

МЕРГЕНБАЕВА А.Т., АБИШОВА А.У.

ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕСА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



AUEZOV
UNIVERSITY
1943

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ
ОБЩЕСТВО
ЮЖНО-КАЗАХСТАНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.М.АУЭЗОВА

МЕРГЕНБАЕВА А.Т., АБИШОВА А.У.

ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕСА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

для магистрантов

МВА по ОП «7М04171 – Деловое администрирование»,
ЕМВА по ОП «7М04173 – Деловое администрирование»

ISBN 978-601-255-389-5



9 786012 553895

Шымкент, 2023

УДК 159.9:33
ББК 88.3:65
М52

Учебное пособие рекомендовано к изданию Учебно-методическим советом ЮКУ им. М.Ауэзова, протокол №7 от «29»06.2023 г.

Рецензенты:

Ыдырыс С. д.э.н., профессор МКТУ им.Х.А.Яссауи

Дандаева Б.М. к.э.н. доцент МКТУ им.Х.А.Яссауи

Уразбаева Г.Ж. к.э.н. доцент ЮКУ им. М. Ауэзова

Мергенбаева А.Т., Абишова А.У.

«Психология бизнеса: теория и практика».- Шымкент: Южно-Казахстанский университет М.Ауэзова, 2023. - 168с.

ISBN 978-601-255-389-5

Учебное пособие составлен в соответствии с требованиями учебного плана и программой дисциплины «Психология бизнеса: теория и практика». Включает в себе исследование основ психологического понимания вопросов, которые могут встретиться специалисту экономического профиля в своей профессиональной деятельности; развитие умения предвидеть социальные, психологические, экологические и нравственные последствия профессиональной деятельности; формирование творческих навыков воображения и потребности в саморазвитии. Предназначен для магистрантов MBA по ОП «7М04171 – Деловое администрирование», EMBA по ОП «7М04173 – Деловое администрирование».

ISBN 978-601-255-389-5

ВВЕДЕНИЕ

Психология бизнеса – это модернизирующая область психологии, сформировавшаяся так скажем в основном на стыке двух или более наук, таких как психология, та же социология и даже экономика, под влиянием механизмов социально-экономического совершенствования нашего общества. Формирование так сказать этого нового направления в психологической науке характеризуется чуткостью ко всевозможным проблемам, с которыми сталкиваются все руководители малых и средних предприятий и которым требуется помощь высококвалифицированного психолога. Именно то последнее улучшение этих социально-экономических отношений республики приводит к тому, что вся практическая психология активно продолжает входить в сложную сферу бизнеса. В частности, также растет мощная конкуренция в этой области психологической деятельности, связанной со сложной психологической и сильно эмоциональной поддержкой работы различных существующих бизнес-структур. Кроме того, среди крупных бизнесменов появляется все еще больше единомышленников, которые рационализируют и также отслеживают психологические процессы и трудности, которые все более занимают место абсолютно во всех имеющихся бизнес-структурах. Целью данного учебного пособия "Психология бизнеса: теория и практика" является изложение таких основных направлений как теоретических и прикладных исследований в психологии и еще экономике, так и методологии психологических исследований, а еще ознакомление с практическим применением полученных этих знаний и т.д.

Развитие бизнес-психологии как современной прикладной дисциплины, как и многих других существующих научных дисциплин, отражает общую логику четкого психологического развития, протекающего так сказать в нескольких направлениях. Прежде всего, а именно благодаря такому обширному накоплению теоретических знаний, которые составляют основу науки и, с одной стороны, говорят о новых законах существования внутреннего мира человека, а с другой стороны, они предсказывают поведение и развитие непредсказуемого человеческого потенциала. Кроме того, психология – это фактически реальный опыт, связанный прежде всего с разрешением таких определенных прикладных проблем, возникающих в процессе именно взаимодействия человека с различными возникающими реальностями: обществом, социальными институтами, окружающими, профессиональными необходимыми потребностями. Эти два метода являются теоретическими, практическими и конечно же детерминированными, которые помогают определить суть психологии, ее положение в других направлениях и в области активной жизни индивида.

Психология бизнеса - это, в основном, междисциплинарное исследование, которое объединяет все области психологии, такие как бизнес-психология, психология личности, психология развития, и другие в единое целое.

Модуль 1. Психология бизнеса в системе наук

Тема № 1: Теоретические основы психологии бизнеса

1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы, место в системе наук
2. Психология бизнеса: место в системе наук и его становление как направления в психологии
3. Бизнес как социально-экономический феномен
4. Определение, критерии и виды бизнеса
5. Бизнес как системное явление

1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы. место в системе наук

Предмет психологии бизнеса

Бизнес-психология – возникшая на стыке двух или более гуманитарных наук такие как, психология, социология, а еще экономика, только появившаяся, быстро и активно саморазвивающаяся область современной психологии. В сегодняшней психологии все больше воздействуют новые теоретико-практические вызовы, а также идет формирование социальных и экономических существующих тенденций общества, которым необходимо предъявить новую психологическую рефлексию. Также как и другие разделы современной психологии, она была нацелена на всеобщую тему - так скажем человеческую психику. Поэтому она в целом основана на таких базовых и прикладных принципиальных подходах, разработанных в этой области социальной, возрастной, образовательной психологии и других имеющихся традиционных областях психологии.

Формирование бизнес-психологии является выраженным примером реакции наук на новейшие социальные и экономические условия нынешней жизни общества. За последний десять лет нам соизволилось понаблюдать ускоренное совершенствование рыночной экономики страны, с таким развитием предпринимательства и бизнеса, банковского дела, разветвленных распространившихся торговых и сервисных сетей. Бизнес, как отличительная всеобъемлющая часть новых экономических отношений, иногда требует от субъекта усиленного напряжения, постоянного самосовершенствования и развития, умения выстраивать нужные правильные взаимоотношения и управлять группами различных людей с разной численностью. Представители такого вида бизнеса нуждаются в помощи таких специалистов (консультантов, тренеров и т.д.). Когда приходится им сталкиваться с различными проблемами могут помочь как в личностном, так и в профессиональном развитии, включая приобретение навыков управления персоналом. Итак, появление современной бизнес-психологии ярко отражает классическую логику выделения новейших сфер и отраслей психологии, где основным принципом классификации и формы является развитие психики под влиянием деятельности и общества. В частности, это появившееся новое направление применения этой психологии демонстрирует интерес ученых к сложным психологическим проблемам (созданию, внедрению, а также развитию) людей, профессионально связанных с бизнесом.

Классификации в области психологии несколько условны, изменяются, накладываются друг на друга и т.д. Таким образом, разные психологические разделы могут претендовать на одну и ту же тематическую область. Например, психологические проблемы возникшие в бизнесе изучаются социальной, экономической, организационной психологией, психологией труда и управления. Тем не менее, бизнес-психология постепенно с каждым днем формируется в такую отрасль психологии со своей выраженной четкостью, спецификой, которую можно четко сформулировать следующим образом:

1. Особенно важное, что выражено отделяет психологию бизнеса, - это общее взаимное отношение к бизнесу как к сложному социальному экономическому феномену и социальному институту. Это направление, появившееся скорее всего, в таком русле экономической психологии и психологии труда, в нынешнее время может представлять

собой сложнейший конгломерат новых знаний прикладной современной психологии, который обобщает теорию и практику психологического сопровождения деятельности разных сфер бизнеса.

2. Характерной выраженной чертой бизнес-психологии является ее междотраслевой характер. Эта имеющаяся область психологии формируется в основном под сложным воздействием процесса социально-экономического становления индивида и общества в целом. Также он находится на стыке множественных гуманитарных дисциплин (психологии, социологии, экономики, делового администрирования и др.).).

3. Бизнес-психология является прикладной и ориентированной прежде всего на практику темперамент. Бизнес-исследования как многогранное явление прямо направлены на повышение эффективности уникальной предпринимательской деятельности, высокую оптимизацию взаимодействия хозяйствующих субъектов и тесную интеграцию интересов бизнеса и общества, а также оказания высокоэффективной психологической поддержки хозяйствующим экономическим субъектам.

Развитие и формирование бизнес-психологии как современной прикладной, как и многих других научных дисциплин, четко отражает всеобщую технику и логику психологического развития, которое происходит обычно по-разному. Отчасти, благодаря приумножению теоретических знаний, которые составляют соответственно основу науки и позволяют говорить непосредственно о законах существования внутреннего мира индивида и общества в целом, с одной стороны, и прогнозировать поведение, темперамент и развитие человека - с другой. К тому же психология - это еще и особенная развивающаяся практика, связанная, прежде всего, с решением определенных прикладных задач и ситуаций, появляющихся в процессе кооперации человека с разными реальностями: обществом, социальными институтами, окружающими людьми и природой в целом, профессиональными требованиями. Эти два направления являются как теоретическим так и практическим и обуславливают в основном суть психологии, ее определенное положение среди других наук и ее ключевую роль в системе жизненной активности человека.

Как писал всем известный немецкий психолог Курт Левин, нет ничего более практичного, чем хорошо изложенная теория. Это умное утверждение также подчеркивает глубокий нужный смысл психологических знаний: даже самые высокие теоретические обобщения в конечном счете могут быть направлены на то, чтобы помочь в результате существованию, развитию, самосовершенствованию и в конце то концов выживанию человека. Таким образом, появление новых приложений психологии наглядно отражает всеобщее становление науки и выраженную потребность общества в решении сложных индивидуальных, групповых, в том числе социальных потребностей и проблем.

Бизнес-психология - это нынешняя область сегодняшней психологии и практики, которая глубоко исследует бизнес как целостное парадоксальное многомерное явление, интегрирует и объединяет интересы бизнеса и общества. Также все больше повышает эффективность предпринимательской деятельности, позволительно оптимизирует взаимодействие представителей бизнеса и всех заинтересованных здесь сторон и четко разрабатывает практические рекомендации по повышению оказания психологической поддержки субъектам предпринимательства. Это также междисциплинарная область, основанная на глубокой интеграции психологии во все области незыблемой психологии, главным образом в области труда, личности, и личностного развития, личностных различий, социальной, организационной и экономической психологии и т.д.

* Бизнес-психология - междисциплинарная новая область психологической науки и практики, целью и объектом которой является изучение и совершенствование бизнеса как многогранного явления, повышение эффективности предпринимательской деятельности и оптимизация взаимодействия хозяйствующих экономических субъектов.

Тема бизнес-психологии полностью воплощена на основании с данным представлением о сложной структуре психических феноменов, отраженном в категориальном аппарате современной психологии.

В зависимости от общепсихологического принципиального подхода различают ниже следующие психические категории (феномены):

1. Психические процессы (познание и регуляция), основные явления, обеспечивающие отражение, восприятие окружающего мира, восприятие и обработку полученной информации (познание) и активное взаимодействие с ней (регуляция). Когнитивные процессы включают ощущения, восприятие, мышление, воображение, память, а процессы обуславливания включают эмоциональные и волевые процессы. Все вместе они формируют реальную умственную деятельность человека. Эти категории подчеркивают динамичный характер, постоянное развитие и формирование психических явлений. Благодаря психическим процессам формируются образы внешних и внутренних условий, в которых осуществляется деятельность, а также механизмы регуляции эмоций и психики человека.

