

## **ФЕНОМЕН АГРЕСИВНОСТІ В КОНТЕКСТІ УСПІШНОСТІ СУБ'ЄКТА В БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ**

**Чернявська Т. П.**

*Одеський державний економічний університет*

У статті розглядається агресивність як стан емоційного збудження та її конструктивні і деструктивні вияви в бізнес-діяльності. Представлені результати емпіричного дослідження реактивної і спонтанної агресивності вітчизняних бізнесменів з урахуванням рівня їхньої успішності і гендерних відмінностей. Накреслені шляхи розроблення методів і засобів управління агресивністю для досягнення успішності в бізнес-діяльності.

Ключові слова: агресивність (конструктивна, деструктивна, реактивна, спонтанна), управління агресивністю, успішність у бізнес-діяльності.

В статье рассматривается агрессивность как состояние эмоционального возбуждения и ее конструктивные и деструктивные проявления в бизнес-деятельности. Представлены результаты эмпирического исследования реактивной и спонтанной агрессивности отечественных бизнесменов с учетом уровня их успешности и гендерных различий. Намечены пути разработки методов и средств управления агрессивностью для достижения успешности в бизнес-деятельности.

Ключевые слова: агрессивность (конструктивная, деструктивная, реактивная, спонтанная), управление агрессивностью, успешность в бизнес-деятельности.

In the article aggressiveness is examined as consisting of emotional excitation and its structural and destructive displays is of business activity. The results of empiric research of reactive and spontaneous aggressiveness of domestic businessmen are presented taking into account the level of their success and gender distinctions. The ways of development of methods and facilities of management aggressiveness are set for achievement of success in business activity.

Keywords: aggressiveness (structural, destructive, reactive, spontaneous), management, success in business activity, aggressiveness.

Сучасний вітчизняний бізнес, пронизаний форс-мажорами, або надзвичайними обставинами, глобальної фінансової кризи, посилює вимоги не тільки до професійних, але і до психологічних якостей сучасних вітчизняних бізнесменів. До екстремальних бізнес-умов, які збільшують напруженість бізнес-діяльності, можна віднести: відсутність кредитування і постійну загрозу необхідності погашення кредитів; зміни курсів валют, які можуть виявитися смертельними для малого та середнього бізнесу; загострення конкуренції, прискорення змін бізнес-середовища, високу "ціну" і відповідальність за ухвалені рішення, виконання дій в умовах дефіциту часу та інформації; різке скорочення персоналу організацій, що приводить до необхідності поєднання безлічі функцій, які раніше виконували багато фахівців. Для досягнення поставлених цілей і ефективного виконання професійних завдань в екстремальних умовах бізнесу його суб'єктам необхідно оптимально та адекватно виявляти специфічний емоційно-збуджений стан конструктивної агресивності щодо конкретної ситуації.

До виявів агресивності, які сприяють успішності в бізнес-діяльності, можна віднести такі: прагнення боротися і перемагати (досягати великих прибутків, які і є символом успіху), активний пошук "того самого виграшного варіанта", готовність до прорахованого ризику, прагнення до домінування над людьми для ведення їх до досягнення мети організації, схильність до розв'язання проблем силовими методами, ухвалення несподіваних (таких, що шокують) рішень, жорсткий стиль ведення переговорів, агресивна реклама та PR (щоб зацікавити, викликати здивування) та ін.

Бізнес-діяльність, з одного боку, є успішною завдяки лідерським якостям її суб'єктів і формує, розвиває ці самі якості, з другого боку, сприяє утворенню професійних деформацій – якостей, що деструктивно впливають на професійну бізнес-діяльність і бізнес-поведінку.

Деструктивна агресивність бізнесменів виявляється у відсутності прагнення враховувати почуття, права та інтереси інших учасників бізнесу; в упередженому ставленні до ініціатив творчих і незалежних працівників; схильності до заниження оцінок та прихильності до “каральних” дій, до вимоги беззастережного підпорядкування. В управлінській діяльності необхідна вимогливість і неминуче примушення, проте вимогливість необхідна передусім до себе і до здібностей учасників бізнесу, а примушення має спрямовуватися на досягнення результату.

Агресивність виявляється також в іронії, насмішках, навішуванні ярликів, образливих зауваженнях, агресивній мові, ненормативній поведінці, ризикованій їзді на автомобілі, заняттях екстремальними видами спорту, екстремальних захопленнях тощо.

