

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра психології

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ФАХІВЦІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ»**

Студентки 2м курсу, 2 групи,
спеціальності
053 «Психологія»
спеціалізації «Психологія»

Ісаєнко Валерії
Віталіївни

Науковий керівник
доктор психол. наук,
професор

Капосльоз
Григорій Вікторович

Гарант освітньої програми
доктор психол. наук,
професор

Скрипкін Олег
Григорович

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ	6
1.1. Зміст та напрямки управлінської діяльності у торгівлі	6
1.2. Психологічні особливості управлінської діяльності	11
1.3. Результати досліджень психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери.....	16
Висновок до 1 розділу	21
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	22
2.1. Відмінності психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери, на прикладі: підприємець, менеджер, бухгалтер, аудитор	22
2.2. Загальна схема організації дослідження	25
2.3. Обґрунтування методологічного інструментарію.....	27
Висновки до 2 розділу.....	32
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	33
3.1. Аналіз отриманих результатів дослідження.....	33
3.2. Розробка тренінгової програми «Підприємець, бухгалтер, менеджер, аудитор. Відмінності управлінської діяльності різних фахівців у торговельній сфері.»	37
Висновки до 3 розділу.....	47
ВИСНОВКИ	49

ВСТУП

Загальновідомо, що ставлення людини до праці обумовлюється складною системою соціально-економічних та соціально-психологічних факторів. Враховуючи кардинальні зміни, що відбуваються у глобалізованому просторі, однією із актуальних проблем сьогодення є з'ясування цих факторів, адже вони здатні як інтенсифікувати, так і загальмувати зростання трудової активності. В умовах докорінних соціально-економічних трансформацій істотні зміни в характері праці та структурі зайнятості висувають підвищені вимоги до людини як працівника. Сьогодні існує нагальна потреба у створенні належних умов професійної діяльності задля досягнення суб'єктами праці високої професійної активності та ініціативності, підвищення ефективності праці, спрямованості на зростання професійної майстерності, а також узгодження професійних експектацій з реальними можливостям їх задоволення з боку професійно-трудової практики сучасного ринку праці.

Сфера торгівлі - це насамперед спілкування, передача живого змісту від однієї особистості до іншої, що зумовлює значущість психологічної підготовки її працівників, володіння ними комунікативною культурою для налагодження якісного фахового спілкування.

Володіння фахівцями сфери торгівлі крім спеціальних знань ще й знаннями глибинних закономірностей комунікації, системою комунікативних якостей та вмінь, необхідних для гармонійного вступу в контакт, підтримання спілкування та досягнення взаєморозуміння з його учасниками - основна суть успіху функціонера торгівлі.

Спілкування не слід досліджувати тільки як відправлення інформації певною системою передачі інформації чи приймання її іншою системою, це відносини двох індивідуумів, які є активними суб'єктами: взаємне інформування передбачає налагоджування спільної діяльності.

Кожен учасник комунікативного процесу передбачає активність партнера та не може розглядати його лише як об'єкт, інший учасник постає і як суб'єкт. Звідси випливає, що, спрямовуючи йому інформацію, на нього й

необхідно орієнтуватися, аналізувати його мотиви, мету, настанови. Тоді можна передбачити, що у відповідь на відправлену інформацію буде одержана нова інформація від партнера. Тому в комунікативному процесі відбувається не просто рух інформації, а щонайменше активний обмін нею.

Розвиток навичок спілкування є вагомим завданням, одним із групових методів, що полягає в навчанні спілкуванню та формуванні професійних якостей є соціально-психологічний тренінг. Термін тренінг має низку значень: виховання, навчання, підготовка, тренування. Так, Ю. Н. Ємельянов визначає тренінг як групу методів, що направлені на формування здібностей до навчання та оволодіння будь-яким складним видом діяльності.

Тренінг розглядають як багатofункціональний метод психологічного впливу на людей з метою навчання, розвитку важливих професійних якостей та властивостей, особистісних характеристик. До головних функцій тренінгу науковці відносять перетворюючу, коректуючу, профілактичну, адаптаційну (А.М. Зімічев, Г.С. Нікіфоров). Доцільність використання активних форм та методів навчання в практиці підготовки фахівців, у тому числі й фахівців сфери торгівлі, показана як вітчизняними, так і закордонними авторами (О.Ф. Бондаренко, І.С Вітенко, А.В. Фомін, М.Форверг, Т.С. Яценко).

Більшість з них зауважує, що соціально-психологічний тренінг - це форма спеціально організованого спілкування, психологічний вплив якого базується на активних методах групової психологічної роботи.

Об'єкт дослідження - психологічні особливості управлінської діяльності фахівців торговельної сфери.

Предмет дослідження - виявлення та розвиток комунікативних умінь фахівців торговельної сфери.

Гіпотеза дослідження: виявлення та розвиток комунікативних умінь фахівців торговельної сфери шляхом спеціально розробленої тренінгової програми сприятиме якіснішому обслуговуванню клієнтів.

Мета роботи - теоретично обґрунтувати та експериментально дослідити психологічні особливості управлінської діяльності фахівців торговельної сфери.

Відповідно до мети дослідження, сформульовано наступні **завдання** дослідження:

1. Розглянути зміст та напрямки управлінської діяльності у торгівлі.
2. Виокремити психологічні особливості управлінської діяльності.
3. Організувати та провести емпіричне дослідження психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери.
4. Здійснити обробку, аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.
5. Розробити та впровадити тренінгові програму щодо покращення комунікативних вмінь фахівців торговельної сфери.

Методи та методики дослідження:

1. Метод активного впливу на психіку - тренінг.
2. Тест «Ваша комунікативна установка».
3. Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК) (Шапарь В.Б.).
4. Діагностика комунікативної толерантності (Бойко В. В.).

Практичне значення та наукова новизна дослідження полягає у тому, що основні ідеї та висновки роботи розширюють наукові уявлення про суттєве значення психологічних особливостей фахівців торговельної сфери, комунікативних умінь для працівників в торгівлі, можливості використання тренінгової діяльності практичного психолога в комерційній сфері.

Розроблена методика дослідження та розвитку комунікативних вмінь може застосовуватись як основа для практичних психологів з працівниками в сфері торгівлі. Вона буде сприяти не тільки формуванню комунікативних вмінь, а й впливатиме на якість обслуговування.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

1.1. Зміст та напрямки управлінської діяльності у торгівлі

Управління — свідомо, цілеспрямована дія людей на суспільну систему в цілому або на окремі її ланки (сфери суспільного життя, галузі економіки, підприємства, колективи), що забезпечує їх оптимальне функціонування і розвиток на основі використання властивих суспільству об'єктивних закономірностей розвитку. Це соціальна функція, що виявляється у владно-організуючій діяльності, яка забезпечує узгодженість спільної праці та побуту людей для досягнення суспільно значущих цілей та завдань.

Існують п'ять методів управління організацією в торгівлі:

1. Організаційно-адміністративні, засновані на прямих обов'язкових вказівках, такі як:

- накази, заборони,
- погоджувальні,
- побажання і рекомендації.

Організаційно - адміністративні методи відрізняються від інших тим, що вони спрямовані на дотримання законів, наказів, розпоряджень від керівництва, контроль за їх виконання, з метою поліпшення виробничого процесу. Невиконання розпоряджень вважається як порушення робочої дисципліни і тягне за собою покарання.

2. Економічні.

Планування, прогнозування підсумків економічної діяльності в торгівлі, терміни виконання поставлених завдань, визначається розвиток підприємства в цілому, встановлюються кінцеві цілі і завдання.

3. Соціально-психологічні.

Головна мета соціально-психологічного методу сформувати в трудовому колективі позитивний клімат, завдяки гарній обстановці будуть вирішуватися організаційні та економічні завдання. Соціально-психологічний клімат проявляється в емоційному настрої співробітників, їх загальній думці, їх результати.

Андрущенко В.П., Михальченко М.І. виділяють такі аспекти:

- моральне заохочення,
- соціальне планування,
- переконання,
- навіювання,
- особистий приклад,
- регулювання відносин в колективі,
- підтримання психологічного клімату в колективі.

4. Правові методи управління.

Передбачаються законодавцем. Вони закріплюються в статутах, указах, постановах, інструкціях, правилах, наказах, службових записках, положеннях і т.д. При вирішенні управлінських справ повинні використовуватися форми, які встановлені законодавством.

5. Мотивація виконавця.

Доброю роботою співробітників по виконанню полягає в:

- обізнаності інформацією про цільові установки і заходи організації,
- цілі і завдання повинні бути реалізованими для працівників, важливо щоб вони ще й не порушували юридичні та етичні норми,
- працівникам повинні бути надані засоби для виконання завдань і доручень,
- працівники повинні бути мотивовані.

Успішна робота по мотивації працівників сфери торгівлі веде:

- до підвищення прибутку і обороту,
- зміни якості продукції, що виробляється,
- привносити щось нове,

- підвищення притоку співробітників,
- поліпшення працездатності співробітників,
- до єдності в колективі,
- скорочення плинності кадрів,
- до підвищеної репутації підприємства.

Процес управління несе циклічний характер, він починається з виявленням потреб в практичних діях і постановки цілей, закінчується або досягненням, або відмовою від них. В управлінській діяльності сфери торгівлі виділяють п'ять [9, с. 54]:

1. Планування. Є одним з найбільш важливих функція в менеджменті торгівлі. На основі аналізу підприємець формує цілі і завдання, які стоять перед ним. Розробляє стратегії подальших дій, складає необхідні плани на майбутній період. Процес планування підсилює координацію структурних підрозділів, цим самим зміцнює відносини керівників різних підрозділів на підприємстві. З цього випливає, що процес планування - це постійний процес вивчення. Тому плани змінюються відповідно до конкретної ситуації. За допомогою планування керівництво спрямовує всіх співробітників на досягнення спільної мети.

2. Організація. Це структура організації сфери торгівлі і все, що з нею пов'язано. Техніка, матеріали, співробітники і т.д. При плануванні та організації керівник точно знає, чим буде займатися організація, хто і що буде виконувати роботу, з ким доведеться взаємодіяти.

3. Мотивація. Спонукає людей робити певну роботу, для досягнення загальних цілей. Для цього створюються умови праці, мотивується персонал. Мотивувати грошима в обмін на роботу не завжди вірно, потреби у людей з часом змінюються.

4. Координація. Ця функція забезпечує взаємодію між структурними підрозділами. В основному це зібрання, звіти, документи, комп'ютерна мережа і т.д. Забезпечує єдність всіх функцій управління в сфері торгівлі.

5. Контроль. Завершальна стадія управлінських функцій. Результати роботи порівнюються з поставленими цілями, і робиться висновок, чи досягає організація поставлених цілей чи ні. За допомогою контролю можна виділити проблеми або, в загальному, їх уникнути, перш ніж організації буде завдано збитків, так само можна скорегувати можливі відхилення від поставлених цілей. Або переглянути цілі для того, щоб вони були реалізовані.

Так само існують й інші підходи [12, с. 65]:

- системний підхід. Об'єднує всі системи і підходи, сприяє нормальній постановці проблем в певних науках і виробленні ефективної стратегії вивчення. Системний підхід сприяє мисленню в організації управління.

- ситуаційний підхід. Пряме доповнення наукових розробок для вирішення завдань в певних ситуаціях. Аналізуються різні ситуації між організаціями та всередині її. На успішність ситуаційного підходу впливає кількість проаналізованих ситуацій, їх правильність і тлумачення.

- комплексний підхід. При використанні цього підходу враховуються політичні, економічні, організаційні та інші сторони менеджменту торгівлі і їх взаємопов'язаність.

- інтеграційний підхід. Основою буде дослідження і збільшення взаємозв'язків, а саме між рівнями і суб'єктами управління, різними підсистемами і частиною системи менеджменту торгівлі, стадіями життєвого циклу об'єкта управління.

