооцінка	23	27
- 1 – 6 (синій, коричневий): емоційна незадоволеність, самообмеженість, пошук підтримки	18	22
- 1 – 7 (синій, чорний): стан, близький до стресу, емоційна незадоволеність, прагнення вийти зі стресогенної ситуації	11	13
- 4 – 7 (жовтий, чорний): стрес, невпевненість, настороженість, прагнення уникнути контролю ззовні	15	18
- 5 – 6 (фіолетовий, коричневий): стрес із-за порушення бажаних взаємовідносин, підвищена вимогливість до інших	12	14
- 3 – 7 (червоний, чорний): стрес із-за глибокого розчарування, фрустрація, тривожність, безсилля розв'язати конфліктну проблему, бажання вийти із фруструючої ситуації будь-яким шляхом, сумнів у тому, що це вдасться	3	4
- 6 – 8 (коричневий, сірий): стрес із-за пригнічення біологічних, сексуальних потреб	2	2

Таблиця 4

Емоційні стани топ-менеджерів виробничих підприємств (жінок), одержані за тестом М. Люшера (вибірка 35 осіб)

Вибір кольорів («перевага-несприйняття») та особливості емоційних станів	Показники	
	ТМЖ (n = 35)	
	n	%
«+ +» Явна перевага		
+2 +1 (зелений, синій): позитивний стан, прагнення до визнання, до діяльності, яка забезпечує успіх	6	17
+2 +3 (зелений, червоний): активне прагнення до успіху, до самостійних рішень, подолання перепон у діяльності	10	28
+3 +2 (червоний, зелений): ділове збудження, активне прагнення до мети, подолання всіх труднощів, прагнення до високої оцінки своєї діяльності	15	42
+ 5 + 2 (фіолетовий, зелений): настороженість, бажання створити враження	5	13
«- -» Несприйняття		
- 8 – 7 (сірий, чорний): прагнення вийти із неблагоприємної ситуації, надія на добрі перспективи у майбутньому	12	34
- 6 – 7 (коричневий, чорний): прагнення уникнути підкорення, негативне ставлення до різних заборон	9	26
- 6 – 4 (жовтий, сірий): стрес із-за прагнення приховати тривогу під маскою впевненості та безтурботності	14	40

зитивному емоційному стані, 11% – активно прагнуть успіху, самостійних рішень, 16% – спрямовані на пошук оригінальних шляхів розв’язання буденних задач, прагнуть самоствердження, натомість 35% – властивий невизначений настрій, хоча й наявне певне прагнення до злагоди та гармонії. 32% керівників високого рангу виявили стан неспокою, настороженості, незадоволеності ситуацією, в якій вони знаходяться; 4% – пережили стан стресу, бажання вийти з неблагоприємної ситуації; 2% – негативний стан, бажання спокою.

Несприйняття кольорів топ-менеджерами чоловіками вказує на те, що 27% з них відчувають прагнення вийти з неблагоприємної ситуації, 22% – емоційну незадоволеність, шукають підтримки, 13% – переживають стан, близький до стресу, емоційно невдоволені справами, намагаються вийти із наявної психогенної ситуації. Водночас 38% із них знаходяться у стані стресу із-за порушення бажаних взаємовідносин, підвищеної вимогливості до інших, глибокого розчарування, безсилля у розв’язанні конфліктної проблеми чи пригнічення своїх біологічних, головно сексуальних, потреб.

35 топ-менеджерів жінок виробничих підприємств (від 100 до 200 працівників), управлінський досвід яких становить від 5 до 8 років, також прийняли участь у тестуванні (див. табл. 4). Явна перевага зеленого кольору (він на 1-й і 2-й позиціях) всіма учасницями даної емпіричної групи свідчить про їхнє прагнення до успіху, самоствердження, володіння, визнання, першості,

впевненості, незалежності, наполегливості, захисту. Подібні особливості емоційного стану спостерігалися у жінок-топ-менеджерів, а також у чоловіків-власників виробничих підприємств, приватних підприємців. Стосовно чоловіків-підприємців і топ-менеджерів, то вони не віддавали явної переваги зеленому кольору, а отже, і не виявили за методикою М. Люшера власних прагнень до успіху, владарювання, незалежності.

У 17% досліджуваних жінок-керівників високого рангу виявлені позитивний стан, прагнення до визнання, до діяльності, що забезпечує успіх, у 28% – прагнення до самостійності у прийнятті рішень та в здоланні перепон у діяльності, у 42% – ділове збудження, активність на шляху до мети, подолання усіх труднощів, висока оцінка власної діяльності; у 13% – настороженість, бажання справити приємне враження. Водночас аналіз колірної несприйняття респондентів даної групи показав, що 34% з них прагнуть вийти з неблагоприємної ситуації, сподіваються на добрі перспективи у майбутньому, 26% – намагаються уникнути підкорення, негативно ставляться до різних заборон, 40% – переживають стрес із-за наміру приховати тривогу під маскою впевненості та безтурботності.

