

Мотивационные характеристики в представлении о партнере по деловому взаимодействию у студентов-экономистов

А. А. ГРАЧЕВ, А. И. КУЗНЕЦОВА

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)

В статье обосновывается необходимость обучения студентов-экономистов деловому взаимодействию в форме партнерства. Показывается, что такое взаимодействие может иметь три вида — дефицитарное, самореализующее и духовное. Определяется, что одним из существенных компонентов делового взаимодействия, направленного на реализацию интересов сторон, являются адекватные образы партнеров по взаимодействию.

В эмпирическом исследовании, проведенном в 2013 г. в группе студентов (174 чел.) экономического факультета одного из вузов Санкт-Петербурга, изучены коммуникативные ориентации и представления студентов о будущем партнере по деловому взаимодействию. Определен достаточный уровень коммуникативных ориентаций у студентов-экономистов, который обеспечивает хорошие коммуникативные предпосылки для успешного делового взаимодействия: студенты в полной мере как отдают, так и принимают контакты, проявляют и принимают теплые чувства. Стремление влиять на других у студентов выражено выше среднего, но принятие влияния, стремление подчиняться выражено в средней степени, что характерно для руководителей среднего уровня.

Образ типичного коллеги в представлении студентов имеет более негативное содержание по сравнению с представлениями о нем опытных работников и требует коррекции в процессе обучения. Так, студенты представляют себе будущего коллегу ленивым и ориентированным только на личную выгоду. Опытные работники, напротив, показывают более позитивный образ коллеги, который, хотя и ориентирован в высокой степени на материальное благополучие и безопасную работу, в то же время стремится к благоприятным взаимоотношениям и к оказыванию бескорыстной помощи коллегам. Образ же идеального коллеги в представлении студентов имеет более позитивное содержание.

Ключевые слова: деловое взаимодействие, виды взаимодействия, партнерство, коммуникативные ориентации, типичный партнер, идеальный партнер.

ВВЕДЕНИЕ

Профессия экономиста предполагает в своей основе деловое взаимодействие в сфере экономики. Это взаимодействие приобретает все большую значимость в связи с развитием современных экономических отношений. Более того, именно способность к деловому взаимодействию служит условием успешной деятельности экономиста в большинстве профессиональных ситуаций. В этих ситуациях деловое взаимодействие специалиста-экономиста может иметь три вида: а) взаимодействие с клиентом (обслуживание), которое предполагает согласование интересов специалиста и клиента, б) взаимодействие сотрудников (наиболее общий вид взаимодействия, направленный на совместное решение задачи) и в) деловое партнерство, основанное на реализации совместных деловых интересов.

Первый вид взаимодействия описывается моделями, представленными в обширной литературе по психологии потребителя. В основе второго лежит модель совместной деятельности (Журавлев, 2005). Третий вид делового взаимодействия — деловое партнерство — можно считать специфичным видом делового взаимодействия в области экономики. Под деловым партнерством В. П. Поздняков и Т. С. Вавакина понимают форму деловой активности, направленной на продуктивное взаимодействие с другими субъектами в процессе реализации деловых интересов участников в рамках их

совместной экономической деятельности (Позняков, Вавакина, 2009; Вавакина, Позняков, 2013). Исследователи, в частности, определяли особенности восприятия партнерами друг друга и содержание образа партнера по взаимодействию. Однако их исследования относились к реальным специалистам, а в подготовке потенциальных специалистов (студентов) будет своя специфика.

Промежуточный вывод, следующий из работ В. П. Познякова и др., заключается в том, что студентов — будущих специалистов в экономической сфере необходимо наряду с традиционной профессиональной подготовкой готовить как **деловых партнеров**. Однако анализ федеральных образовательных стандартов по специальностям «экономика» и «менеджмент» для бакалавров и магистров показал, что в существующих и принятых программах дисциплин не уделяется достаточного внимания формированию компетентностей, необходимых для успешного осуществления будущими специалистами делового взаимодействия. В связи с этим интересным представляется изучение: а) представлений студентов-экономистов о будущем партнере по деловому взаимодействию и б) их коммуникативных ориентаций, определяющих готовность к взаимодействию, что послужило бы основанием для разработки программы подготовки студентов к деловому взаимодействию.