2. Психическое положение - это кратковременная модификация психических процессов, определяющаяся необыкновенностью жизнедеятельности, характера и взаимоотношением человека к ним (тревога, любовь, страх, эмоции, восхищение, напряжение, спокойствие и т.д.). Часто стресс связано с психическим состоянием, как с неспецифической реакцией организма на него и с его состоянием. Имеются разные подходы к классификации психического состояния. Традиционно выделяются несколько групп психических состояний: мотивация (обусловленные потребностью, желанием), эмоция (любовь, настроение, стресс), сильный потенциал (целеустремленность, решительность, настойчивость). Также существуют состояние организации внимания, эффективности, состояние бдительности личностного акцентирования, невроза и т.д.

3. Как типологическая модификация психических процессов человека, психические свойства личности, то есть характеристики, присущие человеку на протяжении длительного периода его жизни. К ним относятся темперамент, личность, способности и личностная ориентация (потребности, интересы, мировоззрение, идеалы).

Для психологов бизнеса важно понимать структуру психических проявлений, так как они не только могут содержательно восполнить исследовательскую деятельность, но также практически осуществить полученные итоги. Например, при изучении профессионального самоопределения человека в сфере бизнеса, привлечение различных психических феноменов позволяет выяснить разные стороны этой проблемы, такие как познавательные факторы самоопределения, спонтанные, эмоциональные механизмы и т.д. В зависимости от знаний о психическом феномене вы можете познакомиться с психологией бизнеса и находить новые аспекты, отличающиеся от предлагаемых в управлении, способы решать проблемы, которые возникают у предпринимателей, менеджеров и сотрудников бизнес-структур и так далее. Это может быть новая идея оптимизации процессов бизнеса в соответствии с особенностями восприятия человека, создания разнообразия управления и поведения успешных руководителей, разработки стратегий подготовки внутреннего бизнеса, как активизировать потребительское поведение, как улучшить эффективность сотрудничества между бизнес-партнерами, иными заинтересованными лицами и бизнес-предприятиями в мире, обществом и так далее.

На момент развития бизнес-психологии выделяются ниже следующие главные уровни бизнес-анализа: личностный, социально-психологический, социологический. На личностном уровне исследуется личность предпринимателя и психологическая структура его профессионального действия. Поскольку сфера профессий, связанных с бизнесом, как мы уже говорили, в культуре нашей четко не определяется, психологически исследуют деятельность, связанная с получением прибыли, а это и есть суть предпринимательства. На данном уровне исследователи обращают внимание на личностные особенности людей

с склонностью к бизнесу, процессы самоопределения бизнесменов и самоопределения, факторы удовлетворенности деятельности и так далее. В процессе деятельности бизнеса уделяется особое внимание внутри личностному конфликту и психологическому кризису. Интересы исследователей также привлекают процессы решения бизнеса.

На уровне социально-психологического анализа изучают особенности организации и группы, которые занимаются производством и реализацией товаров и продуктов, закономерность возникновения, развития, функционирования бизнес организаций, а также аспекты совместной работы людей и др. Современное исследование в этой сфере рассматривает организацию инструментом бизнеса. То есть особенностями координации людей в деятельности организации: руководством, лидерством, стимулированием, разрешения конфликтных ситуаций и другими проблемами, возникающими в ходе организации.. Социальный и психологический уровни анализа также предполагают изучение проблем психологического взаимодействия в сфере бизнеса, делового партнерства, конкурентоспособности, бизнес-этики, репутации, доверия, и так далее. Основным вниманием уделяется социальные и психологические факторы индивидуального поведения, коммуникации и взаимодействия в бизнесе и в бизнес-среде. Основное место среди исследуемых феноменов, занимают стратегии ведения переговоров, методики разрешения конфликтов, принципы высоко эффективных переговоров и делового общения.

Бизнес на социологическом уровне в основном изучается как социальный институт, занимающий большое положение в жизни всего общества. Поскольку бизнес - это система социальных отношений и норм, объединяющая ценности и процедуры бизнес-организаций, отвечающие основным потребностям общества. Наиболее важные изучаемые вопросы - социальная ответственность бизнеса, проблемы взаимодействия всех заинтересованных сторон, имидж коммерсанта и бизнеса в обществе, и так далее.

Поэтому, с психологической точки зрения, бизнес можно предполагать с разных сторон, которые представлены ниже:

- В качестве особой деятельности, направленной на прибыль и предъявляемой определенным требованиям личности руководителя;
- Как организации группы людей, имеющих закономерности их возникновения, функционирования
- В качестве социального института, который оказывает значительное влияние на структуру общества и общественный порядок, социализацию населения и нормы общественного поведения.

Все выдвинутые аспекты деятельности бизнеса, личности, организации, социального института тесно взаимосвязаны, взаимно сочетаются и дополняются друг с другом. Таким образом, представители разных областей знания, которые различно изучают и интерпретируют бизнес, в какой-то степени относятся к этим сторонам бизнеса как к сложному общественному и психологическому феномену. Современный, пока очень молодой, бизнес-психология развивается, основываясь на всех трех вышеперечисленных уровнях бизнес-анализа. Такой многосторонний подход в бизнесе позволяет увидеться различными сторонами этой сложности в процессе обучения и практики бизнес-психолога. Этот путь является сложным, потому что он предусматривает адаптацию научного потенциала академической науки к решению практических задач, которые в любом прикладном секторе представляют большую сложность.

Основной целью исследований в области бизнес-психологии являются психологические механизмы и закономерности ведения бизнеса как сложные психологические феномены.

Главный приоритет исследования (предмет исследования):

- 1) Деятельность и характер бизнесмена: структура деловой активности, психология делового успеха, психологические аспекты принятия решений, профессиональное самоопределение и развитие и т.д. Например, в этом направлении изучается

профессиональное и социальное самоопределение человека в бизнесе, особенности мотивации к выбору одного или нескольких видов экономической деятельности, феномен профессиональной идентичности, эмоциональное истощение, профессиональная трансформация, и т.п.;

2) Организация как бизнес-инструмент: Психология управления персоналом, организационная культура, развитие, коммуникация, организационное образование и т.д. Важным направлением является динамика организационных явлений в условиях изменений, внешних и внутренних (кризис, реконструкция, смена собственника и т.д.);

3) Взаимоотношения между всеми заинтересованными сторонами (stakeholders), включая бизнес и сообщество. Они находятся в стадии изучения: вопросы социальной ответственности бизнеса, взаимодействия с деловыми партнерами, потребителями, социально-экономическая и культурная среда бизнеса, факторы экономического развития, психология межкультурного взаимодействия и др. Проводятся исследования потребительского поведения, методов и механизмов продвижения продуктов предпринимательской деятельности. Важное место занимают вопросы разрешения споров, вопросы ведения торговых переговоров и заключения сделок, вопросы делового общения. Среди представителей общественности и других социальных групп имидж бизнеса и бизнесменов также привлекает внимание.

Проблемы бизнес-психологии

В бизнес-психологии, как и в других разделах психологии, работа определяется не только их собственными особенностями, но и структурой психики и пониманием работы науки в целом.

Главная задача психологии заключается в изучении структур, механизмов, объективных закономерностей функционирования и становления психических явлений (психических процессов, состояний и личностных черт). Не менее важную роль играет изучение условий и механизмов практического применения полученных знаний о человеческой психике.

Из-за сложности принципа в психологии или науке усложняется набор задач, происходит переход от накопления реальных субстанций к составлению психологических концепций. Это может быть отражено в следующих задачах:

* Задачи обнаружения и анализа фактов (то есть описывают различные психологические феномены и проявляют их);

* Задачи накопления и анализа фактов, здесь выделяют наиболее важные факты, описывают явления);

* Задачи установления законов или закономерностей явления фактов, нахождения причинных связей);

* Задачи выявления законов или закономерностей построения научных концепций;

* Задачи по выявлению условий и форм практического применения научной концепций на практике. Это самая сложная часть задач, так как психологи испытывает организационные, материальные и социальные проблемы и вопросы морального и нравственного плана, которые являются для психолога самым сложным блоком задач. Любое внедрение реальных психологических знаний называется "Не навреди!", это не всегда возможно. В то же время психологам необходимо знать и "чувствовать" этику взаимодействия и многие другие аспекты жизни людей.

Мы делим работу бизнес-психологии на два основных блока:

1) Изучение бизнес-анализа как профессионального, социального и организационного фактора развития психических явлений, изучение психологических закономерностей и правил деловой активности, делового взаимодействия и т.д.;

2) Практический, который направлен на оптимизацию взаимоотношений между бизнесом и обществом, взаимодействие хозяйствующих субъектов друг с другом, повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов и поддержание психического здоровья.

На данном этапе формирования психологии бизнеса рассматриваются особенности психических процессов, задачи, связанные с накоплением реальных материалов о характере представителей бизнеса; благоприятных и неблагоприятных психических состояниях в условиях предпринимательской деятельности; признаки психологических явлений при планировании и осуществлении предпринимательской деятельности; организационные элементы бизнеса личностное развитие и т.д.

Основными целями исследования бизнес-психологии являются:

- * Разработка методологических, концептуальных и методологических проблем в области бизнес-психологии;

- * Систематический анализ деятельности людей, профессионального развития, личностного самоопределения в бизнесе, процессов принятия решений и т.д.;

- * Рассмотрение конкретных вопросов и результатов предпринимательской деятельности физических лиц;

- * Изучите организационный контекст бизнеса, модели эффективности и развитие бизнес-организации. Механизмы и эффекты взаимодействия между отдельными лицами и организациями при осуществлении предпринимательской деятельности;

- * Изучение взаимодействия хозяйствующих субъектов друг с другом, участия и конкуренции, конфликтов, переговоров, деловой этики и т.д.;

- * Исследует взаимоотношения между бизнесом и всеми заинтересованными сторонами, включая сообщества и отдельные группы (социальная ответственность и имидж бизнеса), а также результаты предпринимательской деятельности, имидж бизнес-организации и психологические механизмы формирования бренда и продвижения продуктов предпринимательской деятельности, потребительское поведение, товары и услуги.

Методы бизнес-психологии

Определение судьбы каждой области психологии осуществляется через развитие предмета и его методологии, то есть принципов и методов исследования.

Методика бизнес-психологии развивается на основе общих принципов психологии: детерминизма, развития, историзма, сплоченности, единства сознания, деятельности и общения, принципа индивидуальности. Особую роль играет методология практической социальной психологии.

Помимо этого, бизнес-психология может основываться на принципах, разработанных в соответствии со смежными научными дисциплинами: менеджментом, экономикой, социологией и т.д. К примеру, при исследовании аспектов психологии управленческой деятельности могут быть соотнесены характеристики принятия решений в организации, принципы, подходы, парадигмы, разработанные в соответствии с руководством. Управление основано на логической схеме управленческой деятельности, и его цели согласуются с инструментами и методами их достижения. В бизнес-психологии и теории менеджмента применяются схожие принципы: системы, программные цели, проекты. Даже маркетинговый принцип, который был правильным для надлежащего управления, все чаще применяется в психологии бизнеса, о чем свидетельствуют достижения в области изучения поведения потребителей. На самом деле психология и управление бизнесом решают общую проблему: как применить поведенческий подход к пониманию управления бизнесом.