Отже, постійне ускладнення та екстремальність бізнес-умов, роблять проблему емпіричного дослідження агресивності вітчизняних бізнесменів і розроблення методів та засобів управління нею особливо актуальною.

Теоретичну і методологічну базу нашого емпіричного дослідження становлять загальнопсихологічні теорії розвитку особистості та її професійного самовизначення (Є. О. Клімов [7], Р. С. Немов [9], Г. Сельє [10], Б. М. Теплов [11]); загальні теорії професійного відбору і професійної успішності (В. О. Бодров [1], В. П. Зінченко [4]); психологічні підходи до проблеми діяльності людини в екстремальних умовах (В. О. Бодров [1], В. І. Лебедев [8]); дослідження психофізіологічних і психологічних станів людини (К. Ізард [5], Є. П. Ільїн [6]); психологічне забезпечення бізнесу, дослідження ділової активності підприємців (О. В. Данчева [13], А. Л. Журавльов [3], В. П. Поздняков [3], Ю. М. Швалб [13]).

Щодо комплексних емпіричних досліджень особливостей успішної професійної діяльності вітчизняних бізнесменів, то вони відсутні зовсім. Водночас практика діяльності кадрових і психологічних служб висуває на перший план необхідність розроблення психологічних критеріїв професійного відбору топ-менеджерів, менеджерів середньої ланки, менеджерів продажів та інших суб'єктів бізнес-діяльності, а також розроблення психологічного інструментарію управління агресивністю бізнесменів у контексті їх бізнес-успішності.

Мета дослідження – вивчення психологічних особливостей вияву агресивності в бізнес-діяльності – визначила такі завдання:

- проаналізувати наукові дані про успішність особистості у професійній діяльності в екстремальних умовах, виділити її психологічні чинники;
- провести дослідження реактивної і спонтанної агресивності в суб'єктів бізнес-діяльності з урахуванням рівня їх успішності і гендерних відмінностей;
- розробити психологічний інструментарій для діагностики, профілактики професійних деформацій і індивідуальних стратегій їх подолання;
- розробити психологічні засоби управління агресивністю в бізнес-діяльності.

Бізнес-діяльність здійснюється за жорсткого дефіциту часу для ухвалення відповідальних рішень в умовах недостатності інформації з максимальним психічним навантаженням, готовності до негайних і організованих дій у надзвичайно швидкому темпі, що пред'являє підвищені вимоги до психологічних якостей бізнесменів. Природна робоча напруга приводить до формування звичайних станів: мобілізації, емоційного збудження, компенсованого стомлення та ін. Існує і менш помітна зовні, але дуже істотна для психологічного здоров'я особистості тенденція щодо зміни індивідуально-психологічних властивостей і якостей характеру в результаті переживання тих або інших станів. Надмірне збудження, роздратування, гнів, тривожність, страх, апатичність, підвищена виснаженість нерідко виникають як наслідок дії різного роду “перенавантажень”.

Початкове значення поняття “агресивність” – вияв агресії, схильність діяти ворожо, агресивно”. Інші значення, які наводить А. Ребер, – “самоствердження; схильність працювати енергійно і, можливо, безжально для досягнення поставлених цілей”, а також “прагнення до соціального домінування, контролю над діями і переконаннями інших членів групи”. Автор звертає увагу на те, що “залежно від того, в якому зі значень використовується термін, він може набувати позитивного або негативного забарвлення” [16, с. 21].

Термін “агресивний” використовується зі всіма різними відтінками значень і нюансами, привнесеними різними теоріями, властивими терміну “агресія”. Наприклад, у медицині, де фраза “агресивний метод лікування” означає “використання всіх доступних засобів”, поширене розуміння агресивності як енергійності та ентузіазму [16, с. 22].

Цікаво відзначити, що серед значень англійського слова “drive” є такі, що цілком відповідають бізнес-контексту: 1) вести (*торгівлю*); укладати (*операцію і тому подібне*); займатися (*будь-чим*); 2) енергійні зусилля; 3) *спорт*. удар; 4) *військ.* настання, атака; 5) спонука, стимул; 6) керувати (*автомобілем*); 7) надавати руху [14, с. 274]. На нашу думку, поняття “drive” у наведених смислах точно відображає зміст конструктивної агресивності бізнесменів.