АДЕКВАТНЫЕ ОБРАЗЫ ПАРТНЕРОВ ПО ДЕЛОВОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Адекватные образы партнеров по деловому взаимодействию выступают одним из базовых условий успешного делового взаимодействия. Эти образы, с одной стороны, отражают индивидуально-психологическое своеобразие партнеров, а с другой — являются следствием их взаимодействия. В этой связи, как отмечает А. А. Бодалев, в процессе восприятия людьми друг друга человек отражается не только как лицо определенного физического склада, пола, возраста, но и непременно как личность (Бодалев, 1982). В. Н. Панферов, рассматривая явление взаимопознания людей, отмечает, что главными феноменами взаимопознания являются образы партнеров по взаимодействию. Образы партнеров, по мнению исследователя, являются результатом взаимодействия, в процессе которого они раскрывают свои психологические качества как субъекты совместной деятельности (Панферов, 2002). Среди психических образов-представлений людей друг о друге В. Н. Панферов выделяет:

- ожидаемые образы партнеров;
- образы-представления о том, каким нас видит партнер;
- идеальные образы партнера;
- реально возникающие образы партнеров;
- образы оперативного самосознания.

Среди этих образов ведущую роль играют образы реального и идеального партнеров.

В исследовании коммуникативных ориентаций и представлений о партнере по деловому взаимодействию участвовали студенты экономического факультета одного из вузов Санкт-Петербурга. Общая выборка составила 174 чел. (143 девушки и 31 юноша).

Коммуникативные ориентации изучались с помощью методики В. Шутца в модификации А. А. Рукавишникова (Рукавишников, 1992), представления о партнере — с использованием шкалы мотивационных характеристик типичного и идеального работника (Грачев, 2008).

ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ К ДЕЛОВОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Можно считать, что готовность студентов к деловому взаимодействию основана на а) сформированности их коммуникативных ориентаций и б) способности владеть тремя основными видами делового взаимодействия, обоснованными в наших предыдущих работах (Грачев, 2008; Грачев, Русалинова, 2011), — дефицитарным, самореализационным и духовным.

1. *Дефицитарное взаимодействие* — взаимовыгодное для партнеров; может происходить в разных формах: конкуренции, кооперации, компромисса, приспособления, избегания, но для любой формы характерным будет то, что работник будет использовать взаимодействие для удовлетворения своих дефицитарных потребностей — физиологических, потребности в безопасности, принятии, признании и влиянии.

2. *Самореализующее взаимодействие* происходит в процессе совместного решения сложных, творческих задач и обеспечивает самореализацию партнеров.

3. *Духовное взаимодействие* определяется ориентацией партнеров на общечеловеческие идеалы, что выносит результаты этого процесса вовне и превращает это взаимодействие в служение общечеловеческим ценностям.

(В полной мере эти характеристики относятся к взаимодействию как по горизонтали, так и по вертикали.)

Разработка технологий обучения этим видам взаимодействия выступает самостоятельной задачей, выходящей за рамки данной статьи.

Показатели сформированности коммуникативных ориентаций у студентов-экономистов представлены в табл. 1.