Завдяки цьому підходу можна розширювати співпрацю суб'єктів управління в сфері торгівлі. Подвоювати взаємозалежність елементів системи управління.

- маркетинговий підхід. Орієнтує управління системами при вирішенні завдань, які спрямовані на клієнтів. Продовження ідеї про пристосованість підприємства торгівлі до зовнішнього середовища.

Завдання маркетингового підходу полягає в забезпеченні на цільових ринках продукцією і послугами більш поліпшеними, продуктивними, ніж у інших організацій.

- нормативний підхід. Головним в нормативному підході буде встановлення нормативів управління по всіх підсистемах менеджменту сфери торгівлі. Нормативи повинні встановлюватися за всіма основними структурам:

1. Цільовий підсистемі (показники якості та ресурсо ємності, параметри ринку, тощо).
2. Функціональну підсистему (нормативи якості планів, організованості системи менеджменту, якості обліку і контролю і т.д.).
3. Забезпечує підсистеми (нормативи забезпеченості працівників і підрозділів всім необхідним для роботи і виконання, завдань, що стоять перед ними і т.д.).

Нормативний підхід в сучасному менеджменті сфери торгівлі є основою для оптимізації процесів управління у великих організаціях і в поєднанні з іншими підходами і вирішує досить складні управлінські завдання.

Розвиток, функціонування і становлення сфери торгівлі, структура і динаміка, дуже залежать від ступеня політичних і соціально-економічних умов країни.

Миттєве зростання числа малих фірм явилася причиною ноу-хау, обладнання, наукових розробок, глобальними змінами в розвитку різнобічних галузей інфраструктури, збільшенням ролі сфери товарів і послуг в суспільстві.

Точні напрямки розвитку сфери торгівлі складаються з ринкових ніш, які великі організації залишили незайнятими, а малі організації зауважують можливість ефективної діяльності та отримання доходу.

Головні фактори, які впливають на розвиток торговельної сфери [10, с. 65]:

1. Політична атмосфера в соціумі.
2. Економічна обстановка в країні.
3. Політика в сфері економіки.
4. Способи підтримки підприємництва.
5. Правове забезпечення підприємництва.

6. Податкова політика.
7. Фінансово-кредитна.
8. Рівень життя суспільства.
9. Цивілізованість підприємництва.

1.2. Психологічні особливості управлінської діяльності

Аналіз змісту поняття «управлінська діяльність» показав, що на сьогодні «існує широкий спектр точок зору на дане поняття, які часто несумісні один з одним. Кожен з авторів пропонує своє розуміння цієї категорії. Однак, незважаючи на різноманітність точок зору, дослідники сходяться в одному: управлінська діяльність керівника має суттєві ознаки і специфічні особливості»[2, с. 21]. Проведений аналіз дозволив авторам сформулювати наступне визначення управлінської діяльності - це «ціленаправлена, самоорганізована, розвинена соціально-психологічна система взаємопов'язаних структурних і функціональних компонентів, пов'язаних з вирішенням управлінських завдань, досягненням нових результатів відповідно до основної мети»[5, с. 23].

Виходячи з вищевикладеного розуміння основних категорій управління, ясно, що особливості діяльності сучасного управління сфери торгівлі вимагають власне психологічного її аналізу. Ця вимога пов'язана і з змінами, що відбулися в житті людського суспільства в останнє десятиліття, які викликані трьома основними і найтіснішим чином пов'язаними діючими силами сучасного розвитку-інформатизацією і поширенням знань, універсальною конективністю і глобалізацією. Все це не може не позначитися на управлінні організаціями сфери торгівлі, а отже, і на утриманні управлінської праці [6].

На зміну традиційних систем управління, де на чільне місце ставилася технологія (так як володіння ними забезпечувало конкурентоспроможність і, в кінцевому рахунку, життєздатність організації), приходить нова парадигма

управління, суть якої полягає в управлінні і накопиченні людського капіталу організації. Саме людина в організації є сьогодні конкурентною перевагою, дозволяючи зберігати високий темп її розвитку.

Сьогодні ми знаходимося на переломному моменті, коли суб'єкт-об'єктний підхід в управлінні торговельної сфери і пріоритет здійснення виробничих функцій трансформується в суб'єкт-суб'єктне управління, при якому першочерговим завданням управління є здійснення соціально-психологічних функцій.

Індивідуальні особливості керівника визначають успішність не тільки його власної діяльності, але і його співробітників, і організації в цілому. У цьому випадку дослідження особистості керівника набуває першочергового значення, її вивчення є соціально-важливим і актуальним завданням.

Специфіка управлінської діяльності (суб'єкт-суб'єктне управління, індивідуально-спільна діяльність) зумовлює наявність у неї ряду психологічних особливостей. Дослідники виділяють такі основні психологічні особливості управлінської діяльності у сфері торгівлі:

1. Опосередкований зв'язок з кінцевими результатами функціонування.
2. Специфічність предмета. Вплив здійснюється на суб'єкти. Вони, природно, характеризуються якісно іншим рівнем складності, ніж у багатьох інших видах діяльності, наприклад виконавських, що мають справу з «неживими» об'єктами.
3. Специфічність процесу. Суть управлінської діяльності - організація діяльності інших людей, тобто «діяльність по організації діяльності» (діяльність «другого порядку»). Ця властивість основна для управлінської діяльності сфери торгівлі. Тому вона позначається як метадіяльність.
4. Інваріантна система управлінських функцій. Управлінська діяльність являє собою реалізацію певних універсальних управлінських функцій (планування, прогнозування, мотивування, прийняття рішення, контролю та ін.), які притаманні будь-якій управлінській діяльності, незалежно від її конкретного виду, хоча ступінь їх вираженості може бути різним.

5. Високий загальний рівень складності, обумовлений одночасним забезпеченням технологічного процесу (інструментальний контур управління) і організацією міжособистісних взаємодій (експресивний). Ці контури далеко не завжди гармонійно поєднуються між собою і до того ж вимагають від керівника реалізації якісно різних способів і форм поведінки.

6. Двоїтий організаційний статус керівника торговельної сфери. Він за визначенням одночасно є членом організації (групи) і стоїть як би поза нею - над нею - в силу свого ієрархічно вищого положення. Тому в управлінській діяльності сфери торгівлі поєднуються два основних принципи її організації-ієрархічного (субординаційного) і колегіального (координаційного), а також необхідність їх оптимального узгодження.

7. Особливість зовнішніх і внутрішніх умов, в яких вона протікає. Зовнішні умови характеризуються жорсткими тимчасовими обмеженнями, хронічною інформаційною невизначеністю, наявністю високої відповідальності за кінцеві результати, нерегламентованість праці, постійною нестачею ресурсів, частим виникненням так названих екстремально-стресових ситуацій. Внутрішні умови характеризуються необхідністю одночасного виконання багатьох дій і вирішення багатьох завдань; суперечливістю нормативних (у тому числі і законодавчих) приписів, їх невизначеністю або відсутністю; несформульованістю в чіткому і явному вигляді оціночних критеріїв ефективності діяльності; множинною підпорядкованістю керівника різним вищим інстанціям і обумовленої цим суперечливістю вимог та ін. [4, с. 43-45].

Таким чином, специфіка діяльності сучасного менеджера сфери торгівлі, чинного в ринкових умовах, ще більш переконує в необхідності вивчення управлінської діяльності через призму психологічного знання.

Виникає питання, який підхід до вивчення управлінської діяльності дозволяє максимально врахувати нові вимоги до діяльності та її психологічні особливості, які, по суті, визначають її специфіку.

Всі існуючі підходи являють собою різні рівні аналізу управлінської діяльності, і їх головною відмінною ознакою є використання принципово різних одиниць аналізу, які відрізняються як за обсягом, так і за ступенем узагальненості. Крім того, більшість з них орієнтовано на аналіз об'єктивного «зовнішнього» змісту управлінської діяльності і тому є організаційними типами її вивчення, а не психологічними. Найбільш розробленим з підходів, які аналізують «зовнішній» зміст управлінської діяльності, є функціонально-рольовий, основи якого були закладені ще на початку ХХ століття основоположниками школи наукового менеджменту. Для нас представляє інтерес особистісно-діяльнісний підхід, який дозволяє вивчати «внутрішній» зміст управлінської діяльності сфери торгівлі.

Аналіз особистісно-діяльнісної складової управлінської діяльності торговельної сфери дозволяє досліджувати особистість керівника з боку його мотивів, цілей, смислових утворень і способів їх реалізації, іншими словами розглянути функції, які реалізуються керівником в процесі трудової діяльності крізь призму мотиваційно цільового компонента. У той же час необхідно відзначити, що питання одиниць виміру управлінської діяльності, заходи їх вираженості для успішної праці керівників залишаються досі дискусійними і вимагають свого вирішення.

Разом з тим, сучасна ситуація положення людини в стрімко мінливому світі в цілому, і керівника зокрема, про що говорилося вище, висуває на передній план ідею суб'єктного підходу. Мова йде про транспонування системи координат «суспільство-організація-особистість» в систему «особистість-організація-суспільство», що власне і передбачає суб'єктний підхід до дослідження особистості. Що стосується аналізу управлінської діяльності в сфері торгівлі - це означає розгляд того, яке місце здійснювана управлінська діяльність займає в житті керівника не тільки в даний момент (симультанний аналіз), а й у загальній стратегічній перспективі його життя. Власне здатність бути особистістю, виходить за рамки ситуації, бути реальним суб'єктом діяльності, особливо яскраво проявляє себе і може бути

зафіксована саме на рівні управлінської діяльності керівника [7, с. 55]. Суб'єкт діяльності при цьому - та ж особа, але в новій якості.

Тому найбільш адекватним підходом вивчення управлінської діяльності у сфері торгівлі на сучасному етапі є суб'єктно-діяльнісний підхід. Цей підхід радикально перетворює поняття діяльнісного підходу в наступних відносинах.

Суб'єкт здійснює:

- самоорганізацію своїх психічних і особистісних можливостей, здібностей;
- організований «час-простір», в якому зв'язуються, координуються його внутрішня (психічна, особистісна) активність і об'єктивна організація реальної діяльності, це його суб'єктний спосіб здійснення діяльності, відповідає внутрішнім і зовнішнім умовам;
- об'єктивно перетворює (у праці, професії) задані умови і вимоги діяльності для отримання об'єктивно оптимального і суб'єктивно задовольняючого результату»[1, с. 20].

Функціонування особистості як суб'єкта діяльності складається, по-перше, з природних, психічних, особистісних умов та інших складових цього функціонування (в число останніх входять здібності, мотиви, воля і т. п.). По-друге, із соціальних умов і вимог діяльності (нормативні та інші аспекти праці). І, нарешті, зі способів організації цієї діяльності самою людиною-діяльності як праці і як професії.

Треба відзначити, що робіт, які вивчають діяльність менеджера сфери торгівлі в сучасних умовах з позиції суб'єктно-діяльнісного підходу вкрай мало.

Застосування суб'єктно-діяльнісного підходу до вивчення діяльності сучасного менеджера торговельної сфери дає можливість розкрити її психологічну структуру, з одного боку, і виявити детермінанти і ефекти суб'єктної активності успішного менеджера, з іншого. Це допоможе в процесі професійної підготовки грамотно підібрати форми, методи і засоби навчання,

що дозволяють сформувати професіоналізм особистості управлінця сфери торгівлі, професійно мобільного, продуктивного.

Однією з важливих ланок психологічних особливостей управлінської діяльності є комунікативні навички.