У нашому емпіричному дослідженні вивчалися і спостерігалися вияви реактивної і спонтанної агресивності вітчизняних бізнесменів у реальних умовах конкурентного бізнесу. Тому перш, ніж аналізувати результати дослідження, розглянемо тлумачення понять “реактивна агресивність” і “спонтанна агресивність”.

Реактивність – здатність давати реакції [15, с. 543]. Реакції – це швидкі, негайні, “автоматичні” дії суб'єкта на вплив зовнішнього подразника.

Спонтанний [< лат. *spontaneus* мимовільний] – 1) викликаний не зовнішніми явищами, а внутрішніми причинами або спонуками, заснований на саморусі; 2) такий, що виникає без сторонніх зовнішніх дій, мимовільний [15, с. 605]. Стан спонтанної агресивності виявляється в мимовільних агресивних діях, які звичайно трапляються за відсутності свідомого наміру або усвідомлення того, що відбувається.

Реактивна агресивність відрізняється від спонтанної певною пролонгованістю у своєму виникненні, а також вираженою фрустрованістю особистості.

У контексті мети і завдань нашого дослідження ми трактуємо поняття “конструктивна агресивність бізнесменів” як оптимальний та адекватно виражений у конкретній бізнес-ситуації емоційно-збуджений стан, що виявляється в наступальній або оборонній поведінці бізнесменів, яка спрямована на досягнення цілей бізнесу та сприяє його успішності. Поняття “деструктивна агресивність бізнесменів” ми трактуємо таким чином: “Деструктивна агресивність у бізнес-діяльності – це ворожий емоційно-збуджений стан, який виявляється в поведінці, спрямованій на руйнування, а не на відтворення”. Кажучи про конструктивну і деструктивну агресивність, ми враховуємо вияв особистісних якостей бізнесменів, які супроводжують конкретний емоційно-збуджений стан, а саме: агресивність + здоровий глузд + творчі мотиви приводять до конструктивних результатів і успіху; агресивність + підступний розум + руйнівні мотиви можуть спричинювати і результати, і успіх, але порушення професійної і загальнолюдської етики є руйнівними для психологічного здоров'я особистості бізнесмена і приносять чимало негативних наслідків для його оточення.

Наші багаторічні спостереження професійної діяльності бізнесменів дозволяють стверджувати, що кожному типу бізнес-ситуацій і кожному виду завдань у бізнесі відповідає оптимальний рівень збудження і особливості його адекватного вияву. Perezбудження може погіршити, наприклад, ситуацію під час переговорів з клієнтом, при укладенні угоди. Млява, без “драйву”, неемоційна постановка завдань погано мотивує співробітників, не залучає їх до енергійних дій, спрямованих на досягнення цілей компанії. Прості і конкретні дії вимагають вищого рівня збудження, ніж складні види бізнес-діяльності, наприклад, накази можуть бути дієвими,

якщо вони ясні, чіткі, короткі, конкретні і достатньо жорсткі; для делегування відповідальних повноважень, наприклад, керівникові проекту, необхідне достатньо докладне пояснення основних завдань і сумісне з ним обговорення можливостей їх виконання.

В емпіричному дослідженні агресивності бізнесменів ми спиралися на результати спостережень, бесід із суб'єктами бізнес-діяльності (114 осіб у віці від 30 до 55 років), а також на результати вимірювань за методикою дослідження емоційності "Дерево, автопортрет, місцевість (ДАМ)" Т. П. Вісковатової [2]. Серед досліджуваних бізнесменів були власники середніх виробничих підприємств (15 осіб, чоловіки), приватні підприємці (власники малих торговельних підприємств, 15 осіб, жінки) та невластники бізнесу (топ-менеджери середніх виробничих підприємств, 84 особи, чоловіки). Методика "Малюнковий тест ДАМ" обрана нами, оскільки вона спрямована на дослідження внутрішнього стану особистості і передусім її емоційного стану. Тест включає 10 шкал, серед яких є шкали "реактивна агресивність", "спонтанна агресивність" та ін. Результати дослідження агресивності бізнесменів з урахуванням особливостей їх професійної бізнес-діяльності, рівня бізнес-успішності і гендерних відмінностей представлені в таблицях 1, 2, 3.