Методы бизнес-психологии очень разнообразны, включая количественные и качественные исследования. Количественные исследования заключены на номотическом подходе, направленном на выявление общих закономерностей и глобальных механизмов совершенствования и развития индивида. Принцип, основанный на качественных

идиомах, который предполагает описание личности как продолжение традиции понимания психологии с определенной присущей ей целостностью. И то, и другое нашло применение в бизнес-психологии. К примеру, при изучении характера предпринимателей и делопроизводителей используются количественные методы, обзорные методы, тестирование и качественные методы (неструктурированные глубинные интервью, реперториальные сети).

Можно выдвинуть следующие группы методов бизнес-психологии: исследование, диагностика, коррекция, консультирование (включая коучинг). К основным методам диагностики входят наблюдения, тесты, опросы, интервью, анкетирование, анализ документов, контент-анализ и многие другие.

Давайте рассмотрим, как это делается, принимая во внимание детали его применения в бизнес-психологии.

Наблюдение - один из основных методов бизнес-психологии. В исследованиях он применяется для определения фактов поведения, отношения и т.д. Например, при исследовании особенностей деятельности и личности предпринимателя и т.д., но и в качестве сопровождения к реальной работе психолога, оценке уровня готовности сотрудников, реакции на инновации в организации и т.д., например, при обучении сотрудников работе с клиентами, используются комплексные методы мониторинга или сторонние организации ("таинственные покупатели").

В бизнес-психологии применяются все виды наблюдений.:

- * Открытый, когда человек знает, что за ним наблюдают, и наблюдатель знает, какие аспекты его поведения фиксируются;

- * Закрытый, когда реальность наблюдения скрыта от субъекта;

- * Активный, когда исследователь участвует в исследовательской группе или мероприятии, но человек не знает, что за ним или за ней ведется наблюдение•;

- * Когда третья сторона, исследователь, наблюдает за поведением субъекта или группы со стороны, не вовлечена в ситуацию.

Его преимуществом является возможность изучать явления в естественных условиях, что не мешает происходящему и не влияет на него. Недостатки этого метода связаны с влиянием личности наблюдателя, его настроения, настроенности, симпатий или антипатий на результат наблюдения (эффект ауры). Кроме того, психологи должны быть очень осторожны, потому что ситуация уникальна, она не может повториться.

Наблюдение, невзирая на похожую примитивность, требует внимательной подготовки. Этот метод предполагает целенаправленное, организованное понимание исследователем изучаемого объекта и объяснение выявленных фактов. Для этого необходимо создать программу мониторинга, учитывающую условия труда, конкретные параметры и т.д.

При подготовке к наблюдению следует соблюдать несколько требований.:

- * Объективность, концептуальность, то есть четкое понимание цели наблюдения, наличие программ и списка фиксированных параметров, наличие концепций;

- * Объективность в применении процедуры для уменьшения психического воздействия наблюдателя (технические методы определения наблюдаемых параметров и увеличения числа наблюдателей);

- * Поведение наблюдателя, требования к его интерпретации, например, разделение субъективной интерпретации и фактов, интерпретация после получения фактов.

В бизнес-психологии используются различные типы наблюдений. Часто это внешнее выборочное наблюдение. Психологи собирают основную информацию о поведении сотрудников, их взаимоотношениях друг с другом, стиле руководства и т.д. Но комплексный мониторинг также используется, например, для оценки результатов обучения сотрудников при подготовке к изменениям в организации и т.д.

Методы бизнес-психологии

Определение судьбы каждой области психологии осуществляется через формирования предмета и его методологии, то есть принципиальных подходов и методов исследования.

Методология бизнес-психологии формируется на основе общих подходов психологии: детерминизма, развития, историзма, сплоченности, единства сознания, деятельности и общения, принципа индивидуальности. Особую роль играет методология практической социальной психологии.

Кроме того, бизнес-психология может основываться на принципах, разработанных в соответствии со смежными научными дисциплинами: менеджментом, экономикой, социологией и т.д. Например, при изучении психологических аспектов управленческой деятельности могут быть соотнесены характеристики принятия решений в организации, принципы, подходы, парадигмы, разработанные в соответствии с руководством. Управление основано на логической схеме управленческой деятельности, и его цели согласуются с инструментами и методами их достижения. В бизнес-психологии и теории менеджмента используются схожие подходы: системы, программные цели, проекты. Даже маркетинговый подход, который был правильным для надлежащего управления, все чаще применяется к психологии бизнеса, о чем свидетельствуют достижения в области исследований потребительского поведения. На самом деле психология и управление бизнесом решают общую проблему: как применить поведенческий подход к пониманию управления бизнесом.

Методы бизнес-психологии очень разнообразны, включая количественные и качественные исследования. Количественные исследования основаны на номотическом подходе, направленном на выявление общих закономерностей и глобальных механизмов развития и формирования личности. Подход, основанный на качественных идиомах, который предполагает описание личности как продолжение традиции понимания психологии с определенной присущей ей целостностью. И то, и другое нашло применение в бизнес-психологии. Например, при изучении характера предпринимателей и делопроизводителей используются количественные методы, обзорные методы, тестирование и качественные методы (неструктурированные глубинные интервью, реперториальные сети).

Можно выделить следующие группы методов бизнес-психологии: исследование, диагностика, коррекция, консультирование (включая коучинг). К основным методам диагностики относятся наблюдения, тесты, опросы, интервью, анкетирование, анализ документов, контент-анализ и многие другие.

Давайте рассмотрим, как это делается, принимая во внимание детали его использования в бизнес-психологии.

Наблюдение - один из основных методов бизнес-психологии. В исследованиях он используется для выявления фактов поведения, отношения и т.д. Например, при изучении особенностей деятельности и личности предпринимателя и т.д., но и в качестве сопровождения к реальной работе психолога, оценке уровня готовности сотрудников, реакции на инновации в организации и т.д., например, при обучении сотрудников работе с клиентами, используются комплексные методы мониторинга или сторонние организации ("таинственные покупатели").

В бизнес-психологии используются все виды наблюдений.:

* Открытый, когда человек знает, что за ним наблюдают, и наблюдатель знает, какие аспекты его поведения фиксируются;

* Закрытый, когда реальность наблюдения скрыта от субъекта;

* Активный, когда исследователь участвует в исследовательской группе или мероприятии, но человек не знает, что за ним или за ней ведется наблюдение•;

* Когда третья сторона, исследователь, наблюдает за поведением субъекта или группы со стороны, не вовлечена в ситуацию.

Его преимуществом является возможность изучать явления в естественных условиях, что не мешает происходящему и не влияет на него. Недостатки этого метода связаны с влиянием личности наблюдателя, его настроения, настроенности, симпатий или антипатий на результат наблюдения (эффект ауры). Кроме того, психологи должны быть очень осторожны, потому что ситуация уникальна, она не может повториться.

Наблюдение, несмотря на свою кажущуюся простоту, требует тщательной подготовки. Этот метод представляет собой целенаправленное, организованное понимание исследователем изучаемого объекта и объяснение полученных фактов. Поэтому необходимо создать программу мониторинга, учитывающую условия труда, конкретные параметры и т.д.

При подготовке наблюдений следует соблюдать несколько требований::

- * Объективность, концептуальность, то есть четкое понимание цели наблюдения, наличие программ и списка фиксированных параметров, наличие концепций;

- * Объективность в использовании процедуры для уменьшения психического воздействия наблюдателя (технические методы определения наблюдаемых параметров и увеличения числа наблюдателей);

- * Поведение наблюдателя, требования к его интерпретации, например, разделение субъективной интерпретации и фактов, интерпретация после получения фактов.

В бизнес-психологии используются различные типы наблюдений. Часто это внешнее выборочное наблюдение. Психологи собирают основную информацию о поведении сотрудников, их взаимоотношениях друг с другом, стиле руководства и т.д. Но комплексный мониторинг также используется, например, для оценки результатов обучения сотрудников при подготовке к изменениям в организации и т.д.

Экспериментальные методы, основанные на моделировании ситуаций. В психологии целью исследования является выявление причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями. На методологию бизнес-психологии большое влияние оказали эксперименты, проведенные в области социальной психологии, социологии и психологии управления. Это уже стало классикой. 15 октября 2015-15 октября 2015-15 января 2015-15 января 2015-Майо и другие известные ученые, изучающие наиболее важные закономерности человеческого поведения, подняли вопросы о практиках, которые определяют свою деятельность под влиянием социально-психологических факторов и решают конкретные проблемы управления людьми на рабочем месте и в организации. Например, в эксперименте Хостона Майо и его коллег. В организациях, которые работают эффективно, было показано, что производительность рабочей силы в большей степени зависит от социально-психологических факторов, чем от физических. Таким образом, было выявлено влияние человеческих отношений в промышленных организациях на деятельность людей. Типы тестов делятся на лабораторные и естественные. Лабораторные исследования проводятся в помещениях, оснащенных специальным оборудованием, имитирующим реальные ситуации. В этом случае испытуемый сознательно участвует в подобных экспериментах. Естественное тестирование проводится в ситуациях, максимально приближенных к реальности, но люди могут не знать об участии в тестировании.

В бизнес-психологии обычно используются эксперименты в естественных условиях. Отдельные примеры использования экспериментальных лабораторных методов можно найти в изучении характеристик самовыражения, того, как реклама или бренды влияют на личность респондента, маркетинговых исследованиях.

Этот метод считается основным методом психологии, поскольку позволяет получать максимально объективные данные, изучать явления в их чистом виде, повторять изучаемые события, произвольно корректировать независимые переменные.

В то же время необходимо учитывать возможные ограничения этого метода. Наиболее важной проблемой в бизнес-психологии является экологическая валидность, то есть соответствие данных, полученных в результате экспериментов, реальности. Также

возможна проблема влияния тестировщиков на результаты обработки и интерпретации данных. Поэтому в рамках экспериментальной психологии необходимо соблюдать несколько требований для проведения хорошо проработанных экспериментов.

Давайте обратим внимание на основные требования к проведению экспериментальных методов в бизнес-психологии:

- * Контроль условий эксперимента и ограничение факторов, влияющих на постоянные переменные;

- * Добровольное участие отдельных лиц в экспериментах;

- * Проводить измерения в экспериментах и контрольных группах;

- * Использование технических средств для фиксации результатов;

- * Точный отбор выборки, т.е. представление выборки;

- * Детальная разработка тестовых программ;

- * Статистический анализ достоверности результатов.

В бизнес-психологии эмпирические методы используются для получения более объективной информации о возможных последствиях принимаемых мер: организационных изменениях, управлении проектами, внедрении комплаенс-программ, оценке и обучении сотрудников. Они также используются для выявления проблем, связанных, например, с характером управленческих решений, системой коммуникаций организации и т.д.

Тест - это стандартизированное тестирование, в ходе которого человек выполняет задание или отвечает на вопрос. Данный метод имеет обширное распространение за счет очевидным преимуществ прикладной психологии. Тест ясно стандартизирован, прост в использовании и помогает взять конкретную информацию о человеке за относительно короткое время. Помимо этого, тест пользуется относительно высокой эффективностью.

В психологии имеются некоторые виды тестирования: тренировочные, проектные, диагностические, ситуационные и др. Ситуационное тестирование по своей сути близко к естественному тестированию. Скажем, когда испытуемый вовлечен в какую-нибудь определенную ситуацию, когда закрепляются точные категории его поведения.

Невзирая на преимущества данного метода, необходимо также отметить, что существуют такие лимиты, как средняя статистическая норма, индивидуальный подход, основанный на риске случайных ошибок, потери среднестатистического человека.