Комунікація – це спосіб взаємодії особистості з оточуючим середовищем, завдяки якому вона має змогу засвоїти суспільні цінності, сформувати індивідуальний стиль діяльності і спілкування. Діяльність

дозволяє людині виробити власні способи досягнення мети, виробити власну життєву позицію. Основними характеристиками спілкування є процес взаємодії, обмін інформацією, потреба особистості у спілкуванні. Серед основних підходів вивчення комунікації у психологічній літературі варто відмітити наступні: діяльнісний О.М. Леонтьєва, суб'єктно-ціннісний, психоаналітичний, технократичний, міжкультурний. Кожний з цих підходів розглядає комунікацію як спосіб передачі інформації, який сприяє становленню особистості у суспільстві.

1.3. Результати досліджень психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери

Неможливо з точністю стверджувати, коли вперше стали застосовуватися дослідження в управлінні сферою торгівлі. Створення мануфактур в середині XVIII століття призвело до поділу праці. В результаті стався і поділ людей на дві великі групи - керуючі і керовані. Частина дослідників схильна до того, що аж до 1914 року не існувало поняття кадрове управління.

Однак, варто відзначити той факт, що ще в 1880 році на підприємстві «Baltimoreand Ohio Railroad», що є першим вантажопасажирським перевізником в США, був створений прообраз відділу кадрів.

До початку XX століття управління кадрами було частиною роботи керівника. Воно зводилося до найму працівників і обліку робочого часу.

Початок ХХ століття характеризується розвитком масового виробництва. На підприємствах зародилася тенденція до раціонального використання праці, що продиктувало необхідність наукового підходу до управління.

У 1915 році в Дортмундському коледжі був організований курс, присвячений управлінню персоналом. Однак, курс обмежувався лише економічною складовою і про соціально-психологічне управління мови в ньому не було. До 1920 року відділ кадрів одержав оформлений статус на підприємствах.

У 30-х роках підхід до управління перейшов в дещо іншу площину. В управлінську науку активно включилися соціологи і психологи. Вони вважали неспроможною теорію Ф. Тейлора. Фактично він прагнув «дегуманізувати роботу», ставлячись до працівників як до роботів, які не думають і здатні лише виконувати ретельно покладені на них завдання, розділені до рівня *ad in finitum* (нескінченної малості) [11, с. 17].

З цієї причини в теорії Тейлора не враховувалися соціально-психологічні аспекти управління.

Відправною точкою початку використання соціально-психологічного управління можна вважати 1923-1924 рр. У цей період американський соціолог і психолог Елтон Мейо проводив експеримент на текстильній фабриці у Філадельфії. Керівництво фабрики зіткнулося з ситуацією, коли плинність кадрів досягла близько 250%. Матеріальне стимулювання не давало результатів. Е. Мейо, детально проаналізувавши ситуацію, запропонував зробити дві 10-хвилинні перерви в роботі, протягом яких працівниці отримали можливість спілкування один з одним, тобто задоволення своїх соціальних потреб в комунікаціях [1, с. 145].

В результаті, плинність кадрів практично зникла. Це дослідження привело до посилення інтересу в області соціально-психологічного управління і дало поштовх до нових досліджень.

Пізніше, в 1927-1932 рр., Елтон Мейо провів відомі всім «Хоторнські експерименти» на заводі по виробництву телефонного обладнання «Вестерн

Електрик». Експерименти в Хоторні розкрили «золоту жилу» - підвищення продуктивності праці за рахунок уваги до психологічних особливостей працівника на протигагу обмеженим меркантильним стимулам «наукової системи вичавлювання поту» [14, с. 18].

Розвиток психології управління довів, що не меншу важливість становить ефективне використання кадрових ресурсів на рівні з експлуатацією обладнання.

Однак на той момент не існувало нормативно-правової бази в області кадрового управління. Однією з перших країн, яка прийняла нормативно-правові акти у цій сфері, є США. У 1935 році в США був прийнятий «Акт про соціальне страхування», в 1938 році «Акт про справедливість трудових стандартів». Роль цих законодавчих актів величезна. Вперше на законодавчому рівні було закріплено:

- поняття про мінімальну оплату праці;
- поняття про робочий день;
- поняття про понаднормову роботу;
- поняття про техніку безпеки праці.

50-60 роки ХХ століття характеризуються розвитком науки і техніки, яке не могло залишити поза увагою виробничу сферу. Впровадження нової техніки і технології призвело до появи і розвитку нових галузей виробництва. Всі ці фактори вплинули на кадри. Під впливом змін працівники сфери торгівлі стали більш грамотними і компетентними. Якщо в 20-і роки працівник розглядався як робоча сила, то в 50-ті роки почали більше застосовувати розумову працю працівників, ніж фізичну.

Ці чинники призвели до зміни взаємин в колективах. Однак консервативні позиції деяких керівників великих компаній, які не бажали змін, створювали перешкоди для впровадження нових ідей.

У 60-70-х роках починається розробка стандартів і нормативів праці в середині підприємств. В результаті надмірної орієнтованості менеджменту на

бюрократичний аспект у багатьох розвинених країнах відбувся спад торгівлі внаслідок падіння задоволеності працею.

У доповідях тих років було відзначено, що працівники втратили інтерес до праці в зв'язку надмірною переробкою, відсутністю техніки безпеки. Цей факт сильно стурбував менеджмент. Керівники стали застосовувати експериментальні системи мотивації і організації праці. Саме в цей період почалося активне використання соціально-психологічних методів.

Економічна криза 1973-1975 рр. стала переломним моментом. Криза показала, що старі методи управління в умовах нової реальності втратили свою ефективність і актуальність. Для адаптації до змін менеджмент прийняв відповідні заходи. Було визнано, що найважливішим є сама праця. Праця ж в свою чергу, створюється людьми. Керівниками була визнана важливість управління людськими ресурсами, яке тісно пов'язане з ефективністю організації сфери торгівлі.

Науковець, Брушлинський А.В, в галузі менеджменту сфери торгівлі виділяють основні етапи розвитку теорії управління:

- школа наукового управління (1885-1920 рр.) – її представники Ф. Тейлор, Ф. Гілберт, Л. Гілберт, Г. Гант, Г. Емерсон наочно і впевнено, на підставі висновку про необхідність відокремлення управлінських функцій від фактичного виконання роботи, довели, що управління – це особлива спеціальність, а наука про нього – це самостійна дисципліна; – адміністративна («класична») школа в управлінні (1920-1950) – її основоположник А. Файоль та його послідовники Л. Урвик, Д. Мук, Е. Реймс, О. Шелдон, Л. Аллен. Основними досягненнями цього етапу є: 1) розвиток принципів управління; 2) опис функцій управління; 3) систематизований підхід до управління всією організацією;

- школа «людських відносин» (1930-1950) – її представники американський соціолог Ельтон Мейо (доктрина «людських відносин») та американський педагог, консультант і соціолог Мері Паркер Фоллет, яка з 1924 року займалася теорією наукового менеджменту, довели, що поряд з

економічними та організаційними стимулами психологічні чинники (особистісні стосунки, мотивація, потреби, ставлення до працівників, врахування їх цілей і намірів) також сприяють ефективності управління;

- школа поведінкових наук (з 1950 р. – до нині) – її представники Р. Лайкерт, Д. МакГрегор, К. Аржирис, А. Маслоу, Ф. Херцберг, Р. Блей, Д. Моутон, Ф. Фидлер обґрунтували, що не тільки міжособистісні стосунки, але й мотивація, характер влади і авторитету, особливості лідерства, підтримування комунікацій, суб'єктивне сприйняття людиною своєї праці й місця в організації є потужними чинниками ефективного управління;

- школа «кількісних методів в управлінні» (з 1950 р. – до нині) – основні досягнення: 1) поглиблене розуміння складних управлінських проблем завдяки розробці і застосуванню моделей; 2) розвиток кількісних методів на допомогу керівникам, які приймають рішення в складних ситуаціях.

Методологія управління в сфері торгівлі не стоїть на місці, а розвивається в ногу з часом. В даний час поряд з прогресивними тенденціями можна спостерігати і регресивні процеси. Зокрема, скорочення витрат на персонал, призводить до скорочення штату. Прихильники такого підходу вважають, що такі методи дозволяють оптимізувати витрати і збільшити прибуток підприємства.

Однак, такий підхід має ряд негативних наслідків. По-перше, населення планети зростає, а скорочення робочих місць призведе до збільшення безробіття разом з усіма наслідками, що випливають звідси проблемами. По-друге, скорочення персоналу призведе до ще більшого трудового навантаження [15, с. 43].

В цілому, з викладеного випливає, що світова практика підтвердила той факт, що ефективне управління не може вичерпуватися лише командно-адміністративними та економічними методами. Соціально-психологічні методи управління були визнані ефективним інструментом управління виробництвом.

Висновок до 1 розділу

Отже, термін «управління» відображає суб'єкт-об'єктну і суб'єкт-суб'єктну взаємодію. Термін «управлінська діяльність» розуміємо цілеспрямовану, самоорганізовану, розвинену соціально-психологічну систему взаємопов'язаних структурних і функціональних компонентів, пов'язаних з вирішенням управлінських завдань, досягненням нових результатів відповідно до основної мети. Ці соціокультурні, політичні та економічні зміни в нашій країні призвели до необхідності заміни адміністративно-командної системи управління у торговельній сфері на гуманістичну. Суб'єкт-об'єктний підхід в управлінні і пріоритет здійснення виробничих функцій трансформується в суб'єкт-суб'єктне управління, при якому першочерговим завданням управління сферою торгівлі є здійснення соціально-психологічних функцій. В даний час немає єдиного підходу до вивчення діяльності управлінця торговельної сфери, що говорить про її складність.

Більшість існуючих підходів до вивчення управлінської діяльності сфери торгівлі спрямовані на аналіз об'єктивного «зовнішнього» змісту управлінської діяльності, а не «внутрішнього», як того вимагає дійсність. Специфіка діяльності сучасного управлінця торговельної сфери, чинного в ринкових умовах, призводить до необхідності вивчення управлінської діяльності через призму психологічного знання.

Нова парадигма управління обумовлює необхідність знову звернутися до вивчення змісту і особливостей управлінської діяльності, щоб зрозуміти які вимоги вона пред'являє до особистості сучасного управлінця. Використання суб'єктно-діяльнісного підходу до вивчення діяльності управлінця сфери торгівлі дозволить виявити сутність управлінської діяльності в сучасних умовах.

РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Відмінності психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери, на прикладі: підприємець, менеджер, бухгалтер, аудитор

Психологічні дослідження підприємництва отримали актуальності для вітчизняної науки порівняно нещодавно, у той час як у зарубіжній психології накопичено великий досвід досліджень з означеної проблематики. На сьогодні в літературі є декілька основних категорій, якими оперують дослідники: підприємець, підприємництво, підприємниць та діяльність, підприємницька активність.

Поняття підприємець найчастіше визначають шляхом опису головних рис як людини, індивіда або особливий тип особистості. Найчастіше, водночас із виникненням різних визначень підприємця, автори пропонують і типологію підприємців.

Вперше слово підприємець з'явилося в книзі "Есе про природу торгівлі взагалі" Р. Кантільона, який позначив підприємця як людину, що купує товари за визначеною, фіксованою ціною, не знаючи, за якою ціною вона зможе реалізувати цю продукцію. Р. Кантільон зазначає, що відмітною рисою особистості підприємця є ризик.

Також він виокремив такі типи підприємців: купці, ремісники, фермери, а також розбійники та особи з невизначеним заробітком. Для Р. Кантільона підприємець - це посередник, сполучна ланка ринку між виробниками та споживачами [34].

Аналогічну точку зору висловлює й А. Сміт, розглядаючи підприємця як власника або організатора економічного процесу, який іде на певний ризик заради отримання прибутку [75].

Менеджер організовує та координує, оцінює та стимулює діяльність персоналу з метою підвищення продуктивності та якості праці, економії

ресурсів, зростання конкурентоспроможності товарів, послуг, прибутку (доходу) та добробуту, задоволеності професією кожного працівника, вивчає попит та пропозицію на ринку, оновлює продукцію, розробляє бізнес-план та керує його реалізацією.