Таблиця 1

**Результати дослідження агресивності суб'єктів у бізнес-діяльності за методикою "Дерево, автопортрет, місцевість" Т. П. Вісковатової [2].\***

Шкали	Кількість (М) умовних балів за шкалами, рівень успішності, гендерні відмінності		
	Власники		Невласники
	ВП (чол.)	ПП (жін.)	ТМ (чол.)
"Реактивна агресивність"	1,86	1,43	1,10
"Спонтанна агресивність"	2,35	2,09	1,85

Результати проведеного емпіричного дослідження свідчать: 1) про середній рівень вияву емоційного стану "реактивна агресивність" у групах досліджуваних чоловіків – власників бізнесу (1,86) і топ-менеджерів (1,10), жінок – приватних підприємців (1,43); "спонтанна агресивність" у групі чоловіків – топ-менеджерів (1,85); 2) про високий рівень вияву спонтанної агресивності в групах чоловіків – власників бізнесу (2,35) і жінок – приватних підприємців (2,09).

Виявлений феномен ми пояснюємо таким чином. Середній рівень реактивної і високий рівень спонтанної агресивності в чоловіків – власників середніх виробничих підприємств і жінок – власників малих торговельних підприємств і той факт, що ці показники вище у власників бізнесу, ніж у найманих топ-менеджерів, свідчить про більш виражений вияв у власників лідерських якостей і високої відповідальності за свій бізнес і його учасників порівняно з невластниками бізнесу. Лідерам бізнесу – власникам характерна висока самоповага, низька тривожність, велика емоційна стійкість. Вони рішуче виявляють відповідальність, ухвалюючи рішення, сміливо беруть відповідальність на себе за вже ухвалені рішення та їх виконання і результати, від яких залежить успіх усього бізнесу, власний добробут і долі працівників підприємства. Оскільки загострення пристрастей у діяльності лідерів бізнесу дуже високе, то і агресивність у цієї групи досліджуваних достатньо висока. У бізнесменів високого рівня зрілості (а саме такими були досліджувані нами власники підприємств) агресивність виявляється в амбітно-захисних тенденціях, у відстоюванні власних настанов, у наполегливій протидії несприятливим обставинам.

У жінок – власників малих торговельних підприємств результати за шкалою "спонтанна агресивність" близькі до високого рівня і нижчі, ніж у чоловіків – власників середніх виробничих підприємств. Виявлений факт ми пояснюємо не тільки різним масштабом бізнесу, яким володіють і керують досліджувані жінки і чоловіки, але і психофізіологічними відмінностями, характерними для цих груп респондентів. Спостережувана тенденція говорить про те, що жінки-підприємці виявляють вищий рівень особистісної тривожності порівняно з чоловіками – власниками бізнесу, що пояснюється психофізіологічними особливостями жінок періоду зрілості (в нашому

випадку – це респонденти 30-35 років). У цей період жінки у зв'язку з необхідністю зміни соціального статусу (зміни в професійній діяльності, розвиток кар'єри, бажання справити враження) переживають наростання тривожності, яку “бізнес-леді” часто прагнуть приховати під маскою жорсткості, напористості, авторитарності. Якщо подібний тривожно-агресивний стан носить негативний характер, жінкам – приватним підприємцям рекомендується участь у психологічному тренінгу “Управління агресивністю”.

Результати констатуючого експерименту емоційних станів реактивної і спонтанної агресивності суб'єктів у бізнес-діяльності, який проводився нами у квітні-березні 2010 р., представлені в таблицях 2, 3.

Таблиця 2

**Результати констатуючого експерименту за шкалою “реактивна агресивність” у суб'єктів бізнес-діяльності за методикою “Дерево, автопортрет, місцевість” Т. П. Вісковатової [2].\***

Суб'єкти бізнес-діяльності, кількість досліджуваних	Кількість (М) умовних балів за кожним малюнком			Разом
	Дерево	Автопортрет	Місцевість	
ВВП (чол.) (n = 15)	1,71	1,88	1,98	1,86
ПП (жін.) (n = 15)	1,17	1,19	1,93	1,43
М (чол.) (n = 84)	0,97	1,02	1,23	1,10

Аналіз результатів, представлених у таблиці, дозволяє констатувати середні кількісні показники реактивної агресивності у всієї вибірки досліджуваних бізнесменів за всіма трьома малюнками. У цьому, разі спостерігається тенденція до їх збільшення від першого малюнка “дерево” до третього – “місцевість”. Отримані результати дозволяють зробити висновок про поступове наростання емоційного збудження в бізнесменів у всіх групах досліджуваних. При цьому найменше воно виражене в групі чоловіків – топ-менеджерів (1,10), а найбільше – в групі чоловіків – власників виробничих підприємств (1,86). Результати досліджуваних жінок – приватних підприємців за цією шкалою (1,43) розташовуються між показниками груп досліджуваних чоловіків.