Следовательно, вы должны соблюдать ряд требований к тестированию:

- * Анонимность и конфиденциальность изучения;

- * Используйте тест по назначению, т.е. на основе теоретической модели узнаваемого явления или душевного состояния.;

- * Условия тестирования (время, место), подлежащие государственному контролю;

- * Четкие инструкции, стандартные бланки, наличие необходимого оборудования.

В бизнес-психологии используются различные виды экспериментов, мы объединяем их в несколько групп.

Первый групповой тест, направленный на распознавание личностных качеств бизнесмена, заключается в выявлении качеств, которые помогают реализовать репертуар ролей (например, начать собственное дело, стать лидером и руководительницей, создавать перспективы для бизнеса, вести переговоры, увеличивать материальные ресурсы, ценить здоровье и время и т.д.). Такие эксперименты широко доступны на интернет-сайтах, потому что они востребованы многими начинающими и опытными бизнесменами. Они используются в качестве метода диагностики (и, возможно, роста) в консультировании и коучинге.

Тест второй группы используется рекрутинговыми компаниями и кадровыми агентствами с целью определения уровня профессиональной подготовки и качества специалистов по подбору персонала. В таких случаях бизнес-психология в основном использует арсенал психологических экспериментов.), личностный тест (Т. Ларри Ли, Д. Кеттела и др.). Кроме того, используются тесты, предназначенные для выявления

профессиональных характеристик специалистов (например, умение работать с информацией, грамотная подготовка документов, наблюдение за партнерами по переговорам и т.д.).

Тест третьей группы обычно тестируется в пределах таких прикладных исследований как в области психологии рекламы, потребительского поведения в области нематериальных услуг и консультирования. Скажем, воздействия рекламы, организация пространства в супермаркетах, влияние личностных характеристик потребителей на бренды, поведение на рынке товаров и услуг на решения потребителя о покупке.

Кроме того, экспериментальные группы могут быть диагностированы с целью изучения организации (организационная культура, структура, взаимоотношения и т.д.). Однако в данном контексте больше использовался метод обзора.

Методы опроса (анкетирование, интервью, беседы), скорее всего, наиболее известны в бизнес-психологии. Они способствуют нам проводить обширные исследования и брать огромный объем важной статистической информации. Без этих методов нет возможности провести маркетинговое исследование, оценить качество деятельности, выявить отношение к организациям, компаниям и т.д.

Допустимым недостатком данных методов может быть субъективизм или формализм в ответе респондента. Таким образом имеются некоторые требования к ответам на вопросы в анкетировании и собеседовании. К примеру, самыми применительными требованиями для составления вопроса являются:

- * Использование вопросов разных параметров: обязательных (что человек знает об изучаемом предмете или теме), информационных (используемый источник информации), относительных (установки, мнения, темы, порожденные изучаемым предметом);

- * Предлагайте конкретные ответы с четкими, простыми для понимания и краткими формулами.;

- * Неоправданность социально одобренных или отказных выражений;

- * Не принимать предложенные, неэтичные или исчерпывающие вопросы;

- * Выберите правильный тип вопроса (закрытый-открытый, прямой-косвенный и т.д.).

В бизнес-психологии опросы (устные и письменные) получили большое применение. Практически это не может быть реализовано без изменений. Они используются для проектной работы, исследования рынка и потребителей, подготовки рекламы и переговоров и т.д.

Методы анализа документов и результатов работы играют важную роль в психологических исследованиях бизнеса. Кроме того, это связано с решением ряда задач науки, особенно нижеследующих: анализ продуктивности предпринимательской деятельности, аналитика и рационализация взаимоотношений бизнеса и социума, исследование итогов делового взаимоотношения, повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. Ни одна из них не может быть решена без использования объективных показателей. Например, для оценки деловой активности бизнесмена недостаточно его субъективных представлений о ее уровне и динамике. Важна оценка фактического размера бизнеса, его положения на рынке и динамики выручки по сравнению со средними показателями по отрасли и региону.

Поэтому при изучении организационной стороны бизнеса объективная информация, необходимая для анализа, может быть использована в должностных инструкциях, документах, регламентирующих кадровую политику организации, выражениях миссии и стратегиях взаимодействия с деловыми партнерами, кодексах этики и других составляющих организационной культуры и т.д. Текущее состояние кадров, уровень и структура материальных и нематериальных стимулов к труду, документы, отражающие квалифицированные социально—демографические характеристики сотрудников, - все это важно для исследователей организационных и психологических явлений.

Полезными реальными данными для изучения имиджа хозяйствующего субъекта могут быть сведения об истории создания компании и факты, полученные из биографии персонажа. Публикации играют важную роль в средствах массовой информации, посвященных организациям и лидерам, и, конечно, важна информация о них, которая транслируется в Интернете. Поэтому для изучения психологии бизнеса важно отражать не только объективные характеристики деятельности, но и в сознании представителей различных групп: сотрудников организации, партнеров, потребителей, широкой общественности.

В последнее время методы компьютерного моделирования все чаще используются в бизнес-психологии. Их направленность очень разнообразна. Например, он используется для изучения процесса принятия решений. В этом случае моделируется определенная бизнес-ситуация: условия, роль партнеров по взаимодействию и т.д. В этом случае моделируется проблемное состояние деятельности и профессионального взаимодействия, оценивается эмоциональная реакция сотрудника и выбор конкретной модели поведения. В современной науке существует множество успешных попыток применить модели в определенных исследованиях. Например, разработка моделей механизмов процессов социальной мобильности, репродуктивных процессов образования населения, процессов на уровне коллективных групп и т.д. Однако дальнейшему развитию методов моделирования препятствует значительный разрыв между динамическим многофакторным определением реальных психологических процессов и ограниченным набором этих элементов в статических математических моделях.

Другим типом способа изучения психологических процессов в процессе деловой деятельности является игровой метод. Бизнес или симуляция - это игра, которая позволяет вам моделировать бизнес-ситуации и воспроизводить ключевые элементы и показатели с течением времени, включая различные формы взаимодействия между бизнес-субъектами. Такие игры позволяют выявить основные характеристики различных бизнес-процессов и оценить эффективность различных стратегий в соответствии с интересами участников. В зависимости от функционального назначения деловые игры делятся на три типа: обучающие, навыкам взаимодействия и оптимальным стратегиям поведения во время выполнения; производственные, которые используются для решения практических задач в организации бизнеса; исследовательские, выполняющие диагностические функции. Репрезентативные игры (их появление взаимосвязаны с такими знаменитостями как Г.П. Щедровицкий А. Зиновьева, М.К. Мамардашвили, Б.А. Грушина) ориентированы на разработку инновационных, нестандартных идей и подходов к решению проблем и развитие возможности получения данных для психологических работ. Этот тип игры позволяет достичь следующих результатов: идей для решения сложных (сильно структурированных) вопросов; интеграции групп менеджеров, сосредоточенных на реализации программ, разработанных в ходе игры; участники овладевают новыми эффективными методами принятия решений. При игре в демо-игры применяются несколько приемов, которые можно отнести к распределению, проблематике, постановке целей, самоопределению, рефлексии, планировке, анализу позиции. Игровой этап строится в соответствии с алгоритмами, которые решают значимые задачи, и динамикой формирования групп.

2. Психология бизнеса: место в системе наук и его становление как направления в психологии

Бизнес-психология создается благодаря тесному контакту с другими дисциплинами психологии, которая детерминируется потребностями логики и практики развития науки. Принимая во внимание многообразие бизнеса, спектр возможностей для проведения психологических исследований в этой области, как говорится, бизнес-психология, в соотношении от перспективы работы психолога, зависима существенно со всеми сферами психологии. Как никак рассмотрев основные характеристики развития бизнес-психологии,

обнаружим большую связь с трудовой психологией, организационной, социальной и экономической психологией. Давайте по подробнее остановимся на этом вопросе.

Ключевой основой для формирования бизнес-психологии является общая психология, изучающая в основном когнитивную и практическую жизнедеятельность человека. Деятельность профессионального психолога невозможна без обращения к устоявшимся представлениям об общих теоретических принципах, подходах, методах и основных научных концепциях. Но это также помогает бизнес-психологам идентифицировать и сохранять свои лица в динамичных междисциплинарных условиях, в которых они растут и работают. Психология личности имеет такое же фундаментальное значение, как изучение природы и структуры личности по отношению к другим людям, миру, обществу. При проведении большого количества бизнес-исследований, например, характеристик профессиональной деятельности и компетенций, характера предпринимателей и т.д., необходимо ссылаться на данные, полученные в соответствии с общей психологией и психологией личности.

Бизнес-психология в отечественной литературе наблюдается как функциональная область экономической психологии. В частности, во времена накопления знаний об экономическом восприятии и поведении, что образует полную тему экономической психологии, возникла необходимость в новом подходе к бизнесу в виде всестороннего многомерного анализа явлений и психологических проблем. Самым подходящим приоритетным направлением является корпоративная психология, но проблемы бизнеса исследуются и в других областях экономической психологии, таких как принятие экономических решений, психология переговоров и сделок, психология экономических кризисов и конфликтов, психология отношений собственности и финансовая психология. Главными явлениями, привлекающими взгляды экономических психологов в этой области, являются выбор людьми вида предпринимательской деятельности, взаимоотношения владельцев бизнеса, менеджеров и наемных работников, лидерство и менеджмент, конкуренция и сотрудничество, феномен совместной деятельности организации, эффективность управления персоналом на различных этапах организационном развитии, мотивации работников, этических проблемах, конфликтах и других.

Равным образом, экономическая психология формировалась в соответствии с социальной психологией с целью изучения знаний людей друг о друге, их взаимоотношений и взаимовоздействий. Законы и факты, которые были выявлены в психологии социальных отношений, являются контекстом многочисленных исследований в сфере бизнес-психологии, в частности в тех, которые относятся к психологии деловых отношений. В случаях рассмотрения проблем воздействия бизнеса наблюдается как социальная среда для личности, играющая важную роль в реальной работе. Таким образом, психология социальных отношений, вместе с общей психологией, является содержательным базовым ядром психологии деловых отношений. Самым близким направлением даже синонимичным к некоторым подходам бизнес-психологии является организационная психология, изучающая психологические вопросы организации и управления, проблемы мотивации, обучения и развития трудовых ресурсов, подбор и селекцию персонала для бизнес-организаций, организационное поведение, лидерство и т.д. Забавно, что в 80-х годах 20-го века коучинг как известное направление бизнес-психологии был отделен от организационной психологии.

Это также связано с бизнес-психологией, психологией труда (профессиональная психология, промышленная психология), и на протяжении многих лет проводились исследования факторов человеческого производства, формирования концепции трудовой деятельности, основных требований к специалистам всех специальностей. В психологию труда входят разделы, которые относятся к изучению особенностей работы и условий труда в отношении различных профессий, например, инженерной психологии, военной, юридической, бизнес-психологии, спорта, творческой деятельности и др. Действительно,

в этом смысле бизнес-психологию можно считать частью экономической и социальной психологии, а также психологии труда. Классики психологии труда Е. А. Климова, В. Д. Шадрикова, Б. Ф. Ломова и др. позволяют психологически понять и объяснить многие процессы, происходящие в бизнес-среде и которые связаны между собой.

Что касается положения бизнес-психологии в научной системе, то можно подчеркнуть ее значимость для других уже сложившихся областей психологии: возрастной, образовательной, дифференциальной психологии, психометрии и т.д.