Менеджер забезпечує аналіз та рішення організаційно-технічних, соціально-психологічних, економічних питань в їх взаємозв'язку, регулює процеси прийому, підбору та професійно-кваліфікаційного зростання працівників, їх переміщення по вертикалі та горизонталі.

Зміст, особливості праці менеджерів певною мірою визначаються сферою та мірою різноманітності їх діяльності, економічним статусом підприємства (менеджер-власник, менеджер-найнятий робітник). Робочий день менеджерів чітко не нормований, часто виникають стресові ситуації, які вимагають ухвалення оперативних рішень, пов'язаних з ризиком.

Менеджерам необхідна виразна мова, хороша пам'ять, висока емоційно-вольова стійкість, розвинені комунікативні та організаторські здібності, готовність до розумного ризику. Вони повинні бути сміливими, рішучими, обов'язковими, самокритичними, терплячими, компетентними, мати почуття гумору та володіти емпатією.

Бухгалтери перевіряють отримані первинні документи за формою та змістом, у випадку відсутності на них обов'язкових реквізитів передають їх керівнику підрозділу (відділу, управління) бухгалтерського обліку для прийняття рішення.

Систематизують отримані первинні документи, переносять інформацію, відображену в цих документах, в потрібному аналітичному розрізі у відомості, виводять підсумки цифрової інформації в цих документах за її видами, напрямками та періодами.

На документах, дані яких включено бухгалтером до облікових реєстрів, зазначають номер відповідних облікових реєстрів та порядкові номери запису в них, готують проміжні розрахунки, потрібні для здійснення обліку господарських операцій, подає їх розгляд, готують дані та форми документів

для розрахункових операцій, вносить записи в журнали обліку бланків суворої звітності, цінних паперів. здійснюють реєстрацію документів бухгалтерського обліку, що надходять до підрозділу (відділу, управління), комплектують в хронологічному порядку документи після їх обробки, передають на зберігання, ведуть формування, систематизацію, зберігання справ у структурному підрозділі.

Існують певні вимоги до індивідуально-психологічних особливостей бухгалтерів: високий рівень математичних (рахункових) здібностей; здатність до аналізу, синтезу, узагальнення отриманої інформації; добрий розвиток концентрації, стійкості, переключення уваги; розвинуті мнемічні здібності, розвиток короткочасної та довготривалої пам'яті; здатність тривалий час займатися однотипним видом діяльності, схильність до роботи з документами та цифрами; висока стійкість; технічна підготовка, навички роботи на персональному комп'ютері; посидючість, терплячість; наполегливість; обов'язковість; відповідальність; чесність; акуратність; емоційно-психічна стійкість, здатність до самоконтролю; справедливість.

Професія аудитора вважається однією з найскладніших, з дуже високим рівнем відповідальності та ціною помилки. Для того, щоб бути хорошим аудитором, потрібно весь час вчитися та розвиватися.

Найголовніші якості для аудитора є чесність, професіоналізм, націленість на допомогу та в той же час незалежність та об'єктивність, комунікабельність, привабливість, різнобічний характер, можливість розширити кругозір під час проведення аудиторських перевірок на підприємствах різних видів діяльності, що розташовані в різних місцях територіально.

Діяльність ця цікава, на якій ніколи не буває нудно, яка час від часу вимагає проведення мозкових штурмів. В нашій країні - це переважно жіноча професія через те, що оплата праці менша, ніж зусилля, що витрачаються, та при такому підході чоловіки шукають більш спокійну та краще оплачувану роботу.

Аудиторами характерне високе інтелектуальне навантаження, майже не буває типових ситуацій, до багатьох замовлень необхідно застосовувати індивідуальний підхід та бути стресостійким.

Аудитори є експертами, думкою яких керуються інші люди під час прийняття рішень відносно діяльності підприємства, його ефективності. Аудитори допомагають бухгалтерам, директорам знайти помилки в діяльності підприємства та підказують, як ці помилки виправити.

Аудитори в процесі власної діяльності стикаються з різними цікавими людьми, проводять аудит підприємств різних видів діяльності (ІТ-компаній, сільгоспідприємств, фінансових, виробничих компаній) - все це дозволяє дізнатися багато нового.

Як бачимо із вищевикладеного, професії менеджера, бухгалтера, аудитора вимагають розвитку морально-етичних, вольових якостей, стресостійкості, комунікативності, організаторських здібностей.

Відмінність між даними професіями полягає в тому, що діяльність одних професій, для прикладу, підприємця, менеджера, аудитора відноситься до системи людина-людина, а професія бухгалтера до системи людина-техніка, людина-знакова система. Відповідно до даного факту, вони потребують розвитку різних психологічних властивостей та якостей.

2.2. Загальна схема організації дослідження

Метою роботи є дослідження психологічних особливостей управлінської діяльності фахівців торговельної сфери. Методика реалізації психологічного експерименту складається з чотирьох етапів.

Перший етап - констатуючий експеримент першого порядку, направлений на встановлення існуючих на момент експерименту характеристик та властивостей працівників які здійснюють управління у сфері торгівлі. Під час проведення експерименту досліджуваним було запропоновано відповісти на питання тестів та опитувальників.

Другий етап - формуючий експеримент, він здійснюється за допомогою тренінга, спеціально побудований на моделі розвиваючих та формуючих впливів на предмет дослідження. Експеримент може поєднувати в собі процедури різного характеру.

В дослідженні було розділено всю групу досліджуваних на дві групи («Людина-знакова система» і «Людина-людина»).

- Група «людина - знакова система» – професії, що пов'язані з умовними знаками, цифрами, природними чи штучні мовами, оформленням документів, діловодством, обробкою інформації у вигляді системи умовних знаків, схематических изображений об'єктів.

- Група «людина – людина» – це професії пов'язані з навчанням, вихованням, побутовим, торговим, медичним обслуговуванням, інформуванням людей, а також із управлінням та керівництвом людей чи колективів.

Третій етап - констатуючий експеримент, на даному етапі здійснюється контрольне дослідження, в якому беруть участь та сама група учасників; метою дослідження є отримання емпіричних показників предмета пізнання після проведеної процедури формуючих впливів.

В дослідженні було використано повторну діагностику з метою виявлення, в якій з двох груп, експериментальній чи контрольній відбулись зміни в комунікативних вміннях досліджуваних та покращилась якість обслуговування.

Четвертий етап - обробка та інтерпретація отриманих результатів, для цього застосовано методи кількісної та якісної обробки інформації, результати яких є еталоном порівняння для встановлення формуючого ефекту, який досягнутий в роботі.

Подальші результати дослідження піддаються відповідному аналізу та будуть застосовані для підтвердження або спростування сформульованої гіпотези.

У формуючому експерименті бере участь групи «Людина-знакова система» та «Людина-Людина», та для встановлення формуючого ефекту аналізуються показники психологічних властивостей кожного учасника до проведення формуючого впливу і після нього. Надалі результати дослідження піддаються відповідному аналізу та використовуються для встановлення або обґрунтування певних закономірностей розвитку психологічних властивостей особистості.

2.3. Обґрунтування методологічного інструментарію

Для проведення експериментального дослідження дипломної роботи нами було розроблено та обґрунтовано психодіагностичний інструментарій який складався з 3 методик.

Перша методика:

Тест «Ваша комунікативна установка»

Мета: виявити ознаки наявності у особистості негативної комунікативної установки та її рівень. Тест «Ваша комунікативна установка» складається із 25 суджень на які можна відповісти двома варіантами так чи ні.

Інструкція:

Прочитайте кожне з запропонованих нижче суджень і дайте відповідь так чи ні, виражаючи згоду чи незгоду з ними. Будьте уважні і щирі! Зафіксуйте свої відповіді. Для прикладу наведемо декілька суджень

Судження Так Ні

1. Мій принцип у відносинах з людьми: довіряй, але перевіряй.
2. Краще думати про людину погано і помилитися, ніж навпаки (думати добре і помилитися).
3. Високопоставлені посадові особи, як правило, ловкачі і хитруни.
4. Сучасна молодь розучилася відчувати глибоке почуття любові.
5. З роками я став більш потайливим, тому що часто доводилося розплачуватися за свою довірливість.

Тест дає змогу виявити ознаки негативної комунікативної установки.

1. Завуальована жорстокість максимальна кількість балів - 20.

У замаскованій, приглушеній чи непрямій формі судження особистості містять недобррозичливість, настороженість у відносинах з багатьма партнерами, негативні висновки про людей, небажання відгукуватись на їх проблеми. Подібні настрої несуть у собі негативну енергію.

2. Відкрита жорстокість максимальна кількість балів - 45.

Ви не приховуєте і не пом'якшуєте своїх негативних оцінок і переживань щодо людей, що вас оточують: висновки про них різкі, однозначні та зроблені, можливо, назавжди.

3. Обґрунтований негативізм максимальна кількість балів - 5.

Ви виражаєтесь в об'єктивно обумовлених негативних висновках про деякі типи людей і окремі сторони взаємодії: так як в житті мають місце прикрі явища, не зважати на які було б наївно. Від цього частка негативізму в установці до людей неминуча - не можна сприймати дійсність крізь рожеві окуляри.

4. Бурчання (максимальна кількість балів - 10), тобто схильність робити необґрунтовані узагальнення негативних фактів в області взаємин з партнерами в спостереженні за соціальною дійсністю.

5. Негативний досвід спілкування максимальна кількість балів - 20. Даний компонент установки показує, якою мірою вам пощастило в житті на найближче коло знайомих і партнерів із спільної діяльності.

Друга методика:

Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК) (Шапарь В.Б.)

Мета: виявити здатність особистості ефективно взаємодіяти з оточуючими людьми. Компетентність соціально-психологічна - здатність індивіда ефективно взаємодіяти з оточуючими людьми в системі міжособистісних стосунків.

Формується в ході засвоєння індивідом систем спілкування та включення в сумісну діяльність. В її складову входить:

1. Вміння орієнтуватися в соціальних ситуаціях.
2. Вміння правильно визначати особистісні особливості та емоційні стани інших людей.
3. Вміння обирати адекватні засоби спілкування з ними та реалізовувати їх в процесі взаємодії.

Особливу роль грає вміння поставити себе на місце іншого.

Дана методика призначена для отримання більш повного уявлення про особистість, складання ймовірного прогнозу успішності її діяльності як лідера.

Опитувальник включає в себе 100 тверджень, розташованих в циклічному порядку, для того, щоб забезпечити зручність підрахунків за допомогою трафарета. Для кожного питання передбачення три альтернативні відповіді. Методика розрахована на вивчення окремих особистісних факторів у осіб із середньою та вищою освітою.

В методиці присутня шкала брехні, якщо досліджуваний набрав по ній 12 балів, то його результати вважаються недостовірними.

Опишемо фактори, які містить дана методика.

Фактор А свідчить про відкритість чи замкненість в спілкуванні.

Фактор В свідчить про кмітливість уважність при спілкування чи навпаки про неуважність.

Фактор С свідчить про емоційну стійкість, зрілість, чи навпаки незрілість та нестійкість.

Фактор Д свідчить про веселий настрій, життєрадісність, чи навпаки тверезість, мовчазність, серйозність.

Фактор К свідчить про чутливість, прагнення до людей, чи навпаки покладання на себе, реалістичність, раціональність.

Фактор М свідчить про незалежність, орієнтованість на себе чи залежність від групи суспільної думки.

Фактор Н свідчить про вміння себе контролювати, підкорятися правилам чи навпаки імпульсивність, неорганізованість.

Для зручності наведемо приклад інструкції:

Вам пропонується перелік запитань та три варіанта відповідей на кожне з них (а, б, в).

Відповідати потрібно наступним чином:

Спочатку прочитайте запитання та варіанти відповідей на нього; Оберіть один із запропонованих варіантів відповідей, який відображає вашу думку, і поставте відповідну букву (а, б чи в) в клітинці на листку для відповідей.