Отримані результати ми пояснюємо тим, що жінки періоду зрілості (а саме такими були представниці досліджуваних нами жінок – приватних підприємців) прагнуть контролювати свої внутрішні негативні емоційно-збуджені стани і не “вихлюпувати” своє роздратування, ознаки гніву у формі реактивної агресивності.

На нашу думку, виявлений факт пов'язаний зі зниженням максималізму, властивого періоду ранньої молодості.

Висловлена думка знаходить своє підтвердження і в результатах за шкалою “спонтанна агресивність” (табл. 3).

У всіх трьох групах, досліджуваних за трьома малюнками, наявний чітко виражений хвилеподібний характер кількісних показників з так званим “спадом” за цифровими показниками в малюнку “автопортрет” і підвищенням по краях – малюнки “дерево” та “місцевість”.

Таблиця 3

**Результати констатуючого експерименту за шкалою “спонтанна агресивність” у суб'єктів бізнес-діяльності за методикою “Дерево, автопортрет, місцевість” Т. П. Вісковатової [2].\***

Суб'єкти бізнес-діяльності, кількість досліджуваних	Кількість (М) умовних балів за кожним малюнком			Разом
	Дерево	Автопортрет	Місцевість	
ВВП (чол.) (n = 15)	2,10	1,97	2,98	2,35
ПП (жін.) (n = 15)	2,08	1,39	2,79	2,09
ТМ (чол.) (n = 84)	1,65	1,46	2,43	1,85

Аналізуючи в цілому результати за шкалою “спонтанна агресивність” можна зробити висновок про те, що високий рівень є характерним для групи досліджуваних чоловіків – власників виробничих підприємств (2,35); результат у жінок – приватних підприємців (2,09) дуже близький до високого рівня, а чоловіки – топ-менеджери виявили середній рівень, близький до високого (1,85).

Поясненням цього факту може служити така обставина: конструктивна агресивність бізнесменів, яка виявляється в активності досягнення цілей бізнесу, стійкості відстоювання його інтересів і незламному оптимізмі (не зважаючи на екстремальні бізнес-умови в нашій країні), підтримує дух підприємництва, на якому тримається розвиток бізнесу, його досягнення і успішність.

Управління агресивністю припускає проведення комплексу заходів, спрямованих на усвідомлення бізнесменами деструктивних агресивних тенденцій, їх осмислене сприйняття без обтяжливого почуття провини, а також покрокову корекцію з метою переведення деструктивної агресивності в активну, неворожу поведінку, спрямовану на досягнення мети. Форма роботи в цьому випадку може бути як індивідуальна, так і групова. У разі роботи з групою це можуть бути навчальні тренінги, які зачіпають такі теми: “Цілепокладання”, “Управління конфліктом”, “Стрес-менеджмент”, “Командна взаємодія”.

Вияв агресивності в організації може бути пов’язаний зі специфікою командної роботи, в процесі якої кожна людина усвідомлює свою індивідуальність, оскільки її компетентність дозволяє самостійно аналізувати робочу ситуацію, що складається, планувати свої дії, координувати, коригувати і виконувати їх. Часто, незважаючи на те, що в процесі такої роботи наявна постійна взаємодія, працівник може переживати складний комплекс почуттів, так звану самоту в натовпі, переживання якої знаходить вихід або в депресії, або в агресії. Тому групові тренінги для управління агресивністю можуть бути доповнені індивідуальними психологічними консультаціями. Управлінське консультування допомагає бізнесменам усвідомлювати свої “слабкі” та “сильні” сторони, укріплює впевненість у своїх силах, розвиває навички емоційної саморегуляції, додає їм стресостійкості, збільшує їх життєлюбність і рішучість.