Возрастная психология, или, как в нынешних исследованиях, психология развития, рассматривает развитие психических процессов на всех стадиях онтогенеза. В некоторых разделах данного направления напрямую связаны с проблемами бизнес-психологии, например, акмеологии, которая исследует закономерности и механизмы достижения человеком пика профессиональных высот.

Педагогическая психология – это изучение роли процессов подготовки и образования в развитии личности человека. Система методик, фактов, закономерностей, рассмотренных в этом направлении, основывается на разработке программ профессиональной подготовки, выборе оптимальных методик подготовки кадров и т.д.

Дифференциальная (или сравнительная) психология исследует типологические различия индивидов и другие различия психических состояний человека. В основе принципов и методов данного направления лежит построение типологических характеристик трейдеров, бизнесменов, проведение дифференциальных исследований и т.д.

Психологическая лингвистика, исследующая фонетическую составляющую психики, которая является средством вербальной коммуникации, очень важна для изучения таких механизмов и характеристик, как самовыражение, маркетинговые коммуникации, психология рекламы и т.д.

Возможно было бы, продолжить список психологических глав, с которыми работает бизнес-психология. Но при этом, важно отметить, что бизнес-психология развивается в соответствии с тенденциями, возникшими в психологии, обогащая их новыми идеями и подходами.

Становление психологии бизнеса как направления в психологии

Психология бизнеса уже давно сформировалась в направлении психологии в связи с развитием психологии, формированием экспериментальной и практической психологии, а также становлением самого бизнеса как сложной социально-экономической реальности общества.

В литературе встречаются различные названия этого нового направления, которые на самом деле означают очень похожие понятия. "Психология бизнеса" и "Психология бизнеса". В иностранной психологии рассматривается обширный спектр понятий: бизнес-психология, деловая психология, бизнес-психология, психология и предпринимательство. Разнообразие существующих концепций утверждает, что это направление психологической дисциплины находится на стадии становления и, следовательно, пока не принято ни в одном варианте. Суммируя разные высказывания, мы можем сказать, что бизнес-психология развивается как практическая область экономической и социальной психологии.

В зарубежном опыте создание школы научной и практической психологии бизнеса в основном опирается на опыт британских университетов и профессиональных организаций. Учебники по бизнес-психологии издавались внутри страны трижды.

Согласно интегрированной логике развития прикладной психологии, следует отметить, что традиция подготовки непосредственно бизнес-психологов сформировалась в Англии (в отличие от Соединенных Штатов, где существуют, например, организационная психология, психология труда и т.д., приложение предназначено для профессионалов данной спецификации).

Известность британских бизнес-психологов привела к возникновению нескольких ассоциаций этих специалистов, основными из них являются Ассоциация бизнес-психологов и Форум бизнес- и потребительской психологии. Главным учебным центром для бизнес-психологов в мире является Лондон. Подготовка бизнес-психологов в нескольких университетах - Лондонском университете, Лондонском Метрополитен-университете, Вестминстерском университете, Кингстонском университете, Лондонском городском университете - является научным, финансовым и промышленным центром мира.

Помимо этого, в нескольких университетах Великобритании существуют учебные программы для бизнес-психологов. Следует подчеркнуть, что объем программ непрерывно увеличивается. В то же время специализация происходит, например, в программах, разделенных на программы по бизнес-психологии и психологии потребителей. Важно, что история появления подобных программ и их последующее совершенствование отражают междисциплинарный характер данного направления. Обычно программы открывают люди с психологическим и бизнес-образованием. Кроме того, некоторые программы бизнес-психологии изначально были открыты в соответствии с бизнес-школами.

Бизнес-психологию можно выделить как раздел психологии, изучающий бизнес и направленный на совершенствование отношений между бизнесом и обществом и оказание помощи всем заинтересованным сторонам и хозяйствующим субъектам. Бизнес-психология тесно взаимосвязана с иными психологическими науками и дисциплинами. Давайте выделим из них наиболее важные вещи: психологию мышления, психологию творческого развития, социальную психологию, психологию личности, психологию управления, менеджмента, экономическую психологию, особенно предпринимательскую психологию, экономику.

3. Бизнес как социально-экономический феномен

В экономике это включает в себя появление дополнительных продуктов, обмен и распределение товаров и услуг, денежный эквивалент "универсальных продуктов", системы оплаты труда, бухгалтерский учет, страхование, банковские системы, биржевую деятельность и т.д. Считается исторической предпосылкой коммерческой деятельности. Многие работы, в том числе Д. Кизера и Ч. Барнарда, анализируют историю возникновения и развития бизнеса. Однако для того, чтобы понять психологические аспекты этого феномена, важно подчеркнуть, что все рассмотренные бизнес-предпосылки сложились при разработке новых аспектов бизнес-психологии. Поэтому обмен требовал высокой мотивации исполнителей, умения вести переговоры, способности преодолевать предрассудки категории "мы и они" и т.д. Система компенсаций требовала понимания страховой, банковской систем, биржевых операций, процессов стратегического планирования для разработки оптимальных способов стимулирования и развития мотивации сотрудников, процессов интерактивного общения консультантов с клиентами, стимулированного влияния на состояние спроса и предложения, политические события, общественное мнение и т.д. Несмотря на долгую историю и широчайший масштаб бизнеса, трудно четко определить бизнес, поскольку в литературе на эту тему существуют противоречивые мнения. "Бизнес", "квазибизнес", "предпосылки для бизнеса" - эти и другие понятия на самом деле отражают различные формы деятельности, направленные на получение прибыли (прибыльной или же нет, оно зависит от множественных факторов).

4. Определение, критерии и виды бизнеса

Каждая культура имеет свои собственные воображения о бизнесе и бизнесменах. Во многих областях научной и практической деятельности человека используются эти слова, в экономике, социологии, психологии, истории, менеджменте и т.д. Хотя слово "бизнес" очень широко употребляется трудно сформулировать однозначный ответ на этот вопрос. Рассматривая предложенные определения бизнеса в различных глоссариях, было показано, что это понятие имеет различный социокультурный контекст, зависящим от социально-экономического строя страны, а также формирования рыночной экономики.

Термин "бизнес" буквально в переводе от английского слова business имеет значение любое дело, целью которого является приобретение дохода. Следовательно, бизнесмен - это человек, который занимается бизнесом. Похожие названия в русском языке - деловые люди, бизнесмены, антрепренеры. В Американском токовании бизнес объединяет производство и предоставление услуг и потребительских товаров, то есть бизнес, связанный с торговлей, а коммерция - деятельность, связанную с обменом и доставкой потребительских товаров, промышленность - деятельность, связанная с производством потребительских товаров; транспорт — деятельность, связанная с обеспечением перемещения товаров народного потребления через железные дороги, суда, автобусные маршруты и т.д.

* Бизнес - это любая деятельность, целью которого является получение прибыли. Десять лет спустя в энциклопедии 1967 года (International Encyclopedia) подтверждает, что бизнес - это деятельность различных людей, занимающихся покупкой и продажей товаров и услуг с целью получить прибыль. В Американской энциклопедии бизнес воспринимается как финансовая, деловая или предпринимательская деятельность, которая требует от людей времени, внимания и труда и характеризуется капиталовложениями, направленными на получение прибыли или улучшение. В следующей версии предлагается несколько типов понятия "бизнес": деятельность, в которой участвует человек; деловые, промышленные или профессиональные сделки; коммерческие предприятия; объем коммерческой торговли; поддержка, коммерческое распространение, управление; интерес или озабоченность; серьезное дело; синонимы слова "дело, занятие"; внезапные действия актеров на сцене, чтобы заполнить словесные оскорбления, паузу.

Во французском толковом словаре содержится следующие виды определения "бизнес": "Деятельность, направленная на финансы и предпринимательство; работа; перепутанное или подозрительное занятие".

Деловые люди это бизнесмены. Какие слова применяются в русском языке для обозначения видов деятельности, составляющих содержание бизнеса, тех, кто занимается этой деятельностью, при анализе внутренних ресурсов, в основном согласно толковому словарю В. Даля. Важно подчеркнуть, что в словаре В. Даля нет слов "бизнес" или "бизнесмен". Но его частично заменяют слова коммерция, коммерсанты, торговля, - промыслы купцов, коммерческие обороты, коммерческие торги и т.д.

Некоторыми синонимами английского слова "бизнес" являются слова "enterprise" - такое же дело, как те, которые требуют средств. Предприниматели склонны к большому обороту, а компании могут это сделать. Смелый, решительный и отважный в этом виде бизнеса. "Предприниматель" - человек, который выполнил какую-то работу. В словарях на иностранных языках бизнес считается характерной чертой капиталистических стран, то есть все виды деятельности, приносящие личный доход или прибыль, а также экономическая деятельность, приносящая дивиденды. Бизнесмен - в капиталистической стране - делец, коммерсант, антрепренер; обычно человек, который ведет прибыльный бизнес.

Понятие бизнеса, представленное в "Советской энциклопедии" (1964), отражает политический смысл этого термина. В советских источниках бизнес считается делом, связанным с предпринимательской деятельностью, личными выгодами, коммерческой деятельностью. При этом бизнесмен является деловым, коммерческим, предпринимателем, капиталистом, который пытается извлечь большую прибыль, никак не

гнущаясь на личную наживу. Описывая и саму работу и тем более ее субъекта, бизнесмена, очевидна политическая окраска существующих связей с общественностью, отношение к бизнесу и людям, занимающимся этим делом.

В результате пересмотра определения бизнеса это понятие ассоциируется с предпринимательской деятельностью, которая является одной из форм. Существует множество видов деятельности, таких как покупка и продажа, производство, финансы, торговля и услуги. Все они имеют положительные и отрицательные аспекты, связанные с местом бизнеса в общественных отношениях. Важно, чтобы проблемы бизнес-типа начинались с понимания общей концепции развития в этой области более широким сообществом (странами, регионами и т.д.).

Мы можем говорить о производстве товаров и услуг, о стране. В нем показаны наиболее важные элементы экономического развития страны или региона. Например, сделайте ставку на Японию в 21 веке. В развитых странах мы фокусируемся на инновационном и технологическом бизнесе, включая образование, науку и технику. В Соединенных Штатах этот рейтинг продвигает частные компании, технологии, информацию и интеллектуальные возможности.

Большой интерес уделяется бизнес-знаниям, навыкам и образовательным возможностям сотрудников. Страны постепенно начинают формировать свою собственную концепцию развития бизнеса. Даже при наличии понимания бизнес-психологии и дополнительных навыков вопросы о типах бизнеса важны. В плане этого, мы знаем, что каждый бизнес - это разнообразие, своя собственная важная сфера, область коммуникаций, внутренних и внешних вопросов. Важно учитывать формирование исследовательской, практической деятельности и психологических гипотез. Вид бизнеса определяется по определенным критериям, к примеру:

- * услуги по организации компаний в сфере производства и сервиса - точные направления производства, конкретные регионы (города, области, страны);

- * Креативные компоненты, передовые научные технологии - традиционный или инновационный бизнес)

- * Организация хозяйственной деятельности: макробизнес в государстве, республике в целом; мезобизнес по отдельным сферам, отраслям, секторам экономики; микробизнес по отдельным предприятиям, школам и так далее;

- * Государственный и юридический статус - официальный и «теневой» бизнес;

- * Главные этапы воспроизводства: производственный бизнес производство продукции и услуг; бизнес в области обращения - коммерция, оптовая и розовая торговля, биржевая торговля, банковское обслуживание и т.д.; бизнес в области обращения - коммерция, оптовая и розовая торговля, биржевая торговля, банковское обслуживание и т.д. Бизнес в сфере коммерческого посредничества, бирж труда, и пр.; бизнес в области потребления услуг в рамках хозяйства и пр.; бизнес в области потребления услуг в рамках хозяйства и пр.