Проведене емпіричне дослідження емоційних станів суб’єктів бізнес-діяльності дозволило виявити особливості позитивних емоційних станів бізнесменів, котрі сприяють їхній успішності у професійній діяльності, та встановити спектр їх негативних емоційних станів, які знижують ефективність щоденної

*Методи та засоби психокорекції, рекомендовані
для покращення емоційного стану суб'єктів бізнес-діяльності*

Консультування у стилі «коучинг»	Персональне та управлінське консультування з елементами психодіагностики; розуміння респондентами своїх «слабких» та «сильних» сторін надає їм стресостійкості, що збільшує їх життєлюбність і рішучість
Тренінги	«Ефективні бізнес-комунікації». Тренінг асертивності (упевненості). Тренінг креативності у бізнесі
Психопрофілактика	Водні процедури (басейн, сауна, «крижаний душ»).
	Ігрові види спорту (сквош, теніс, волейбол).
	Арттерапія (відвідування театрів, музеїв, виставок, заняття танцями, музикою, малюванням, співанням)

бізнесової роботи та потребують спеціального психокорекційного впливу. Методи і засоби останнього, які використовувалися у нашій розвивальній роботі щодо покращення емоційного стану бізнесменів та підвищення ефективності їх бізнес-діяльності (консультування, тренінги, психопрофілактика), наведені у таблиці (*табл. 5*).

Наш досвід психокорекції дає підстави стверджувати, що: 1) управлінське консультування допомагає бізнесменам закріпити упевненість у своїх силах, розвиває навички емоційної саморегуляції; 2) тренінги “Ефективні бізнес-комунікації”, асертивності (упевненості) та креативності у бізнесі сприяють формуванню та прискореному розвитку професійно важливих рис ефективного спілкування, гнучкості мислення й упевненої (неагресивної) поведінки; 3) психопрофілактичні методи і засоби істотно покращують емоційні стани бізнесменів, дають змогу їм отримати максимальну “розрядку” через удари ракеткою чи рукою по м’ячу, а також відчуті і пережити благодатний вплив різних мистецтв шляхом самовиразу в танці, малюванні, співі.

ВИСНОВКИ

1. Міждисциплінарний підхід до вивчення емоційних станів суб'єктів бізнес-діяльності, що реалізований нами на основі теоретичних здобутків загальної, соціальної та економічної психології, психології особистості та бізнесу, дає підстави зробити адекватні узагальнення та висновки, визначити ті характеристики емоційних станів бізнесменів, які відображаються на рівні їхньої повсякденної бізнес-поведінки, спілкування і взаємодії з іншими людьми.

2. Теоретичну значущість мають також дані про протікання емоційних процесів на індивідуально-особистісному рівні. Узагальнення результатів формовияву емоційних станів у

групах суб'єктів бізнес-діяльності (власники виробничих та торгівельних підприємств, топ-менеджери), виявлення гендерних особливостей здійснюють певний внесок у психологію особистості та психологію бізнесу. Зокрема, мовиться про низку своєрідних особливостей емоцій, які переживаються суб'єктами бізнес-діяльності, розкривають їхній вплив на якість виконання професійних обов'язків, на її перебіг та успішність. Крім того, вони виявляють залежність динаміки емоційних переживань від індивідуальних особливостей особистості бізнесменів у контексті їхнього життєреалізування.

3. Емпіричне дослідження емоційних станів бізнесменів підтверджує надзвичайну емоційність бізнес-діяльності. Воно також розкриває глибокий зв'язок між особливостями переживань активних, стеничних та пасивних астенічних емоцій і готовністю бізнесмена мобілізувати й використовувати всі ресурси своєї емоційної сфери за жорстких, мінливих та конкурентних, умов бізнесу. В цьому аналітичному розрізі емпіричні показники емоційних станів респондентів, отримані у результаті проведених досліджень, указують на особливу емоційну гнучкість і пластичність суб'єктів бізнес-діяльності. Причому успішні бізнесмени в ситуаціях зовнішніх контактів (спілкування з клієнтами, поставниками, партнерами) виявляють здатність до обміркованих, цілеспрямованих дій з достатньою стосовно конкретної ситуації витримкою. За умов відкритого довірливого спілкування (наприклад, із членами своєї команди) вони не бояться вести себе природно та розкуто, демонструвати навколишнім свої емоції, у тому числі й антипатію, роздратування, гнів, а також симпатію, радість, ущасливлення. Бізнесмени пояснюють випадки агресії як природний прояв людської сутності, не виправдовують антисоціальну поведінку ні у себе, ані в інших. Загалом в усіх зовнішніх та внутрішніх контактах вони

спроможні швидко встановлювати глибокі та емоційно насичені контакти.