Отже, підсумовуючи, можемо зробити такі висновки:

1. Проведене емпіричне дослідження реактивної і спонтанної агресивності бізнесменів підтверджує: а) виняткову активність, ініціативність суб’єктів у бізнес-діяльності, готовність бізнесменів мобілізувати і використовувати ресурси своєї емоційної сфери в конкурентних умовах вітчизняного бізнесу; б) конструктивна агресивність, яка виявляється в оптимальному рівні збудження і у формах, адекватних конкретним бізнес-ситуаціям, підсилює відчуття задоволеності суб’єкта бізнес-діяльності, надихає і спрямовує його на нові досягнення, підсилює готовність до ризику.

2. У групах досліджуваних бізнесменів, які розрізняються за рівнем професійної бізнес-успішності і гендерними відмінностями, диференціюються показники реактивної і спонтанної агресивності.

3. Власники виробничих підприємств (чоловіки) в ході нашого дослідження показали результати за шкалами “реактивна агресивність” (1,86), “спонтанна агресивність” (2,35) вищі, ніж відповідні показники жінок – приватних підприємців (1,43; 2,09) і чоловіків – топ-менеджерів (1,10; 1,85), що свідчить про більшу вираженість прагнення до досягнення поставлених цілей будь-якими засобами в першій групі досліджуваних.

4. Вищі показники агресивності жінок – приватних підприємців порівняно з чоловіками – топ-менеджерами говорять про те, що перші виявляють більшу експресію у відстоюванні власних ідей, позицій, дій, ніж другі.

5. У результаті теоретико-емпіричного опрацювання проблеми запропоновані методи і засоби управління агресивністю в бізнесі: управлінське консультування, тренінги “Цілепокладання”, “Управління конфліктом”, “Стрес-менеджмент”, “Командна взаємодія”.

### Примітки

\* 1. ВП – виробничі підприємства, ВВП – власники виробничих підприємств, ПП – приватні підприємства, ТМ – топ-менеджери.

\* 2. Рівням вияву досліджуваного емоційного стану в кількісному відношенні відповідають умовні бали: низький рівень – від 0 до 1,0; середній – від 1,1 до 2,0; високий – від 2,1 до 3,0 і вище.

### Література

1. Бодров В. А. Психология профессиональной пригодности: учебное пособие / В. А. Бодров. – М.: ПЕР СІЕ, 2001. – 511 с.
2. Висковатова Т. П. Деятельность психолога в условиях риска / Т. П. Висковатова // Психологічні технології в екстремальних видах діяльності: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції ДЮІ ЛДУВС ім. Е. А. Дидоренко. – Донецьк, 2009. – С. 891-892.
3. Журавлев А. Л. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков. – М.: ИП РАН, 1995. – 58 с.
4. Зинченко В. П. Психологические основы педагогики / В. П. Зинченко. – М., 2002. – 429 с.
5. Изард К. Психология эмоций / К. Изард. – СПб.: Питер, 1999. – 464 с.
6. Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с.
7. Климов Е. А. Психология профессионала / Е. А. Климов. – М.: Ин-т практической психологии; Воронеж: МОДЭК, 1996. – 400 с.
8. Лебедев В. И. Экстремальная психология. Психическая деятельность в технических и экологически замкнутых системах: Учебник / В.И. Лебедев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 431 с.
9. Немов Р. С. Психология / Р. С. Немов. – М.: Владос, 2004. – 631 с.
10. Селье Г. Стресс без дистресса / Г. Селье – М.: Прогресс, 1979. – 126 с.
11. Теплов Б. М. Проблемы индивидуальных различий / Б. М. Теплов. – М., 1961. – 536 с.
12. Чернявська Т.П. Структура ефективної підприємницької діяльності / Т. П. Чернявська // Вісник Одеського національного університету. – 2004. – Т. 9, вип. 8: Психологія. – С. 83-98.
13. Швалб Ю. М. Практична психологія в економіці та бізнесі / Ю. М. Швалб, О. В. Данчева. – Київ: Лібра, 1999. – 270 с.

### Довідники

14. Англо-русский словарь. – М.: Изд-во “Сов. энциклопедия”, 1966. – 991 с.
15. Большой словарь иностранных слов. – М.: ЮНВЕС, 1999. – 784 с.
16. Большой толковый психологический словарь. Т. 1 (А-О). Пер. с англ. / А. Ребер. – ООО “Изд-во АСТ”, “Изд-во “Вече”, 2003. – 592 с.