Пам'ятайте наступні правила: Не витрачайте багато часу на розмірковування над відповідями; давайте ту відповідь, яка першою приходить до голови;

Старайтесь не використовувати проміжні відповіді типу не впевнений, дещо середнє.

Таких відповідей повинно бути якомога менше; Ні в якому випадку нічого не пропускайте. На кожне питання необхідно дати відповідь;

Відповідайте якомога більш щиро. Не потрібно прагнути справити хороше враження своїми відповідями, вони повинні відповідати дійсності.

А тепер, будь ласка, починайте роботу.

Свої відповіді в буквеній формі необхідно проставляти в бланку з відповідями поряд з номером питання в спеціальному бланку.

Третя методика:

Діагностика комунікативної толерантності (Бойко В.В.)

Мета: виявити рівень прояву толерантності в процесі спілкування.

Толерантність - відсутність чи ослаблене реагування на який-небудь несприятливий фактор в результаті зниження чутливості до його впливу. Наприклад, толерантність до тривоги проявляється в підвищенні порогу емоційного реагування на ситуацію, що загрожує, а зовнішньо - у витримці,

самовладанні, вмінні тривалий час витримувати несприятливі впливи без зниження адаптивних можливостей.

Інструкція

Вам надається можливість здійснити екскурс в різноманіття людський стосунків. З цією метою Вам пропонується оцінити себе в дев'яти запропонованих нескладних ситуаціях взаємодії з іншими людьми. При відповіді важлива перша реакція.

Пам'ятайте, що нема поганих чи хороших відповідей. Відповідати потрібно, довго не роздумуючи, не пропускаючи запитання. Свої відповіді слід проставляти в одній з чотирьох колонок.

Перевірте себе, наскільки ви здатні приймати чи не приймати індивідуальності людей, які вам зустрічаються.

Обробка та інтерпретація даних.

Отже, ви ознайомились с деякими поведінковими ознаками, які свідчать про низький рівень загальної комунікативної толерантності. Підрахувавши суму балів, отриманих за всіма ознаками, необхідно зробити висновок: чим більше балів, тим нижче рівень комунікативної толерантності. Максимальне число балів, яке можна отримати 135, свідчить про абсолютну нетерпимість до оточуючих, що навряд чи можливо для нормальної особистості.

Необхідно звернути увагу на те, за якими поведінковими ознаками з 9 вище запропонованих у досліджуваних більше балів (тут можливий інтервал від 0 до 15 балів). Чим більше балів за конкретною ознакою, тим менш людина терпляча до людей в даному аспекті стосунків з ними.

Навпаки, чим менше її оцінки за тією чи іншою поведінковою ознакою, тим вище рівень загальної комунікативної толерантності по даному аспекту стосунків з партнерами. Звісно, отримані дані дозволяють виділити лише основні тенденції, властиві взаємодії людини з оточенням.

В безпосередньому живому спілкуванні особистість проявляється яскравіше.

Висновки до 2 розділу

Професії менеджера, бухгалтера, аудитора вимагають розвитку морально-етичних, вольових якостей, стресостійкості, комунікативності, організаторських здібностей. Відмінність між даними професіями полягає в тому, що діяльність одних професій, для прикладу, підприємця, менеджера, аудитора відноситься до системи людина-людина, а професія бухгалтера до системи людина-техніка, людина-знакова система. Відповідно до даного факту, вони потребують розвитку різних психологічних властивостей та якостей.

Методика реалізації психологічного експерименту складається з чотирьох етапів. Перший етап - констатуючий експеримент першого порядку, направлений на встановлення існуючих на момент експерименту характеристик та властивостей працівників сфери торгівлі. Другий етап - формуючий експеримент, він здійснюється за допомогою спеціально побудованої експериментальної моделі розвиваючих та формуючих впливів на предмет дослідження. Третій етап - констатуючий експеримент, на даному етапі здійснюється контрольне дослідження, в якому беруть участь та сама група учасників; метою дослідження є отримання емпіричних показників предмета пізнання після проведеної процедури формуючих впливів. Четвертий етап - обробка та інтерпретація отриманих результатів, для цього застосовано методи кількісної та якісної обробки інформації, результати яких є еталоном порівняння для встановлення формуючого ефекту, який досягнутий в роботі.

В дослідженні використані наступні методи та методики:

1. Метод активного впливу на психіку - тренінг.
2. Тест «Ваша комунікативна установка».
3. Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК) (Шапарь В.Б.).
4. Діагностика комунікативної толерантності (Бойко В.В.)

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Аналіз отриманих результатів дослідження

Аналізуючи результати діагностики за тестом «Ваша комунікативна установка» зробити наступні узагальнення і подати їх у вигляді таблиці 3.1. Порівняння результатів за тестом на визначення комунікативної установки (середні показники по групі в %).

Таблиця 3.1

Порівняння результатів за тестом на визначення комунікативної установки (середні показники по групі в %)

Бар'єри у спілкуванні	Результати групи «людина-знакова система»		Результати групи «людина-людина»	
	до тренінгу	після тренінгу	I діагностика	II діагностика
Завуальована жорстокість	17	7	17	10
Відкрита жорстокість	28	19	27	27
Обґрунтований негативізм	4	3	3	4
Бурчання	6	2	8	6
Негативний досвід спілкування	19	1	15	15
Всього	74	32	70	62

Джерело: розроблено автором

Отже, помітно, що в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає відкрита жорстокість – 28%, після тренінгу знизився показник до 19%;

негативний досвід спілкування до тренінгу складав 19%, після тренінгу, проговоривши свої проблеми та вирішивши деякі з них показник знизився до 1%;

завуальована жорстокість до тренінгу складала 17%, а після нього – 7%, бурчання до тренінгу складало 6%, а після тренінгу – 2%;

обґрунтований негативізм до тренінгу складав 4%, а після тренінгу – 3%.

Отож, всі показники свідчать, що тренінг знизив прояви негативних комунікативних установок в групі «людина-знакова система».

В групі «людина-людина» в констатуючому експерименті першого порядку переважає відкрита жорстокість - 27%, і в констатуючому експерименті другого порядку відкрита жорстокість – 27%,

завуальована жорстокість – 17% і в констатуючому експерименті другого порядку -10%,

негативний досвід спілкування – 15% і в констатуючому експерименті другого порядку показник лишається таки самим – 15%;

бурчання складало 8%, а в констатуючому експерименті другого порядку - 6%,

обгрунтований негативізм – 3%, в констатуючому експерименті другого порядку зріс до 4%.

Отож, всі показники свідчать, що прояви негативних комунікативних установок в групі «людина-людина» майже не змінились.

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної соціальної компетентності можна зробити такі узагальнення і подати їх у зведену таблицю середніх показників за двома досліджуваними групами (табл. 3.2).

Отже, з таблиці 3.2. помітно, що в групі «людина-знакова система» до тренінгу за фактором відкритість / замкненість досліджувані по групі в середньому отримали 45%, а після тренінгу 67%;

за фактором уважність / неуважність в спілкуванні - 74% до тренінгу та 85% після тренінгу;

за фактором стійкість / нестійкість в спілкуванні -78% до тренінгу і 85% після тренінгу;

за фактором життєрадісність / поганий настрій до тренінгу – 84% і після тренінгу теж 84%,

Таблиця 3.2

Порівняння результатів за методикою діагностики комунікативної соціальної компетентності (середні показники по групі в %)

Фактори комунікативної соціальної компетентності	Результати групи «людина-знакова система»		Результати «людина-людина»	
	до тренінгу	після тренінгу	I діагностика	II діагностика
Відкритість / замкненість	45	67	38	42
Уважність / неуважність в спілкуванні	74	85	64	62
Стійкість / нестійкість в спілкуванні	78	85	74	74
Життєрадісність / поганий настрій	84	84	76	73
Прагнення до людей / покладання на себе	64	73	70	72
Контроль в спілкуванні / імпульсивність	68	76	65	62

Джерело: розроблено автором

за фактором прагнення до людей / покладання на себе до тренінгу 64%, а після тренінгу 73%,

за фактором контроль в спілкуванні / імпульсивність до тренінгу 68%, а після тренінгу – 76%.

Отож, всі показники свідчать, що тренінг змінив показники по факторам комунікативної соціальної компетентності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону.

Далі опишемо результати по групі «людина-людина». В групі «людина-людина» в констатуючому експерименті першого порядку за фактором відкритість / замкненість досліджувані по групі в середньому отримали 38%, а в констатуючому експерименті другого порядку 42%,

за фактором уважність / неуважність в спілкуванні в констатуючому експерименті першого порядку - 64% та 62% а в констатуючому експерименті другого порядку;

за фактором стійкість / нестійкість в спілкуванні в констатуючому експерименті першого порядку - 74% і 74% в констатуючому експерименті другого порядку; за фактором життєрадісність / поганий настрій в констатуючому експерименті першого порядку – 76% і в констатуючому експерименті другого порядку 73%,

за фактором прагнення до людей / покладання на себе в констатуючому експерименті першого порядку 70%, а в констатуючому експерименті другого порядку 72%,

за фактором контроль в спілкуванні / імпульсивність в констатуючому експерименті першого порядку 65%, а в констатуючому експерименті другого порядку – 72%.

Тож, всі показники свідчать, що по факторам комунікативної соціальної компетентності в групі «людина-людина» майже не змінились.

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної толерантності можна зробити такі узагальнення і подати їх у зведену таблицю середніх показників по двом досліджуваним групам (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Порівняння результатів за методикою діагностики комунікативної толерантності (середні показники по групі в %)

Рівень комунікативної толерантності	Результати групи «людина-знакова система»		Результати групи «людина-людина»	
	до тренінгу	після тренінгу	I діагностика	II діагностика
Високий	24%	38%	26%	24%
Середній	54%	60%	47%	50%
Низький	22%	12%	27%	26%

Джерело: розроблено автором

Отже, помітно, що в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає середній рівень комунікативної толерантності – 54% людей, після формуючого експерименту, а саме тренінгу цей показник зріс до 60%;

високий рівень комунікативної толерантності притаманний для 24% досліджуваних до тренінгу, а після нього цей показник зріс до 38%, низький рівень комунікативної толерантності складав 22%, а після тренінгу - 12%.

Отже, всі показники свідчать, що тренінг змінив рівні комунікативної толерантності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону.

В групі «людина-людина» в констатуючому експерименті першого порядку високий рівень комунікативної толерантності складав 26%, і в констатуючому експерименті другого порядку – 24%,

в констатуючому експерименті першого порядку середній рівень комунікативної толерантності складав 47%, і в констатуючому експерименті другого порядку – 50%,

в констатуючому експерименті першого порядку низький рівень комунікативної толерантності складав 27%, і в констатуючому експерименті другого порядку – 26% .

Отже, помітно, що в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає середній рівень комунікативної толерантності – 54% людей, після формуючого експерименту, а саме тренінгу цей показник зріс до 60%;

Отже, всі показники свідчать, що рівні комунікативної толерантності в групі «людина-людина» майже не змінились.

3.2. Розробка тренінгової програми «Підприємець, бухгалтер, менеджер, аудитор. Відмінності управлінської діяльності різних фахівців у торговельній сфері.»

Соціально-психологічний тренінг (СПТ) відносять до інтерактивних методів навчання. На відміну від традиційних форм навчання у тренінгу відбувається активне включення поведінкових моделей і йде взаємообмін

досвідом учасників групи. На сучасному етапі розвитку психологічної науки і практики для позначення різноманітних форм групової психологічної роботи використовується ряд різних термінів: групова психотерапія, групова психокорекція, групи досвіду, тренінгові групи, групи активного навчання, психологічні експериментальні групи і т. д.

Мета: Виявити відмінності управлінської діяльності різних фахівців в торговельній сфері. Розвинути комунікативні якості.

Цільова аудиторія : фахівці різних відділів на торговельній організації.