Таблица 1.1. Основные виды собственности и формы бизнеса

Виды собственности	Формы бизнеса
Частная собственность на средства производства	Бизнес в сфере производства товаров и услуг (предпринимательский бизнес)
Частная собственность на ресурсы домашнего хозяйства	Потребительский бизнес
Частная собственность на рабочую силу	Трудовой бизнес
Государственная собственность	Государственный бизнес

Таблица 1.1 содержит основные виды бизнеса по видам частного имущества, которые составляют основу бизнеса.

Поэтому, бизнес как деятельность, ориентированная на получение прибыли, имеет свой собственный многогранный характер, который психологам, работающим в бизнес-

организации, полезно проанализировать, чтобы более эффективно реализовать цели и психологические предпосылки своих исследований и практики.

5. Бизнес как системное явление

Для того чтобы проводить психологические бизнес-исследования, актуально базироваться на основные принципы психологической науки, среди которых центральное место занимает принцип системности. В соответствии этому подходу, бизнес можно рассматривать как системное явление, то есть своего рода единство, обладающую уникальными свойствами, отличающимися от его составляющих. В это время возникает сразу несколько вопросов: что включает в себя бизнес-структура? Каковы отдельные компоненты и цели бизнеса? Каковы основные особенности феномена консолидации бизнеса? Однако сама бизнес-структура подлежит особому анализу.

Трудность в исследовании бизнес-структур обусловлена разнообразием этих явлений и тем фактом, что исследователи не предполагали бизнес с этой точки зрения. В то же время системный характер бизнеса подчеркивается представителями психологической науки и самими бизнесменами. Имея ввиду о структуре бизнес-психологии, важно отметить общее представление о структуре рассматриваемого феномена. Давайте вернемся к словарю "Психология" (1992). Структура относится к набору стабильных связей между компонентами, которые гарантируют единство и уникальность объекта.

Следует отметить, что концепция структуры основана на принципе когерентности, то есть психические феномены рассматриваются как нередуцируемая система в сумме структурированных элементов, а свойства элементов определяются их местом в структуре. Структура и свойства связей внутри системы - это структура системы, которая не меняется при изменениях в системе (в определенных пределах), например, при изменении состава ее элементов.

Эта структура представляет собой не только целостное единство, связь со всей инфраструктурой, а многоярусную пирамиду, каждая из которых одновременно является основой для следующей, но автор считает, что существуют и другие структуры. без этого это немислимо. В Философском словаре структура (от латинского structure, организация, порядок) понимается как совокупность устойчивых связей объектов, обеспечивающих сохранение фундаментальных свойств при различных внешних и внутренних изменениях. Основные характеристики самой системы, ее неизменяемые аспекты. Таким образом, при анализе структур использование концепции систем практически неизбежно, что еще больше затрудняет изучение психологической структуры общественных идентичностей.

Проблема, связанная с концепцией систем, имеет большое количество объяснений в различных направлениях науки. Например, в работах В.Н. Садовского представлены описания более 30 систем, используемых в различных областях науки и практики. Таким образом, планируя психологическое исследование вашего бизнеса, очень важно определить границы исследуемого феномена. В нынешних исследованиях широко используется понятие системы, разработанное в рамках концепции системного формирования профессиональной деятельности В.Д.Шадрикова. в соответствии с этой концепцией, система - это структура, которая, как предполагается, связана с определенной функцией и отвечает нижеследующим критериям.

- 1) что-то неразрывно связанное с окружающей средой;
- 2) функция целостности;
- 3) ограниченный набор взаимозависимых элементов, дифференциальная целостность которых гарантирована качественно и количественно;
- 4) отдельные элементы взаимодействуют в соответствии с общим назначением системы;

- 5) свойства системы не сводятся к свойствам компонентов;
- 6) система находится во взаимодействии информации и энергии с окружающей средой;
- 7) система изменяет свойства функции в зависимости от информации о полученных результатах;
- 8) система является адаптивной. В литературе можно встретить такие понятия, как "система", "функциональная система", "динамическая система".

По исследованиям В.Д.Шадрикова, слова "система" и "функциональная система" являются синонимами, потому что система всегда функциональна. "Динамическая система" - это система, которая развивается с течением времени, сохраняя функциональность при одновременном изменении структуры своих компонентов и связей между ними. Таким образом, когда мы говорим о структуре, мы обычно подразумеваем некую совокупность, ее элементы определенным образом связаны друг с другом, но важны связи и функции (свойства) последних.

Система - это структура, сконфигурированная для достижения конкретной цели, но более совершенная, и успех системы в достижении функциональных целей определяется не характеристиками отдельных компонентов, а характеристиками их взаимозависимости и взаимного влияния. Чем совершеннее расположение элементов, чем ближе друг к другу, тем эффективнее работает система. Все системы являются структурами, но не все структуры являются системными. На начальном этапе развития системы объекты играют лишь структурную роль, и только в процессе деятельности и развития приобретают системные свойства. Тот же результат может быть достигнут благодаря возможностям систем с различными структурными характеристиками. Один и тот же элемент может создавать различные системы в зависимости от его предполагаемого назначения. Процесс разработки системы рассматривается как создание системы и подразумевает формирование состава компонентов, установление взаимозависимости элементов, совершенствование и развитие, то есть оптимизацию исходной структуры в соответствии с поставленными целями системы.

Поскольку структурные компоненты или элементы являются условно неделимыми и относительно сопоставимыми частями, анализ компонентов структуры или системы представляет собой описание набора элементов, составляющих структуру или систему. Функция элемента (системы, структуры) заключается в достижении некоторого результата.

Структурный и функциональный анализ - это выявление важных взаимосвязей между структурными элементами и их функциональной значимости для достижения поставленной цели. Эти представления о структуре систем и явлений дополняются идеями, разработанными Джеймсом Келли в рамках конструктивной замены, а именно психологическими системами, которые учитывают определенный диапазон приспособленности и концентрацию приспособленности. Поле системных событий содержит поддомены проблем, для решения которых эта система работает лучше всего.

Каждый индивид создает свой собственный способ видения и понимания мира, в котором он живет, социальных взаимных отношений и зависимостей. В соответствии с этим видением он создает структуры и использует их в существующих социальных отношениях. Иногда его структура делится на группы систем. По словам Келли, их объединяет суб- и суперсвязь. Таким образом, одна и та же самопрезентация часто рассматривается как две или более систем с определенной концентрацией и ограниченным диапазоном конвергенции. Исходя из выбранного подхода, можно сказать, что бизнес - это сложная, организованная, структурированная и целенаправленная система, направленная на обеспечение соответствия требованиям, то есть на создание продуктов и услуг нового характера, востребованных в обществе.

*Бизнес - это тщательно организованная система, направленная на создание и продажу продуктов или услуг инновационного характера, востребованных обществом или

группой людей. Что такое бизнес-функции? Его основная функция заключается в получении дохода. Однако было бы неправильно ориентироваться только на упрощенное понимание особенностей бизнеса, это тщательно организованная деятельность, которая привлекает множество интересных, активных и очень творческих людей.

С психологической стороны главными функциями бизнеса считаются создание и продажа товаров и услуг нового характера, которые востребованы обществом, группами и отдельными лицами. Такое понимание бизнес-функций помогает внедрять психологические практики, которые предполагают сотрудничество с представителями бизнес-организаций посредством подбора диагностических процедур, консультаций и обучения персонала, направленных на развитие бизнеса.

Основной функцией этого бизнеса является создание и продажа продуктов и услуг с новыми характеристиками, необходимыми обществу. Проблемы, связанные с системным характером бизнеса, заключаются в распределении основных компонентов и характеристик структуры. Рассмотрим пример интерпретации основных характеристик бизнеса как системы, согласно методам, ранее выделенным при идентификации участников бизнеса (социально-экономическим, социально-психологическим). Социально-экономические методы бизнес-анализа предложены в работе Самохина и Нортби Самохиной "Искусственный интеллект: удобство, полнота, противоречивость, активность".

Эти свойства хорошо соответствуют предлагаемым выше представлениям о системе и структуре феноменов. Целесообразность - это концентрация возможностей начать бизнес, который включает эти элементы во все, что приносит доход и прибыль прибылей. Самые высокие бизнес-цели часто продиктованы требованиями так называемого закона о свободной конкуренции. Высшие цели делятся на более конкретные, которые служат средством достижения первой цели. Например, если высшей целью любой компании является получение прибыли, то вам необходимо разработать технологии для ее достижения. Тогда цель технологического развития компании становится средством получения прибыли. Целостность обоозначает, что бизнес проникает во все отрасли, секторы, территории и элементы экономики в объеме, необходимом для полной реализации его максимальной цели - увеличения прибыли и дохода.

То есть бизнес должен свободно входить в сферу жизнеобеспечения в этих конкретных условиях. Запреты и ограничения на предпринимательскую деятельность должны быть снижены до разумного уровня. Невозможно представить бизнес без окружающей среды и ее основных характеристик: конкуренции, инфраструктуры (биржи, банки, информационные системы, акционерные общества, фирмы, консалтинговые и аудиторские компании и т.д.), менеджмента, маркетинга, финансовой системы, юриспруденции и т.д.

Непоследовательность означает, что бизнес должен находиться в состоянии конфликта, потому что это источник любого прогресса. Существует множество конфликтов между предприятиями и работниками, потребителями и производителями, бизнесом и профсоюзами или государственными учреждениями. При нормальных обстоятельствах все эти конфликты являются источником развития бизнеса, укрепления и упрочнения его целостности. Однако в конфликтных ситуациях, неподконтрольных интеллигентной общественности, возможны события, полные исторического драматизма, и известные из них не только укрепляют, но, наоборот, сильно ослабляют бизнес-систему. Это социально-политические потрясения, гражданские войны, национальные и религиозные бунты. Базовые принципы ведения бизнеса, такие как гражданская частная собственность, конкуренция и экономическая свобода, иногда полностью утрачиваются.

Суть этого бизнеса заключается в полном контроле над собственной собственностью, развитии бизнеса на конкурентной основе с другими сторонами (контрагенты являются сторонами контрактов, связанных друг с другом) и, наконец,

бесплатной выгоде в соответствии с законом, трудом, способностями и удачей. Состоит из человеческой деятельности. Активность заключается в том, что бизнес - это социальное явление, которое тесно связано с социальными системами и деятельностью людей. В идеале каждый предприниматель должен свободно выбирать свой бизнес на законных основаниях, не вмешиваясь в развитие своего бизнеса и предпринимательской деятельности, не нанося незаконного вреда другим. Оптимальной деятельностью предпринимателей обычно является благосостояние отдельных лиц и общества, размер валового национального продукта страны и Республики (валовой национальный продукт Республики - это общий объем готовой продукции и услуг в денежном выражении, созданных отечественными предприятиями. Внутри республики и за ее пределами), уровень жизни граждан, экономическая мощь страны, заинтересованность в проживании в той или иной стране и т.д. Это характеристика идеальной бизнес-модели. На самом деле бизнес - это не только розы, но и шипы. Официальному бизнесу, разрешенному законом, противостоит подпольный бизнес. При грамотном подходе к развитию бизнес-сектора незаконный оборот наркотиков, оружия и другие сферы, запрещенные государством или монополией, часто остаются частью подпольного бизнеса.