Таблица 1

ВЫРАЖЕННОСТЬ КОММУНИКАТИВНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ У СТУДЕНТОВ-ЭКОНОМИСТОВ

Table 1

DEGREES OF COMMUNICATIVE ORIENTATIONS AMONG ECONOMICS MAJORS

<i>Показатель</i>	<i>Среднее арифметическое</i>
Ie — стремление контактировать	4,80
Iw — стремление принимать контакты	4,69
Se — стремление влиять на других	6,11
Sw — стремление принимать влияние, подчиняться	3,57
Ae — стремление проявлять теплые чувства к другим	3,65
Aw — стремление принимать теплые чувства, ожидание теплых чувств от других	4,33

С учетом того что граница нормы по данной методике составляет 4–5, можно утверждать, что студенты в достаточной степени ориентированы на общение: они в полной мере как отдают, так и принимают контакты, проявляют и принимают теплые чувства. Стремление влиять на других у студентов выражено выше среднего, но принятие влияния, стремление подчиняться выражено в средней степени, что характерно для руководителей среднего уровня, к чему студенты-экономисты в значительной степени и готовятся.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ПАРТНЕРЕ ПО ДЕЛОВОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Для изучения представлений о партнере по деловому взаимодействию использовалась шкала, состоящая из 20 мотивационных характеристик, представляющих три основные жизненные ориентации человека — дефицитарную, на самореализацию и духовную. Кроме показателей выраженности каждой из трех ориентаций, шкала позволяет подсчитать показатели выраженности двух деловых ориентаций — на деятельность и на отношения.

Таблица 2 содержит показатели выраженности основных ориентаций типичного и идеального работника — партнера по деловому взаимодействию в представлении студентов.

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОСНОВНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ
ТИПИЧНОГО И ИДЕАЛЬНОГО РАБОТНИКА

Таблица 2

AVERAGE INDICATOR VALUES OF BASIC ORIENTATIONS
OF A TYPICAL AND IDEAL EMPLOYEE

Table 2

Ориентации	Типичный работник	Идеальный работник
Дефицитарная	3,79	3,38
На самореализацию	2,68	4,20
Духовная	2,26	3,84
На отношения	3,31	4,20
На деятельность	2,34	3,96

Общие показатели ориентаций **типичного работника** в представлении студентов-экономистов говорят о том, что это — работник «дефицитарный», для которого существенны ориентация на личную выгоду, стремление извлекать полезность из всех аспектов своей трудовой деятельности. В то же время у него относительно выражена ориентация на самореализацию — стремление заниматься интересным делом, решать сложные задачи. Духовная ориентация, связанная со стремлением приносить пользу другим, с чувством долга, выражена меньше всего. Кроме того, типичный работник, по мнению студентов, больше ориентирован на отношения, чем на деятельность. (Такая ориентация соответствует данным исследований российской национальной культуры, по которым она относится к коллективистскому типу, для которого характерна выраженная ориентация на отношения.)

Таким образом, общие представления студентов об ориентациях типичного работника в основном соответствуют данным исследований отечественных и зарубежных авторов.

Специфика представлений студентов о типичном работнике — партнере по деловому взаимодействию появляется при анализе мотивационного профиля типичного работника, представленного наиболее выраженными мотивационными характеристиками.

В табл. 3 представлено сравнение мотивационного профиля типичного работника в представлениях студентов и опытных работников (рабочих и служащих). В этой таблице для сравнения использованы данные исследования, проводившегося в 2004–2006 гг. на промышленных предприятиях Санкт-Петербурга (Грачев, 2008; 2009),

Таблица 3

НАИБОЛЕЕ ВЫРАЖЕННЫЕ МОТИВАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТИПИЧНОГО РАБОТНИКА

Table 3

MOST ARTICULATED MOTIVATIONAL CHARACTERISTICS OF A TYPICAL EMPLOYEE

<i>Мотивационные характеристики</i>	<i>Работники Ранг</i>	<i>Студенты Ранг</i>
Заинтересованность в удовлетворении своих материальных потребностей	1	1
Стремление выложиться полностью во время работы	7	10
Желание выполнять простую, хорошо организованную, безопасную работу	2	2
Стремление к благоприятному положению в коллективе	3	7
Переживание чувства долга и высокой моральной ответственности по отношению к работе	8	8
Стремление к признанию, высокой оценке со стороны значимых людей	4	6
Захваченность работой	9	13
Стремление оказывать бескорыстную помощь товарищам по работе	5	11
Стремление постоянно отдыхать во время работы	13	3
Стремление производить во время работы как можно меньше усилий	11	4
Преследование личной выгоды во всем	12	5
Стремление к интенсивному, глубокому общению с коллегами	6	9
Проявление широких познавательных интересов	10	12

в котором участвовали 179 рабочих и 163 служащих организаций разного типа. Поскольку анализ, проведенный отдельно по группам рабочих и служащих, показал близость их представлений о работнике, в таблице содержатся общие результаты по группе работников.