Кількість учасників : 18 осіб.

Вправа «Дерево мого "Я"»

Мета. Усвідомлення себе в системі професійного та особистісного спілкування;

усвідомлення професійних утруднень.

Час: 15-20 хв.

Хід вправи: Ведучий: «Давайте здійснемо екскурсію вглиб власного "Я".

Це "Я" можна зобразити у вигляді дерева з різними гілочками і коренями. Корені – це підгрунддя, на яке ви спираєтеся у вашому житті, в т.ч. професійному. Стовбур, гілки – це ваші професійно-особистісні якості, що ведуть вас по життю, в т.ч. педагогічному. Це основні ваші гідності, що допомагають вашому професійному зростанню. Вони можуть бути пишні, повні життя, а можуть засихати. Які причини можливого ураження вашого дерева? Вони зовнішні чи внутрішні?

Кульки омели, яка паразитує на дереві, дупла позначатимуть ті недоліки, які заважають вам у професійному зростанні. Якими вони будуть? Позначте їх у відповідних місцях дерева. Які зовнішні «процеси», «об'єкти» сприяють або перешкоджають вашому професійному становленню, включенню в професійну спільноту? Намалуйте їх. Чи є на вашому дереві плоди. Що вони позначають?».

Після індивідуальної роботи, учасники об'єднуються в групи:

1 – зображує узагальнений образ «Я - професіонал», вказуючи якості, об'єкти, які сприяють професійному становленню, самореалізації тощо.

2 – зображує узагальнений образ «Перешкоди становлення мого професійного Я», вказуючи якості, об'єкти, які перешкоджають професійному становленню, самореалізації тощо.

Вправа «Інтерв'ю»

Мета: знайомство з особливостями професійного становлення учасників тренінгу.

Час: 15-20 хв.

Матеріали: відсутні.

Хід вправи: Ведучий пропонує учасникам об'єднатися в пари. Один з учасників протягом 1 хв. бере інтерв'ю в іншого, задаючи питання, що стосуються його професійного становлення та ролі професії в його житті. За сигналом ведучого учасники обмінюються ролями. По закінченні проведення інтерв'ю обома учасниками, один з них стає за спиною в іншого та від імені учасника, який сидить, починає розповідати про нього. Потім учасники міняються місцями.

По закінченні проведення вправи проводиться обговорення.

Вправа «Мотиваційна складова в професійній діяльності».

Мета: В процесі проведення даної вправи вирішується завдання осмислення відмінностей в цілях професійної діяльності на початку кар'єри і в процесі накопичення професійного досвіду.

Час: 30 хв.

Обладнання: аркуші форматом А-4, фломастери (олівці).

Хід вправи: Ця вправа може проводитись в двох варіантах.

Перший варіант. Невеликий аркуш ділиться на три частини. Присутнім пропонується відповісти на запитання «Для чого ви працюєте?» з позиції минулого, теперішнього, майбутнього: початок професійної діяльності; в даний час; через 5 років.

Другий варіант. Намалювати три малюнки на тему: «Я працюю ... »:

початок професійної діяльності; в даний час; через 5 років.

Присутні діляться, в першу чергу, власними враженнями від своїх записів або малюнків. Важливо, щоб вони самі змогли побачити можливі відмінності в змісті, кольоровій гамі зображеного.

Вправа « Відмінність професійної діяльності »

Мета: В процесі проведення цієї вправи усвідомлюється відмінність управлінської діяльності різних фахівців у торговельній сфері.

Час: 30 хв.

Обладнання: ручка, зошит.

Хід вправи: Кожен з учасників за визначений час виписує на одному аркуші паперу 10 позитивних факторів своєї професійної діяльності, на іншому аркуші 10 негативних факторів обраної професії. Анонімно. Всі аркуші паперу змішуються. По черзі в хаотичному порядку кожен з учасників читає аркуш паперу і має можливість зрозуміти психологічний стан автору.

Командна вправа «Кельтське колесо»

Час: 60-90 хв.

За легендою давніх кельтів усі, люди поділяються на « сторони світу ». Люди з Півночі - це люди дії, лідери, які роблять справу, ідуть до мети будь-якими шляхами, не оглядаючись на засоби; їх мало цікавить атмосфера, що панує навколо.

Люди із Заходу - це люди розкладів, розрахунків, точності, дисципліни. Їх часто обвинувачують у нечутливості.

Люди зі Сходу - це люди творчості; у них багато ідей, але при цьому вони не займаються їх реалізацією.

Люди з Півдня забезпечують теплі відносини та комфорт у групі. Атмосфера в групі для них важливіше поставленої мети, руху вперед.

За легендою, для досягнення гармонії в кожній групі, а також у кожній людині повинні бути присутніми всі сторони світу, хоча якась і переважатиме. Це й являє собою замкнене кельтське колесо.

Члени групи розділяються на підгрупи за своєю схильністю до сторін світу. Якщо людина вагається, їй пропонують вибрати сторону світу, до якої вона відносить себе в даний момент.

Етапи групової роботи:

7-10 хвилин на підготовку. Кожна «сторона світу» представляє себе, робить рекламу своїх якостей.

Кожна група розповідає про негативні риси інших «частин світу» і вислуховує про свої.

Кожна група відповідає на запитання: чому вона не могла би обійтися без інших «сторін світу».

Група розглядає, як найкраще організувати поділ обов'язків між людьми відповідних «сторін світу» для вирішення загальних задач. Якщо в групі не виявляється якоїсь «сторони світу», то на виступах її роль бере на себе ведучий, а увага групи звертається на те, що через відсутність цієї сторони в групі виникнуть певні проблеми.

Наприкінці в групі запитують, яка ще «сторона світу», крім названої, у них домінує. Якщо в групі «випала» якась сторона (частіше за все Захід), людям, які назвали її як другу, пропонується виконувати її функцію для вирішення проблем у групі.

Вправа "Підприємець, бухгалтер, менеджер, аудитор"

Мета вправи: визначити напрям діяльності та основні обов'язки підприємця, бухгалтера, менеджера та аудитора.

Час виконання: 30 хв.

Метод: презентація в групах.

Опис проведення вправи

Учасники об'єднуються у 3 групи і на листах А1 зображують напрям діяльності та основні обов'язки підприємця, бухгалтера, менеджера або аудитора.

Обговорення. Які основні обов'язки бухгалтера? Чим відрізняється діяльність підприємця, бухгалтера, менеджера та аудитора?

ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ МЕНЕДЖЕРІВ

Вміння формувати ключові компетенції менеджерів на підприємстві може бути актуальним для нинішніх та майбутніх представників будь-якої ланки управління та різних за формою власності і структурою підприємств.

Загальна кількість – 16 годин.

Заняття відбуваються двічі на тиждень (залежно від зручності) – по 8 академічних годин в день.

Цільова аудиторія: практики, викладачі.

Мета: оволодіння слухачами методикою оцінювання, обґрунтування значимості та формування ключових компетенцій сучасних керівників, менеджерів та лідерів.

Завдання семінару-тренінгу:

- обґрунтувати актуальність, сутність та складові системи розвитку персоналу;
- обґрунтувати сутність і актуальність компетентісного підходу у в управлінні персоналом;
- обґрунтувати перелік ключових компетенцій сучасних керівників, що необхідні для прийняття стратегічних визначальних рішень;
- навчитися оцінювати компетентності менеджерів організацій різних сфер діяльності;
- обґрунтувати комплекс заходів щодо підвищення рівня компетентності менеджерів.

Очікувані результати семінару-тренінгу (набуті компетентності):

Учасники семінару отримають знання:

- про сутність та складові компетенцій та компетентності;
- про напрацювання сучасних науковців з проблеми;
- про інструменти оцінювання рівня компетентності менеджерів;
- про основні типи компетенцій;
- про сутність організаційних компетенцій та факторів, що впливають на їх формування

Учасники семінару-тренінгу оволодіють вміннями:

- здатність оцінювати рівень індивідуальних компетенцій;
- формувати модель компетенцій керівників підприємства у обраній сфері діяльності.

Теоретична і методична готовність слухачів до використання здобутих знань та вмінь в своїй практичній діяльності.

Таблиця 3.4

Емоційно-психологічна задоволеність слухачів семінаром-тренінгом.

№ п/п	Зміст діяльності	Кількість годин	Ресурсне забезпечення
	День 1		
1.	Презентація цільових орієнтирів семінару – тренінгу. Міні-лекція: Сутність та складові професійного розвитку персоналу.	0,5 0,5	Мультимедіапроектору; Навчальні посібники із розвитку персоналу.
2.	Формування бази знань «Нормативно-правове забезпечення професійного розвитку персоналу»	2	Інтернет, Нормативно-законодавчі збірники
	Знайомство учасників семінару протягом обідньої перерви.		
3.	Робота в групах: Апробація методик розвитку компетенцій менеджера	2	Роздаткові матеріали
4.	Тренінг особистісних якостей	2	Роздаткові матеріали, тестові методики
	Підведення підсумків 1-го дня		
	Всього протягом дня 1	8	
5.	Круглий стіл із запрошенням практиків до дискусії «Які якості менеджерів є більш вагомими сьогодні?»	2	Презентація, мультимедіапроектор

Продовження табл. 3.4

	Кава-брейк	0,5	
	Виконання вправи «Розробка моделі компетенцій менеджера»	2	
9.	Презентація результатів роботи над проектом	2,5	Презентаційні матеріали, мультимедіапроектор
10.	Підбиття підсумків семінару-тренінгу. Тестування.	1	Тести, оціночні аркуші
	Всього протягом дня 2	8	
	Разом	16	

Джерело: розроблено автором

БІЗНЕС-СИМУЛЯЦІЯ: ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Вам потрібен тренінг, якщо:

- Ви не знаєте, що таке управлінські рішення;
- Ви не знаєте, як приймати рішення в команді;
- Вам бажаєте дізнатись як приймати ефективні рішення на прикладі віртуального підприємства.

Цільова аудиторія: керівники підприємств, керівники підрозділів, менеджери середньої ланки.

Структура тренінгу:

1. Учасники розподіляються на команди (по 6-8 осіб кожна) і очолюють компанії.
2. Виходячи із умов, викладених в інструкції і звіту про економічні показники початкового кварталу учасники аналізують ситуацію на змодельованому ринку.
3. Відносно ситуації на ринку вони приймають рішення (відносно виробництва продукції, цін на неї, реклами, персоналу та ін.).
4. Рішення команд аналізуються за допомогою математичної моделі, і таким чином, стає зрозумілим, як економіка реагує на ці рішення.
5. Повідомлення учасникам гри про результати прийнятих ними

рішень і передача кожній команді її примірник комп'ютерних роздруківок.

б. З урахуванням результатів та інших змін (наприклад, ситуації на ринку) учасники ще раз оцінюють їх позицію на ринку та приймають відповідні рішення.

Таблиця 3.5

№ п/п	Зміст діяльності	Орієнтована тривалість вправ, год
1.	Знайомство з аудиторією	1
2.	Преведення тестування на визначення: лідерів, аналітиків і критиків Підведення підсумків	2
3.	Поділ на команди	1
4.	Вступ, пояснення правил	1
5.	Визначення назв компаній, розробка логотипу та слогана	4
6.	1-ий пробний/тестовий період, прийняття пішень (можливо, колективно)	2
7.	Результати 1-го тестового періоду, прийняття рішень відносно 2-го тестового періоду.	2
8.	Результат 2-го тестового періоду, аналіз результатів	2
9.	1-ий 2-ий періоди гри, аналіз результатів	4
10.	3-ий 4-ий періоди гри, аналіз результатів	4
11.	Результат четвертого періоду, закінчення	2
12.	Презентація своєї компанії та своїх рішень	5
13.	Оцінка результатів, визначення переможця	2
Всього		32год

Джерело: розроблено автором

Очікувані результати семінару-тренінгу (набуті компетентності):

- Усвідомлення принципів бізнесу;
- Планування і стратегія;
- Визначання інших складових управління компанією;
- Аналіз звітів;
- Робота в команді;
- Конкуренція.