Борьба с теневыми компаниями продолжается во всех развитых странах мира. Для психологов, работающих в сфере бизнеса, важно понимать, что существует определенная взаимосвязь между социальным регулированием и конкретной деятельностью бизнесмена. Общество должно предоставить каждому право и возможность стать предпринимателем. Однако существует также обязательство предотвращать или сокращать сферу скрытого предпринимательства, которое наносит социальный вред гражданам. Таким образом, деловая деятельность основывается на существовании определенных правил игры.

Современный бизнес - это не просто система с необходимыми функциями. Бизнес также является внутренне регулируемой или саморегулируемой системой. Предприниматели заинтересованы не только в свободной конкуренции друг с другом, но и в гармонизации отдельных аспектов рыночного поведения. Высокоразвитое современное производство платит огромную цену за несколько неверных шагов в бизнесе. Банкротство компании среднего размера означает, что сотни увольнений сотрудников, потери капитала на миллионы долларов и несоблюдение договорных партнерских обязательств приводят к соответствующим сбоям в производстве. и другие негативные последствия. Если эта цепочка зла накладывается друг на друга, это означает кризис разрушительной силы, при котором экономические потери перевешивают выгоды от предпринимательства.

Западный мир усвоил это давным-давно, потому что самым мощным уроком такого рода был экономический кризис 1929-1933 годов. К тому времени экономический шок для западных стран был настолько силен, что безработица и инфляция поставили под сомнение его жизнеспособность и сохранение. Бизнес как система. Это, наряду с другими факторами, привело к резкой критике стремления к национал-социализму, тотального централизованного планирования в Бывшем Советском Союзе и западных рыночных ценностей. Как хорошо известно, разрушение рынка в конечном счете не привело к хорошим результатам ни в одной стране, которая это сделала. В то же время многие западные страны приходят к выводу, что бизнес нужно регулировать, а не ограничивать, чтобы помочь реализовать все, что считается социально ценным явлением. Современную западную экономику можно охарактеризовать как регулируемую.

Таким образом, законодательная структура регулирования сферы бизнеса устанавливает правила игры или поведения предпринимателей, работников и государства в системе отношений рыночного типа. Правила игры являются основой для развития социального консенсуса между тремя основными силами: работодателями, профсоюзами и государством. Здесь консенсус - это способ выражения обещаний различных общественных сил на национальном и межгосударственном уровнях. Государственные

институты (организации, комитеты, парламентские комиссии) выступают посредниками в обострении конфликтов между бизнесменами и рабочими в развитых странах.

Правила деловой игры направлены на предотвращение экономических монополий, а затем и недобросовестной конкуренции.

- 1) Бизнесмен,
- 2) Компании и организации государственного сектора,
- 3) Профсоюзные работники.

Противодействие возникает у компаний, которые хотят навязать деловые интересы другой стороне, чтобы снизить общую эффективность бизнеса в отрасли или экономике. Аналогичным образом, посредством социально организованных акций (забастовки, пикеты, профилактические митинги и т.д.) мы выступаем против требований неза занятой части населения (безработных) и профсоюзов, которые требуют решений от бизнеса и стран. Резко повысит общую эффективность национальной экономики. Действительно, в результате удовлетворения требований работников, как правило, сама проблема не решается, а даже усугубляется.

Правила деловой игры поддерживаются арбитражной службой страны. Государственный арбитраж - это форма законодательного регулирования сферы взаимодействия предпринимателей, чиновников и государства, основанная на правовых актах, принятых Парламентом государства, республикой в выборных органах региональной власти представителями основных общественных сил.

Каковы правила игры? Прежде всего, это различные государственные нормативы в области цен, налогов, пошлин, процентов по кредитам, государственных заказов, собственности, имущественных прав и ответственности, развития монополий и административных мер борьбы с недобросовестной конкуренцией. Недобросовестная конкуренция - это поведение участников бизнеса, которые используют незаконные технологии против конкурентов. К примеру, распространение ложной или неточной информации о конкурентах, реклама продукции, не соответствующей требованиям к качеству, и т.д. Кроме того, имейте в виду, что желание самой страны проникнуть на рынок существует в той же мере, что и сам рынок. Например, правила торговли уже прописаны в римском праве. Правила рыночной торговли можно найти на древнеегипетских папирусах и даже в шумерских книгах. В Средние века государство поддерживало монополию на различные виды ремесленников. В настоящее время правовое регулирование корпоративных монополий и конкуренции действует во всех странах с рыночной экономикой.

Контрольные вопросы:

1. Что изучает психология бизнеса?
2. Становление психологии бизнеса как направление психологии
3. Что такое бизнес? Основные функции бизнеса
4. Перечислите методы психологии бизнеса
5. К основным диагностическим методам относятся
6. Опишите основные работы современных исследователей в области психологии бизнеса
7. Опишите основные психологические работы одного из исследователей

Тема 2. Психология предпринимательства

1. Основные черты психологии предпринимательства
2. Предпринимательская деятельность
3. Предпринимательское поведение
4. Феномен современного предпринимательства

1. Основные черты психологии предпринимательства

Как говорится социум "процветания" и высочайшего уровня жизни невозможно без предпринимательских стараний.

1. На волне экономического подъема корпоративная активность выглядит позитивной, и известно, что общество преодолевает спад. Процветание всех стран - Соединенных Штатов, Японии, Франции, Германии, России - не привело к экономическому, социальному и психологическому успеху в корпоративной деятельности, да и сейчас тоже. В итоге предпринимательской активности происходит следующее:

2. Новые технологические проекты интегрируются в материальную и духовную жизнь общества. Бизнесмены пользуются новыми потенциалами в области менеджмента, маркетинга, технологий и других подсистемах. Идеи внедряются в определенных компаниях.

3. Гарантируется непрерывное обновление производства и удовлетворение потребностей общества (Шумпетер). Появляются новые продукты и услуги, новые рабочие места. Ученый и философ П. Г. Щедровицкий объясняет, что в результате корпоративной деятельности проектируются "ниши", "пустоты" рынка, выстраиваются новые структуры и экономические функции.

4. Факторы производства и особый склад ума предпринимателя, экономия времени – это умелое сочетание ресурсов приносит прибыль и экономит ресурсы. П. Г. Щедровицкий образно сравнивает эффект деловой активности с тем, как невидимый человек открывает дверь перед человеком, идущим вдоль фасада здания.

Природу предприимчивых людей, секреты их навыков и умений интересно изучать, потому что они являются спутниками прогрессивного развития общества.

Понятия "предпринимательская активность и действенность", "Предпринимательские навыки и предприимчивость", "Психологические характеристики предпринимателя", "предпринимательская структура", "круг" и "организация" обычно ассоциируются друг с другом.

Предпринимательство - это феномен социально-экономической жизни. Все явления могут быть локализованы во времени и пространстве.

Экономика - это искусство ведения хозяйства. С психологической точки зрения, в экономическом пространстве люди удовлетворяют фундаментальные потребности: в еде, питье, тепле, воспроизводстве жизни. Чтобы удовлетворить эти (более сложные) потребности, человечество создало различные виды производства: фермы, фабрики, заводууправления и другие учреждения. Потребность в различных товарах привела к созданию системы разделения труда. Кроме того, подходят предыдущие и нынешние виды производства, например, производство изделий народных промыслов в Новгороде, чайников. Экономическое пространство человеческой жизни нуждается в обновлении или воспроизводстве.

По словам д.э.н. профессора Ю. Миропольского Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, все страны, включая развитые, от Древнего Египта до стран СНГ, являются современниками эпохи разделения труда. Они взаимосвязаны, дополняют друг друга, взаимозависимы, между ними существует дисбаланс.

Допустимо, степень развития культурного и регионального элемента мировой экономики зависит не от воли и интеллекта людей, живущих в космосе, а от сил, предписанное развитие которых редко контролируется человеком. Так, в трудах профессора Гарвардского университета, российского ученого Питирима Сорокина "Человек. Цивилизация. Время" представляет не только концепцию социальной стратификации, но и гипотезу о "бесцельных исторических колебаниях".

В социальном, экономическом, политическом и профессиональном плане общество дифференцируется, добавляя индивидов, иерархии и классификации.

П.Сорокин рассматривает две категории колебаний в экономической иерархии группы. Любое общество имеет два важных экономических индикатора: доход на душу населения и национальное благосостояние. Категории экономического развития имеют конусообразную кривую. Доступны различные типы поплавок.

1. Падение или возвышение группы в зависимости от ее экономического статуса.
2. Рост или снижение экономической стратификации (высоты иерархии) внутри каждой группы.

Первое явление выражается в экономическом изобилии или бедности всей социальной группы, а второе выражается в изменении экономического профиля, уменьшении или увеличении наклона профиля экономической пирамиды. В 1917 году, в советском обществе, они насильно сбросили верхушку этого конуса и попытались сделать из него один слой. Начиная с 1980-х годов, происходил процесс формирования довольно естественных контуров пирамиды. Это процесс, который не противоречит идее бессмысленных исторических колебаний.

Кроме того, социологи и экономисты уделяют особое внимание циклам крупного и малого бизнеса в социальной жизни. Малый цикл: 3-5, 7-8, 10-12, 40-60 лет и большой цикл: 120-150 лет. В великий период происходит процесс перемен или изменения социального статуса, и в течение 500-600-летнего цикла общество качественно воспроизводится во всех формах. Менталитет членов общества полностью меняется. По мнению Российский экономист Н. Кондратьева, через 120-150 лет у общества еще есть время стать политически лидером мировой системы.

Как и в любой семье, доходы растут и падают, а общество в целом бывает бедным и богатым. Аналогичным образом, отдельные семьи, такие как семья Рокфеллеров, передают экономическое лидерство другим группам.

П. Сорокин делает вывод.

1. Средняя зарплата и доходы варьируются от группы до группы, от общества до общества..

2. Средняя зарплата и доходы варьируются между обществами или группами, исходя из эпохи роста доходов населения России в 1913-1917 годах.

3. Устойчивой тенденции нет. То есть цикл малого бизнеса следует за циклом большого бизнеса.

4. Тенденция к увеличению среднего уровня благосостояния и доходов в Европе и Соединенных Штатах во второй половине 19 века является частью огромного экономического цикла.

5. Уханьская теория экономического прогресса неверна. Общество обладает способностью к расслоению и уравниванию.

Что касается идеи волнообразного развития социально-экономической системы, интересно отметить, что предпринимательство в значительной степени способствует повышению социального благосостояния.

Предпринимательство - это социально-экономический процесс, создания новых вещей, имеющих социальную, духовную и экономическую ценность. Этот процесс требует времени и усилий и предполагает принятие на себя моральной, юридической, социальной и экономической ответственности. Это процесс, который приносит прибыль и удовлетворение. Предпринимательство является неотъемлемой частью этого процесса.

Предпринимательство проявляется в обществе при сопутствующих условиях. Эффективность предпринимательства важна, когда общество:

1. Условия для инноваций
2. Сформирована правовая основа свободной экономической деятельности.
3. Осведомленность общественности признает необходимость инноваций.