В отличие от высокого сходства представлений рабочих и служащих о типичном работнике представления студентов существенно отличаются от представлений работников (коэффициент ранговой корреляции между ними составил $-0,18$, что говорит об отсутствии связи).

Образ типичного коллеги в представлении студентов имеет более негативное содержание по сравнению с представлениями о нем реальных работников, лучше знающих производственную жизнь. Типичный коллега в представлении студентов — это «эгоцентричный лентяй», предпочитающий выполнять простую и безопасную работу, избегающий трудностей и любящий отдохнуть во время работы, но в то же время в высокой степени ориентированный на выгоду во всем (прежде всего — материальную). Меньше всего у такого работника выражены духовные характеристики, связанные со служением своему делу и коллегам.

Представления опытных работников, напротив, показывают более позитивный образ работника, который, хотя и ориентирован в высокой степени на материальное

благополучие и безопасную работу, в то же время стремится к благоприятным взаимоотношениям по горизонтали и вертикали, стремится оказывать бескорыстную помощь коллегам, хочет общаться с ними и несколько не похож на «эгоцентричного лентяя».

Такое различие в представлениях студентов и опытных работников побуждает к коррекции образа будущего коллеги у студентов.

Образ идеального коллеги в представлении студентов имеет более позитивное содержание, чем образ типичного коллеги. Ведущей ориентацией здесь выступает ориентация на самореализацию, которая предполагает стремление реализовать в работе свой потенциал в процессе решения сложных, но посильных задач, увлеченность и захваченность работой. Выраженной оказывается и духовная ориентация, основанная на самосовершенствовании в системе координат духовных ценностей. Дефицитарная же ориентация в представлении об идеальном коллеге имеет наименьшую выраженность. Кроме того, в портрете идеального коллеги оказываются сбалансированными ориентации на отношения и на дело.

Таким образом, идеальный коллега в представлении студентов в работе стремится выложиться полностью, стремится к благоприятному положению в коллективе, работу представляет как средство саморазвития, заинтересован в выполнении сложных, но посильных заданий. Работа захватывает его, он переживает чувство долга и высокой моральной ответственности по отношению к работе, оказывает бескорыстную помощь товарищам по работе, проявляет широкие познавательные интересы, стремится к высокой оценке значимых для него людей, заинтересован в глубоком общении с товарищами и хочет влиять на производственную жизнь. В наименьшей степени у идеального коллеги выражены характеристики «эгоцентрического лентяя», характерные для типичного работника.

Большое сходство имеют представления об идеальном работнике у студентов и опытных работников: коэффициент ранговой корреляции между ними составил 0,73, $p < 0,001$ (данные представлены в табл. 4).

Вполне вероятно, что такое сходство обусловлено влиянием культуры на представления об идеальном работнике: эти представления подтверждают обнаруженную во многих исследованиях духовность российского работника.

ВЫВОДЫ

1. Деловое взаимодействие специалистов-экономистов в основном имеет форму партнерства, учитывающего интересы взаимодействующих сторон. Такое взаимодействие может иметь три вида — дефицитарное, самореализующее и духовное. В идеале специалист должен владеть всеми тремя видами взаимодействия, что может выступать самостоятельной задачей обучения.

2. Одним из существенных компонентов делового взаимодействия, направленного на реализацию интересов сторон, являются адекватные образы партнеров по взаимодействию.