Додаткова інформація:

Тривалість: 4 дні.

Робота в міні-групах (6-8 осіб), що забезпечить максимальний комфорт та продуктивність.

Вправа «Що для тебе важливе в роботі?»

Тривалість: 15 хвилин.

Цілі: вміння пов'язувати ієрархію власних життєвих цілей зі свідомим рішенням про започаткування діяльності.

Навчальні матеріали: матеріали до вправи – розмножені для кожного учня.

Методи:

- індивідуальна робота;
- аналіз результатів;
- дискусія.

Додаткові рекомендації: попереднє пригадування переваг і недоліків ведення власної справи.

Дії тренера:

1. Роздайте матеріал до вправи кожному учневі.
2. Попросіть, щоб кожний учень ознайомився з його змістом.
3. Зверніть увагу на те, що на попередніх заняттях ви говорили про схильності та мотивації підприємця.
4. Потім попросіть учнів виконати вправу.
5. Обговоріть вправу і поговоріть з учнями про те, які результати вони отримали. Чи є особи, які не віднайшли в собі мотивації до самостійної діяльності?

Поради для виконання вправи

Нижче перелічені різні цілі, які можна реалізувати в роботі. Уважно прочитайте їх та подумайте над тим, які з них Ви хотіли б реалізувати у своїй

роботі. Ці власні цілі обведи колом. Що більше цілей Ви закреслили, то більша ймовірність того, що створення власної фірми дозволить Вам їх реалізувати.

Якщо, натомість, більшість цілей здається Вам чужою, у роботі Ви, мабуть, шукаєте спокою, безпеки, стабільності, а тому власна справа не полегшить досягнення цих намірів.

Замислюючись над описаними у вправі цілями, Ви, напевно, відчували, що одні цілі є для Вас важливішими, інші – менш важливими. Зараз пронумеруйте цілі по порядку від найважливіших до найменш важливих (зробіть ієрархію цілей).

Поставтеся до цієї ієрархії власних цілей як до важливого висновку, який нижче зможете використати під час пошуку ідеї, що Ваша фірма могла би запропонувати клієнтам, чим вона могла б відрізнитися від фірм-конкурентів.

Висновки до 3 розділу

Аналізуючи результати діагностики за тестом Ваша комунікативна установка можна зробити наступні узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає відкрита жорстокість – 28%, після тренінгу знизився показник до 19%; негативний досвід спілкування до тренінгу складав 19%, після тренінгу, проговоривши свої проблеми і вирішивши деякі з них показник впав до 1%; завуальована жорстокість до тренінгу складала 17%, а після нього – 7%, бурчання до тренінгу складало 6%, а після тренінгу –2%; обґрунтований негативізм до тренінгу складав 4%, а після тренінгу - 3%. Отож, всі показники свідчать, що тренінг знизив прояви негативних комунікативних установок в групі «людина-знакова система».

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної соціальної компетентності можна зробити такі узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу за фактором відкритість / замкненість досліджувані по групі в середньому отримали 45%, а після тренінгу 67%; за фактором уважність / неуважність в спілкуванні - 74% до

тренінгу та 85% після тренінгу; за фактором стійкість / нестійкість в спілкуванні -78% до тренінгу і 85% після тренінгу; за фактором життєрадісність / поганий настрій до тренінгу – 84% і після тренінгу теж 84%, за фактором прагнення до людей / покладання на себе до тренінгу 64%, а після тренінгу 73%, за фактором контроль в спілкуванні / імпульсивність до тренінгу 68%, а після тренінгу – 76%.

Отже, всі показники свідчать, що тренінг змінив показники по факторам комунікативної соціальної компетентності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону. В групі «людина-людина» показники, що до фактору комунікативної соціальної компетентності, майже не змінилися.

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної толерантності можна зробити такі узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає середній рівень комунікативної толерантності - 54% людей, після формуючого експерименту, цей показник зріс до 60%; високий рівень комунікативної толерантності притаманний для 24% досліджуваних до тренінгу, а після нього цей показник зріс до 38%, низький рівень комунікативної толерантності складав 22%, а після тренінгу - 12%

Отже, всі показники свідчать, що тренінгова програма змінила рівні комунікативної толерантності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону. В групі «людина-людина» показники свідчать, що рівні комунікативної толерантності майже не змінилися.

ВИСНОВКИ

Отже, термін «управління» відображає суб'єкт-об'єктну і суб'єкт-суб'єктну взаємодію. Термін «управлінська діяльність» розуміємо цілеспрямовану, самоорганізовану, розвинену соціально-психологічну систему взаємопов'язаних структурних і функціональних компонентів, пов'язаних з вирішенням управлінських завдань, досягненням нових результатів відповідно до основної мети.

Ці соціокультурні, політичні та економічні зміни в нашій країні призвели до необхідності заміни адміністративно-командної системи управління у торговельній сфері на гуманістичну. Суб'єкт-об'єктний підхід в управлінні і пріоритет здійснення виробничих функцій трансформується в суб'єкт-суб'єктне управління, при якому першочерговим завданням управління сферою торгівлі є здійснення соціально-психологічних функцій.

В даний час немає єдиного підходу до вивчення діяльності управлінця торговельної сфери, що говорить про її складність. Більшість існуючих підходів до вивчення управлінської діяльності сфери торгівлі спрямовані на аналіз об'єктивного «зовнішнього» змісту управлінської діяльності, а не «внутрішнього», як того вимагає дійсність.

Специфіка діяльності сучасного управлінця торговельної сфери, чинного в ринкових умовах, призводить до необхідності вивчення управлінської діяльності через призму психологічного знання. Нова парадигма управління обумовлює необхідність знову звернутися до вивчення змісту і особливостей управлінської діяльності, щоб зрозуміти які вимоги вона пред'являє до особистості сучасного управлінця.

Використання суб'єктно-діяльнісного підходу до вивчення діяльності управлінця сфери торгівлі дозволить виявити сутність управлінської діяльності в сучасних умовах.

Професії менеджера, бухгалтера, аудитора вимагають розвитку морально-етичних, волевих якостей, стресостійкості, комунікативності, організаторських здібностей. Відмінність між даними професіями полягає в тому, що діяльність одних професій, для прикладу, підприємця, менеджера, аудитора відноситься до системи людина-людина, а професія бухгалтера до системи людина-техніка, людина-знакова система. Відповідно до даного факту, вони потребують розвитку різних психологічних властивостей та якостей.

Методика реалізації психологічного експерименту складається з чотирьох етапів. Перший етап – констатуючий експеримент першого порядку, направлений на встановлення існуючих на момент експерименту характеристик та властивостей працівників сфери торгівлі.

Другий етап – формуючий експеримент, він здійснюється за допомогою спеціально побудованої експериментальної моделі розвиваючих та формуючих впливів на предмет дослідження.

Третій етап – констатуючий експеримент, на даному етапі здійснюється контрольне дослідження, в якому беруть участь та сама група учасників; метою дослідження є отримання емпіричних показників предмета пізнання після проведеної процедури формуючих впливів.

Четвертий етап – обробка та інтерпретація отриманих результатів, для цього застосовано методи кількісної та якісної обробки інформації, результати яких є еталоном порівняння для встановлення формуючого ефекту, який досягнутий в роботі.

В дослідженні використані наступні Методи та методики:

1. Метод активного впливу на психіку - тренінг.
2. Тест «Ваша комунікативна установка».
3. Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК) (Шапарь В.Б.).
4. Діагностика комунікативної толерантності (Бойко В.В.).

Аналізуючи результати діагностики за тестом Ваша комунікативна установка можна зробити наступні узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає відкрита жорстокість – 28%, після тренінгу знизився показник до 19%; негативний досвід спілкування до тренінгу складав 19%, після тренінгу, проговоривши свої проблеми і вирішивши деякі з них показник впав до 1%; завуальована жорстокість до тренінгу складала 17%, а після нього – 7%, бурчання до тренінгу складало 6%, а після тренінгу – 2%; обґрунтований негативізм до тренінгу складав 4%, а після тренінгу – 3%. Отож, всі показники свідчать, що тренінг знизив прояви негативних комунікативних установок в групі «людина-знакова система».

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної соціальної компетентності можна зробити такі узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу за фактором відкритість / замкненість досліджувані по групі в середньому отримали 45%, а після тренінгу 67%; за фактором уважність / неуважність в спілкуванні – 74% до тренінгу та 85% після тренінгу; за фактором стійкість / нестійкість в спілкуванні – 78% до тренінгу і 85% після тренінгу; за фактором життєрадісність / поганий настрій до тренінгу – 84% і після тренінгу теж 84%, за фактором прагнення до людей / покладання на себе до тренінгу 64%, а після тренінгу 73%, за фактором контроль в спілкуванні / імпульсивність до тренінгу 68%, а після тренінгу – 76%.

Отож, всі показники свідчать, що тренінг змінив показники по факторам комунікативної соціальної компетентності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону. В групі «людина-людина» показники, що до фактору комунікативної соціальної компетентності, майже не змінилися.

Аналізуючи результати діагностичного дослідження за методикою діагностики комунікативної толерантності можна зробити такі узагальнення: в групі «людина-знакова система» до тренінгу переважає середній рівень комунікативної толерантності – 54% людей, після

формуючого експерименту, цей показник зріс до 60%; високий рівень комунікативної толерантності притаманний для 24% досліджуваних до тренінгу, а після нього цей показник зріс до 38%, низький рівень комунікативної толерантності складав 22%, а після тренінгу - 12%

Отже, всі показники свідчать, що тренінгова програма змінила рівні комунікативної толерантності в групі «людина-знакова система» в позитивну сторону. В групі «людина-людина» показники свідчать, що рівні комунікативної толерантності майже не змінилися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеев А.І. Підприємництво: проблеми власності та культури., 200- . – 112 с.
2. Акперов І.Г. Маслікова Ж.В. Психологія підприємництва : : Фінанси та статистика, 2003. – 544 с.
3. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/info/3226>.
4. Андрущенко В.П. Сучасна соціальна філософія : курс лекцій / Андрущенко В.П., Михальченко М.І. – 2-е вид., випр. і доп. – К.: Генеза, 1996. – 368 с.
5. Антоненко І.В. Личностный аспект деятельности предпринимателя : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13., 1995. – 19 с.
6. Асаул А.Н. Організація підприємницької діяльності, 2009. – С. 27.
7. Атаев А. Управленческая деятельность: практика и резервы организации / А. Атаев. – М.: Экономика, 1978. – 252 с.
8. Баженов Ю.К., Веснин В.Р. Предпринимательство: попытка осмысления с современных позиций. Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 11. – С. 1557-1566.
9. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитания. Київ. 2012. – 421 с.
10. Беспмятных Е. В. Исследование личностного смысла предпринимательской деятельности человека как субъекта рыночных отношений: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / , 2004. – 24 с.
11. Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зінченко. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2005. – 672 с.
12. Бондаренко О. В., Зоря О. П. Ментальний вимір підприємницької активності: теоретико-методологічні засади дослідження. Гілея (науковий вісник) : зб. наук. пр. Вип. 35. Київ, 2010. – С. 328-336.