4. Виявлені психологічні фактори, які спричинюють появу негативних емоційних станів (тривожності, страху, стресу, напруженості, фрустрації та ін.) в досліджуваних групах бізнесменів. Намічені шляхи оптимізації емоційного самопочуття бізнесменів. Надані конкретні рекомендації щодо регуляції їхньої емоційної сфери, психологічної корекції емоційних станів. Запропоновані методи покращення емоційного самопочуття бізнесменів – консультування у стилі “коучинг”, бізнес-комунікативний тренінг, тренінги асертивності та бізнес-креативності, психо-профілактики з використанням спеціальних засобів, що сприяють підвищенню ефективності бізнес-діяльності (водні процедури, ігрові види спорту, арттерапія тощо). Відтак напрацьований нами матеріал та апробований методичний інструментарій може з успіхом використовуватися у роботі кабінетів психологічного розвантаження, в діяльності практичних психологів, на групових заняттях під час навчання менеджерів, резерву керівних кадрів, підвищення кваліфікації фахівців різного профілю.

1. *Висковатова Т.П.* Деятельность психолога в условиях риска / Т.П. Висковатова // Психологічні технології в екстремальних видах діяльності: Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції ДЮІ ЛДУВС ім. Е.А. Дидоренка, 2009. – С. 891–892.

2. *Дейнека О.С.* Экономическая психология / О.С. Дейнека. – СПб.: Изд-во С.-Пб. ун-та, 2000. – 160 с.

3. *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.

4. *Ильин Е.П.* Эмоции и чувства / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с.

5. *Изард К.* Психология эмоций / К. Изард. – СПб.: Питер, 1999. – 464 с.

6. *Костюк Г.С.* Психологические аспекты опытно-экспериментальных педагогических исследований / Г.С. Костюк // Избранные психологические труды. – М.: Педагогика, 1988. – С. 76–86.

7. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – 2-е изд. – М.: Политиздат, 1977. – 304 с.

8. *Люшер М.* Сигналы личности: ролевые игры и их мотивы / М. Люшер. – Воронеж: НПО “МОДЭК”, 1995. – 176 с.

9. *Мясищев В.Н.* Психология отношений / В.Н. Мясищев. – М.: Изд-во института практической психологии, 1995. – 356 с.

10. Психология эмоций. Тексты [Под ред. В.К. Вилло-наса, Ю.Б. Гиппенрейтер]. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 288 с.

11. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2004. – 713 с.

12. *Санникова О.П.* Эмоциональность в структуре личности / О.П. Санникова. – Одесса: Хорс, 1995. – 334 с.

13. *Чебыкин А.Я.* Проблемы эмоциональной устойчивости / А.Я. Чебыкин. – Одесса: ЮУПУ, 1995. – 200 с.

14. *Чернявська Т.П.* Структура ефективної підприємницької діяльності / Т.П. Чернявська // Вісник Одеського національного університету. – Т. 9, вип. 8. Психологія. – 2004. – С. 83–98.

15. *Швалб Ю.М.* Практична психологія в економіці та бізнесі / Ю.М. Швалб, О.В. Данчева. – К.: Лібра, 1999. – 270 с.

АНОТАЦІЯ

Чернявська Тетяна Павлівна.

Емоційні стани бізнесменів та шляхи їх корекції.

У статті розглядаються теоретичні аспекти емоційності бізнесменів. Емпіричний матеріал присвячений дослідженню емоційних станів власників виробничих підприємств, приватних підприємців, топ-менеджерів. Одержані результати можуть бути використані для розробки ефективних методів і засобів психологічної корекції їх негативних емоційних станів.

Ключові слова: емоційні стани, бізнесмен, менеджер, стрес, конфлікт, корекція.

АННОТАЦИЯ

Чернявская Татьяна Павловна.

Эмоциональные состояния бизнесменов и пути их коррекции.

В статье рассматриваются теоретические аспекты эмоциональности бизнесменов. Эмпирический материал посвящен исследованию эмоциональных состояний собственников производственных предприятий, частных предпринимателей, топ-менеджеров. Полученные результаты могут быть использованы для разработки эффективных методов и средств психологической коррекции их негативных эмоциональных состояний.

Ключевые слова: эмоциональные состояния, бизнесмен, менеджер, стресс, конфликт, коррекция.

ANOTATION

Cherniavska Tetiana.

Emotional States of a Businessman and the Ways of their Correction.

The article considers theoretical aspects of businessmen emotional conditions. Empirical material is dedicated to the research of emotional states of industrial enterprises owners, private entrepreneurs, top-managers. The results of the research can be used for working out the efficient methods and means of psychological correction of their negative emotional states.

Key words: emotional states, businessman, manager, stress, conflict, correction.

Надійшла до редакції 27.04.2010.