3. Студенты-экономисты имеют хорошие коммуникативные предпосылки для успешного делового взаимодействия. Эти предпосылки могут быть реализованы в процессе обучения студентов дефицитарному, самореализационному и духовному взаимодействию.

4. Основу образа идеального коллеги в представлении студентов составляют самореализационные и духовные характеристики; этот образ вполне адекватен и соответствует общекультурным представлениям.

Таблица 4

НАИБОЛЕЕ ВЫРАЖЕННЫЕ МОТИВАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ИДЕАЛЬНОГО РАБОТНИКА

Table 4

MOST ARTICULATED MOTIVATIONAL CHARACTERISTICS OF THE IDEAL EMPLOYEE

<i>Мотивационные характеристики</i>	<i>Работники Ранг</i>	<i>Студенты Ранг</i>
Заинтересованность в удовлетворении своих материальных потребностей	7,5	13
Стремление выложиться полностью во время работы	1	1
Желание выполнять простую, хорошо организованную, безопасную работу	15	14
Стремление к благоприятному положению в коллективе	2,5	2
Переживание чувства долга и высокой моральной ответственности по отношению к работе	5	5
Стремление к признанию, высокой оценке со стороны значимых людей	7,5	9
Захваченность работой	2,5	4
Стремление оказывать бескорыстную помощь товарищам по работе	4	7
Стремление к интенсивному, глубокому общению с коллегами	12	11
Проявление широких познавательных интересов	9	8
Стремление к развитию и самосовершенствованию в работе	6	3
Стремление выполнять сложные, но посильные задачи	10	6
Желание влиять на производственную жизнь	11	10
Заинтересованность в интенсивном и глубоком общении с товарищами по работе	12	11
Восприятие работы как части себя	13	12

5. Образ типичного коллеги в представлении студентов в своей основе имеет дефицитарные характеристики; этот образ имеет более негативное содержание, чем это есть на самом деле, что требует коррекции в процессе обучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бодалев, А. А. (1982) Восприятие и понимание человека человеком. М. : Изд-во Моск. ун-та. 200 с.

Вавакина, Т. С., Позняков, В. П. (2013) Образ делового партнера в представлениях российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 217–224.

Грачев, А. А. (2008) Психологическое проектирование производственной организации. СПб. : Ин-т практической психологии. 187 с.

Грачев, А. А. (2009) Организационная среда и реализация жизненных ориентаций работника // Психологический журнал. Т. 30. № 3. С. 28–38.

Грачев, А. А., Русалинова, А. А. (2011) Промышленная социальная психология // Журавлев А. Л., Соснин В. А., Красников М. А. и др. Социальная психология : учеб. пособие. М. : Форм. 416 с. С. 305–337.

Журавлев, А. Л. (2005) Психология совместной деятельности. М. : Изд-во Института психологии РАН. 640 с.

Панферов, В. Н. (2002) Психология человека. Душа и тело, организм и психика. Функции психики, структура психики. СПб. : Изд-во В. А. Михайлова. 252 с.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2009) Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. № 4. С. 36–43.

Рукавишников, А. А. (1992) Опросник межличностных отношений. Ярославль : Психодиагностика. 47 с.

Дата поступления: 30.05.2014 г.

MOTIVATIONAL CHARACTERISTICS IN THE PERCEPTION OF BUSINESS PARTNER BY
ECONOMICS MAJORS

A. A. GRACHEV, A. I. KUZNETSOVA
(MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES)

The article substantiates the necessity of presenting business interaction as a form of partnership to economics majors. The authors show that such interaction can come in three types: deficient, self-fulfilling and moral. The adequate image of a business partner is one of the most crucial components of business interaction aimed at achieving the interests of both parties.

The empirical research held in 2013 among the group of students at the school of economics at a St. Petersburg university (174 in total) studied their communicative orientations and perceptions of their future business partners. The research defined the sufficient level of communicative orientations which allows to provide communicative preconditions for a successful business interaction, when students initiate and reciprocate contacts, demonstrate and accept signs of affection. The students' desire to influence people was estimated as above average, but their acceptance of influence and the aspiration to obey were found to be at a medium level, which is typical for middle management.