13. Брушлинский А.В. Проблема субъекта в психологической науке. Психологический журнал. 1991. Т. 12. № 6. С. 3–11.
14. Васянович Г.П. Вступ до філософії : навч. посіб. / Г.П. Васянович. – Львів: Норма, 2001. – 216 с.
15. Вачков И.В. Психология тренинговой работы: Змістовні, організаційні та методологічні аспекти вдення тренінгової групи. вид. Ескмо. 2007. – 416 с.
16. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения. Москва : Прогресс, 1990. С.44–72. – 189 с.
17. Власов П. К. Партнерское общение. Тренинг. Игры и упражнения. Методические материалы для ведущего. Харьков: изд. Гуманитарный Центр. 2014. – 172 с.
18. Геращенко І.О. Етика підприємницької діяльності. Вісник НТУ «ХП». 2015. № 59 (1168). – С. 61-65.
19. Гинс Г.К. Предприниматель. Москва. Посев, 1992. – 225 с.
20. Гнускіна Г. В Психологічні чинники професійного вигорання у підприємців: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10 / Національна академія педагогічних наук України Інститут психології імені Г. С. Костюка. Київ, 2016. – 242 с.
21. Гнускіна Г. В. Професійне вигорання у підприємців: зв'язок між рівнем вираженості та чинниками мезорівня. Актуальні проблеми психології. 2014. Т. 1, Вип. 41. – С. 122–125. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsu_h_2014_1_41_25.
22. Гнускіна Г. В. Зміст та особливості проведення тренінгу «Профілактика та подолання професійного вигорання у підприємців». Актуальні проблеми психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Київ. 2016. Т. 1. Ч. 44. – С. 10-15.

23. Горак Г.І. Філософія : курс лекцій / Г.І. Горак. – К.: Відбір, 1998. – 272 с.
24. Гусев А. Н., Измайлов Ч.А., Михалевская М.Б. Измерение в психологии: общий психологический практикум. : Смысл. 1998. – 286 с.
25. Динаміка малого підприємництва у 2005-2013 роках. URL: <http://chr.com.ua/all-news/item/23822-dinamika-malogo-pidpriemnitstva-u2005-2013-rokah>.
26. Друкер П.Ф. Ринок: як вийти у лідери. Практика та принципи. Одеса, 2013. – 352 с.
27. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 1 (64). – С. 54-58.
28. Дядін А.С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2017. Вип. 1 (25). – С. 62-72.
29. Ермолаева Е.П. Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. изд. «Академия». 1996. – 76 с.
30. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства . Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004. – 296 с.
31. Задорожнюк И.Е., Зозулюк А.В. Феномен риска и его современные экономико-психологические интерпретации. Психологический журнал. 1994. Т. 15. № 2. – С. 26-37.
32. Загальна психологія : підруч. для студ. вищ. навч. закладів / С.Д. Максименко, В.О. Зайчук, В.В. Клименко, В.О. Соловієнко; за заг. ред. акад. С.Д. Максименка. – К.: Форум, 2000. – 543 с.
33. Зомбарт. В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Изд. Терра. 2009. – 576с.

34. Кантильон Р. Эссе о природе торговли в общем плане. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков / отв. ред. Г. Г. Фетисов. : Мысль, 2004. – С. 260-278.
35. Капранова Л. Г. Сучасний стан підприємництва в Україні. Reporter of the Priazovskyi State Technical University Section: Economic sciences. 2016. Issue 31, Volume 1. – P. 315–325.
36. Карпов А.В. Психология менеджмента : учеб. пособ. / А.В. Карпов. – М.: Гардарики, 2000. – 584 с.
37. Карамушка Л.М., Москальов М.В. Психологічні умови підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації. : моногр. Київ : «Просвіта», 2011. – 200 с.
38. Карамушка Л.М., Худякова Н.Ю. Мотивація підприємницької діяльності : моногр. Київ - Львів : Сполом, 2011. – 208 с.
39. Карлоф Б. Ділова стратегія (концепія, зміст, символи). Київ, 2011. – 239 с.
40. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку. Економіка та держава : серія економічна наука. № 6/2015. – С. 103-106.
41. Климова Е.К. Психологические критерии успешности предпринимательской деятельности: дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.13., 2004. – 185 с.
42. Кодекс № 436-IV (436-15) від 16.01.2003. Відомості Верховної Ради України, 2003. №№ 18. 19-20, 21-22. ст. 144.
43. Корнев М.Н., Коваленко А.Б. Соціальна психологія. Київ, 1995. – 304 с.
44. Корнилова Т.В., Булыгина В.Г., Корнилов А.П. Личностные предпосылки успешности деятельности брокера. Психологический журнал. 1993. Т. 14. № 1. – С. 90-99.

45. Красилова Ю.В. Досвід психологічного забезпечення діяльності малого підприємництва. Проблеми загальної та педагогічної психології. Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2002. Том IV. ч. 3. – С. 15-16.
46. Красилова Ю.В. Психологічні чинники підприємницької активності особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. 16 с.
47. Креденцер О.В. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торговельного бізнесу : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Київ, 2009. – 20 с.
48. Лактіонов О.М. Структурно-динамічна організація індивідуального досвіду : автореф. дис. ... докт. психол. наук : 19.00.01. Харків, 2000. – 20 с.
49. Лактионов А.Н. Координаты индивидуального опыта. Харьков : Бизнес Информ, 1998. – 492 с.
50. Леонтьев Д. А. От социальных ценностей к личностным : социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья первая). Вестник ун-та. Сер. 14. Психология. 1996. – С. 35-44.
51. Лоза А. С. Підприємницька активність за умов суспільної трансформації (на прикладі малого бізнесу) : автореф. дис.... канд. соціолог. наук : 22.00.04 / Харківський національний університет внутрішніх справ. Харків, 2009. – 19 с.
52. Лоза А.С., Пачковський Ю.Ф. Інституціональні проблеми розвитку підприємницької активності в Україні (за результатами експертного опитування). Український соціум. 2007. – С. 105-113.
53. Лоза А.С. Ціннісно-мотиваційний аспект аналізу підприємницької діяльності. Вісник Львівського університету. Серія економіка. Львів. Видавничий центр Львівського національного університету ім. Ів. Франка, 2001. Вип. 30. – С. 630-633.

54. Максименко С.Д. Генезис существования личности. Киев : Изд-во ООО «КММ», 2006. – 240 с.
55. Максименко С.Д. Генетическая психология (методологическая рефлексия проблем развития в психологии). Москва: Рефл-бук; Киев : Ваклер, 2000. – 320 с.
56. Максименко С.Д. Економічна психологія і практика господарювання. Політика і час. 1992. № 3. – С. 74-94.
57. Максименко С.Д. Психологія підприємницької діяльності. Філософська і соціологічна думка. 1993. № 5. – С. 15-21.
58. Модель И.М., Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя. СОЦИС. 1997. № 10. – С. 10-15.
59. Москвичев С.Г. Мотивация, деятельность и управление : монографія / С.Г. Москвичев – Киев-Сан-Франциско, 2003. – 492 с.
60. Мусаэлян И.Э. Сливницкий Ю.О. Психология предпринимательства новая область отечественной психологической науки. Вестник . Унта.Сер.14. Психология. 1995. № 1 – С. 3-8.
61. Некрасова И.Н. Образ жизни как конструкт системных исследований в психологии. Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2013. № 4. – С. 127-129.
62. Некрасова І.Н. Підходи до діагностики способу життя людини. Психологія і суспільство. 2010. Т. 1.. № 4 (42). – С. 65-71.
63. Петровская Л.А. Общение-компетентность-тренинг: избранные труды. изд. Смысл. 2007. – 387с.
64. Пилипенко В., Шевель І. Соціологія підприємництва. Київ : Стилос, 1997. – 104 с.
65. Пономарев О. Б. Системная теория предпринимательства : моногр., 2014. – 181с.
66. Практическая психодиагностика. Методики и тесты : Изд. Дом «Бахрах – М», 2001. – 672 с.

67. Пригожин А.И. Проблема субъекта – в центре процесса приватизации. Социологические исследования. 1992. № 4. – С. 22–32.
68. Психогимнастика в тренинге / ред. Н. Ю. Хрящева. 2001. – 250 с.
69. Психологічний словник / за ред. В.І. Войтка. – К.: Вища шк., 1982. – 216 с.
70. Пурижова Л. В. Методологічні підходи до вивчення соціальнопсихологічних аспектів підприємницької активності. Вісник Балтійського університета ім. І. Канта. Серія: Гуманітарні та громадянські науки. 2015. №3. – 194 с.
71. Рошин С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология. Психологический журнал. 1995. Т. 14. № 1. – С. 31–42.
72. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Москва, 1990. – 296 с.
73. Сметанова Ю.В. Когнитивные стратегии «традиционных» и «инновационных» предпринимателей: постановка проблемы исследования. Сибирский психологический журнал. 2014. № 51. – С. 156-162.
74. Смит А. Дослідження про природу та причини заможності народів.: Эксмо. 2019. – 1056 с.
75. Собчик Т.Н. Психология индивидуальности. Теория і практика психодіагностики.: Изд. «Речь». 2005. – 624 с.
76. Спенсер С., Спенсер Л. Компетенція на роботі. Київ : 2005. – 384 с.
77. Татенко В.А. Психология в субъектном измерении: моногр. Киев : Издавничий центр Москва.: изд. Центр Академия. 2001. – 600 с.
78. Сухов А.Н., Бодалев А.А., Казанцев В.Н. и др. Социальная психология. центр «Просвіта», 1996. – 404 с.
79. Суходольский Г.В. Основы психологической теории деятельности / Г.В. Суходольский. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1988. – 167 с.

80. Терстоун Л.Л. Психофізичний аналіз. Проблеми і методи психофізики / ред. А.Г. Асмолова, М.Б. Михалевской.: 1999. – С. 14-15.
81. Третьяченко В.В. Колективні суб'єкти управління: формування, розвиток та психологічна підготовка. Київ : Стилос, 1997. – 585 с.
82. Урбанович А.А. Психология управления : учеб. пособ. / А.А. Урбанович. – Мн.: Харвест, 2001. – 640 с.
83. Фанталова Е.Б. Исследование уровней рассогласования в мотивационной сфере у больных с психосоматическими заболеваниями. Психологический журнал. 1992. Т.13. № 1. – С. 107-117.
84. Хизрич Р., Питерс М. Підприємництво, або як почати свою справу та дійти успіху. : Прогресс, 2010. Вып. 1. – 158 с.
85. Худякова Н.Ю. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Київ, 2008. – 20 с.
86. Чернявская Т.П., Висковатова Т.П. Коммуникация в бизнесе: психологическая теория и практика : учеб.-метод. пособ. Одесса : ОНУ, 2013. – 258 с.
87. Чернявская Т.П. Личностные особенности собственников и несобственников бизнеса: гендерный аспект. Наука і освіта. Південний науковий центр НАПН України. Одеса. № 4/СХІV. червень, 2013. – С. 29–33.
88. Чернявская Т.П. Личность в бизнесе : учеб.-метод. пособ. Донецк : Донбасс, 2013. – 40 с.
89. Чернявская Т.П. Профессиональное самоопределение в бизнесе : учеб.- метод. пособ. Донецк : Донбасс, 2013. – 42 с.
90. Чернявская Т.П. Психология успешности личности в бизнесе : моногр. Одесса : Астропринт, 2010. – 288 с.
91. Чернявская Т.П. Психологічні чинники управління ризиками у бізнесі. Вісник Одеського національного університету. Серія Психологія. Том 21. Випуск 2 (40). Одеса, 2016. – С. 177-185.

92. Чирикова А.Е. Психологічні особливості особистості підприємця. Психологічний журнал. 1998. Т. 149. № 1. – С. 62-74.
93. Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. Изд-во «Институт психологии РАН», 1996. – 94 с.
94. Швалб Ю.М. Про співвідношення категорій «життєвий шлях» та «спосіб життя» особистості. Актуальні проблеми психології. 2015. Т. 7. Вип. 24. – С. 274-283
95. Шумпетер Й. Історія економічного аналізу. : Екон. Шк., 2001. – 494 с.
96. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку. : Директмедиа Паблішинг, 2008. – 400 с.
97. Юдин Э.Г. Системний підхід і принцип діяльності / Э.Г. Юдин. – М.: Наука, 1978. – 392 с.