Students imagine a typical colleague in a more negative light than experienced employees do. Therefore, it requires correction in the course of studying economics. Students see their future colleagues as lazy and profit-driven. Experienced employees, on the contrary, imagine a colleague who, while highly motivated by material welfare and work safety, at the same time wants to be on friendly terms with other employees and is ready to help them disinterestedly. However, students see an ideal colleague in a more positive light.

Keywords: business interaction, types of interaction, partnership, communicative orientations, typical partner, ideal partner.

REFERENCES

Bodalev, A. A. (1982) *Vospriiatie i ponimanie cheloveka chelovekom* [Individual Perception and Understanding of Other People]. Moscow, Moscow State University Press. 200 p. (In Russ.).

Vavakina, T. S. and Poznyakov, V. P. (2013) *Obraz delovogo partnera v predstavleniakh rossiiskikh predprinimatelei* [The Image of Business Partner in Russian Entrepreneurs' Perceptions]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 2, pp. 217–224. (In Russ.).

Grachev, A. A. (2008) *Psikhologicheskoe proektirovanie proizvodstvennoi organizatsii* [Psychological Projection of Manufacturing Organization]. St. Petersburg, The Institute of Practical Psychology Press. 187 p. (In Russ.).

Grachev, A. A. (2009) *Organizatsionnaia sreda i realizatsiia zhiznennykh orientatsii rabotnika* [Institutional Environment and the Implementation of the Employee's Life Orientations]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 30, no. 3, pp. 28–38. (In Russ.).

Grachev, A. A. and Russalinova, A. A. (2011) *Promyshlennaia sotsial'naia psikhologiya* [Industrial Social Psychology]. In: Zhuravlev, A. L., Sosnin, V. A., Krasnikov, M. A. et al. *Sotsial'naia psikhologiya* [Social Psychology]. Moscow, Forum Publ. 416 p. Pp. 305–307. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. (2005) *Psikhologiya sovместnoi deiatel'nosti* [The Psychology of Joint Activity]. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 640 p. (In Russ.).

Panferov, V. N. (2002) *Psikhologiya cheloveka*. Dusha i telo, organizm i psikhika. Funktsii psikhiki, struktura psikhiki [The Psychology of Person. Soul and Body, Organism and Psyche. Functions of Psyche, Structure of Psyche]. St. Petersburg, V. A. Mikhailov's Publ. 252 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. C. (2009) Delovoe partnerstvo kak odna iz form delovoi aktivnosti predprinimatelei [Business Partnership as a Form of Entrepreneurs' Business Activity]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 4, pp. 36–43. (In Russ.).

Rukavitsnikov, A. A. (1992) *Oprosnik mezhlichnostnykh odnosbenii* [A Questionnaire on Interpersonal Relationships]. Yaroslavl, Psikhodiagnostika Publ. 47 p. (In Russ.).

Submission date: 30.05.2014.

Грачев Александр Алексеевич — доктор психологических наук, профессор кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета, ведущий научный сотрудник Института психологии Российской академии наук. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-56-11. Эл. адрес: agrat50@mail.ru

Кузнецова Арина Игоревна — магистр психологии, аспирант кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-56-11. Эл. адрес: kuz-arina@yandex.ru. Научный руководитель — д-р психол. наук, проф. А. А. Грачев.

Grachev Aleksandr Alekseevich, Doctor of Psychology, Professor, Department of Social and Ethnic Psychology, Moscow University for the Humanities, Chief research fellow, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. Postal address: 5 Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-56-11. E-mail: agrat50@mail.ru

Kuznetsova Arina Igorevna, Master of Psychology, Postgraduate, Department of Social and Ethnic Psychology, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5 Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-56-11. E-mail: kuz-arina@yandex.ru. Research advisor: A. A. Grachev, Doctor of Psychology, Professor.