Предпринимательство также зависит от:

1. Социальные технологии
2. Следующие социально-политические ситуации

3. Взаимосвязь между этими компонентами и мировым экономическим и культурным уровнем.

В интересной социально-экономической концепции четырех типов экономической и культурной организации человечества различие основано на двух критериях: основных формах собственности и психологических принципах производства и социального управления.

Первый тип - это экономика патриархальной культуры. Она управляется следующими принципами: "Как говорит Папа Римский, поступайте в соответствии с заветами ваших предков; формами собственности являются общинная, клановая, семейная и мафиозная.

Второе - это корпоративная культура. Форма собственности - частная. Основной принцип - неперенная прибыль.

Третье - это бюрократическая культура. Государственная монополия на собственность. Принцип управления: "Делай то, что тебе говорит начальник".

Четвертый тип - это культура высоких технологий. Форма собственности - юридическое лицо. Главным образом в форме интеллектуального вклада. Принцип: "Я инвестирую то, что у меня есть, и снимаю столько раз, сколько у меня есть". Этот тип культуры развился в мире с 70-х и 80-х годов.

В представленной концепции организационно-экономическая культура бизнес-типа является лишь одним из этапов развития экономической истории, а именно:

Начиная с 80-х годов 20-го века, элементы корпоративной и деловой культуры выражались в форме кооперативных движений и личной деятельности. Они означали еще один шаг в активизации предпринимательства в российском регионе.

У каждой бизнес-структуры есть цели: люди, компании, общества. Это монетизация, расширение бизнеса, приобретение известности или завоевание ниши, достижение стабильности. Эксперты полагают, что особенности российского предпринимательства тесно связаны с социальным поведением, то есть реформированием существующей экономической и политической системы. Современное предпринимательство вступило в эпоху новых технологий - процветания корпоративной культуры в мировой экономике.

Британский социолог венгерского происхождения Теодор Шеннин выделяет формы экономики вне этих систем, наряду с традиционными экономическими системами плановой экономики (социализм) и рыночной экономики (капитализм). Они существуют параллельно. Т. Шанин называет пять типов "экстремальной" экономики, которые являются важными и значимыми для жизни людей. Эти типы включают в себя:

1. Семейное производство. Работа по расчету заработной платы ограничена или вообще отсутствует. Потребление и облегчение в семье без заключения долгосрочного контракта. Отношения наследования справедливы (на самом деле, для больших систем не имеет значения, кто наследует, а иногда и что именно).

2. Небольшое профессиональное производство (эксклюзив) - гибкость спроса (например, дачники покупают продукцию из молочая в деревне).

3. Семейное воспроизводство рабочей и социальной тематики. Другими словами, использование рабочей силы - это не денежная экономика. Результат этой работы направлен на удовлетворение семейного потребления, благосостояния и социального воспроизводства, а также социальных потребностей. Эти особенности усилились, особенно в современном обществе и культуре. Некоммерческие зоны. Например, перевезти детей в балетную студию или музыкальную школу в другую часть города. Этот процесс занимает столько времени, сколько социально необходимо.

4. "Вторая" экономика, по определению венгерского социолога, - это работа по найму или контракту вне контроля правительства или в кооперативных организациях и на предприятиях.

5. Теневая экономика ("третья" экономика среди венгров) - это, помимо прочего, все, что обеспечивает некоторым средства к существованию, хотя и приводит к услугам, заказным убийствам, сутенерству и уголовной ответственности, которые выходят за рамки приемлемых легальных форм деятельности. люди.

Действительно, все эти типы "экстремальной" экономики существуют в России. Проблема заключается в том, чтобы умело рассчитать влияние и вклад любого типа экономики в национальную экономику. Например, выгодно выделить теневую экономику, чтобы получать налоги цивилизованным способом.

Экономическая организация - это система, основанная на принципе воспроизводства. Когда экономика теряет свои воспроизводственные ресурсы, наступает экономический кризис. Это произошло на пространстве Бывшего Советского Союза как экономической системы. Нам предстоит капитальный ремонт системы.

С точки зрения, классика экономики и социологии Йозефу Шумпетеру из Австрии, экономическая деятельность - это система, направленная на приобретение товаров. Шумпетер считает, что национальная экономика основана на экономике, в которой доминируют рыночные принципы, частная собственность, разделение труда и свободная конкуренция. Развитие следует рассматривать только как изменение в экономическом цикле, которое является случайным и порождается самой экономикой. Формат и содержание разработки определяются концепцией "Реализация новых комбинаций".

Шумпетер называет предпринимателя экономическим субъектом, который создает новые связи и, таким образом, выступает в качестве активного участника процесса развития. Продюсирование означает объединение силы с тем, что существует в среде.

Существенными характеристиками процесса экономического развития или бизнес-процесса являются:

- Производство новых товаров, которые еще не известны потребителям, или создание товаров нового качества.
- Внедрение новых методов производства, которые не обязательно основаны на научных открытиях и еще практически не неизвестны в отрасли, что может заключаться в новых способах коммерческого использования продукта.
- Освоение нового рынка сбыта, то есть рынка, на котором промышленность страны еще не представлена, независимо от того, существовал ли этот рынок ранее.
- Получение новых источников сырья или полуфабрикатов, которые ранее существовали, просто не рассматривались, считались недоступными или еще не были созданы.
- Провести соответствующую реорганизацию, например, закрепив монопольное положение (путем создания трстов) или ослабив монопольное положение других субъектов.

Таким образом, предприниматель "движет" экономическим развитием. Шумпетер писал об этом в своей книге "Теория экономического развития", опубликованной в 1920 году.

2. Предпринимательская деятельность

Деловая деятельность, как и другие виды деятельности, - это образ жизни человека и форма деятельности.

Психологи выдвигают основные виды деятельности, такие как работа, игра, образование или познание и общение. Человек представляет свою деятельность как деятельность в различных формах, различающихся по содержанию в зависимости от основных требований, которые преобразуются в эту деятельность.

Психологическая теория деятельности основана на идее о том, что человек начинает проявлять активность, а субъект развивает психологию в результате взаимодействия внутренней и внешней среды. Особые индивидуальности человеческой

деятельности проявляются через преломление, внешнее универсальное усвоение в сознании объекта.

Деятельность - это удобная и важная деятельность в высокоорганизованной форме жизни, универсальная деятельность и условие для исполнения желаний. Это осуществляется с большим потреблением энергии. В процессе работы индивид выполняет поставленные задачи и, в противном случае, стремится преодолеть силы внешней и внутренней среды. Работа в психофизиологическом смысле представляют расход психосоматической энергии.

В психологической структуре каждой работы можно отметить следующие факторы: время и пространство или условия и этапы деятельности; объекты; субъекты; объекты; результаты, следствия; цели; причины; действия соответствующего значения; методы, средства принятия решений; критерии успеха - неудачи (достижения-недостижение результатов) Внешние признаки (уровень достижений); внутренние признаки (уровень образования и результативности деятельности).

Активность проявляется на макроскопическом уровне. Это и есть тот самый вид деятельности. Не только на уровне поведения, на уровне работы, на уровне психофизического функционирования человека.

Человеческая деятельность сложна по своей структуре, разнообразна по своим свойствам и взаимосвязям, функциям и последствиям, условиям и формам существования и познания. Методологически речь идет не только об эмпирическом изучении внутренних компонентов деятельности. Здесь можно положиться на самоотчеты и самоанализ действующих лиц. Познающие субъекты познают себя как объекты. Это очень сложно.

Теоретически понятие "субъект деятельности" было создано для изучения человеческой деятельности. Внешняя уникальность целевой деятельности позволяет учитывать внутренние характеристики самой деятельности.

В начальной деятельности выражаются все элементы концептуальной модели предмета. Предприниматель, который работает в бизнес-системе, являющейся объектом предпринимательской деятельности. Это может быть один человек, одна группа людей, интегрированных в организацию с разным уровнем сложности.

Субъект работы (или внутренняя активность) характеризуется расположением навыков, умений, средств, операций, типов мышления, стратегий и тактик действий, таланта, креативности и стадий развития этих так называемых конструкций.

Внешними характеристиками предпринимательской деятельности являются эффекты, выпускаемые в обществе, или последствия и характер этой деятельности, наблюдаемые извне. Речь идет о превращении идей в возможности для бизнеса, создании новых рабочих мест, новых профессий, новых требований. В обществе, пострадавшем от кризиса, это делается для экономии времени и создания ниши, которая приносит прибыль, необходимую для воспроизводства в краткосрочной перспективе.

Бизнес-результаты: новые комбинации и источники товаров, услуг, рынков сбыта, сырья, возникающие в результате использования информации и деловых отношений.

Практическим содержанием деятельности стартапов является создание новых организационных структур и пространственных возможностей для преобразования этих эффектов или процесса инноваций. В отличие от лидеров, предприниматели создают новые отношения. Предприниматели рынка и агенты по производству - это главная цель предпринимательской деятельности.

Экономист Королев В.И. и другие эксперты называют эти признаки корпоративной деятельности следующим образом: Принципы независимости; эгоизм и ответственность; сложные условия труда; инновации; творческие исследования; конкуренция; риск; недостаточная инициатива; способность увлекать людей; решительность; энергия; терпение; демонтаж; устранение рутины и мешающих традиций; нетипичность поведение в организации производственных процессов; построение новых структур в пространстве экономических отношений; высокий уровень компетентности в технической,

экономической, правовой областях; продуктивное и позитивное взаимодействие с людьми; эффективная прибыль и экономия ресурсов благодаря эмпирическому мышлению

Предпринимательство - это деятельность, которая создает новые возможности для экономики и общества. Это творческая деятельность в экономике.

Целью предпринимательства является получение прибыли, расширение производства, приобретение репутации, достижение стабильного положения компании, победа или поддержание конкурентной среды.

Форма предпринимательства хорошо определена Петром Щедровицким. Предпринимательство определяется признанием того факта, что производство не создает новых ресурсов. В процессе обдумывания у предпринимателя находится способ — создать новые характеристики продукта и пустоту на рынке (через формирование спроса, заказов на этот продукт). Такие процедуры требуют знаний и проектов в голове. Результатом является будущая презентация. Новые характеристики продукта и пробелы на рынке - это параллельные процессы. Момент изменения мышления - это источник создания ресурсов. Мышление - это главный ресурс и метод предпринимателя. Метод теории заключается в том, чтобы вызвать изменения в голове, а способ мышления - в том, чтобы контролировать мысль.

Человек - это объект и субъект, который получает знания о себе и изменяет себя. Предприниматели обладают различными типами знаний и проектов. Испытуемые видят будущее через свои проекты и рассказывают о нем. Есть определение: предпринимательство - интеллектуальная деятельность живого и предприимчивого человека, который располагает ресурсами и использует ресурсы для бизнеса (кейсов), которым он управляет.

Менеджеры, бизнесмены, капиталисты и т.д. В организации экономики возможности, тактика и стратегии поведения этих субъектов имеют функциональные и ролевые различия.

Предпринимательство характеризуется указанием на качества человека, такие как предприимчивость или предпринимательские способности. Эта способность была прекрасно объяснена социологом Руссо Гинсом.

Предпринимательская активность - это дополнительная особенность, которая возникает в результате сознательной работы, когда необходимо удовлетворить основные потребности живых существ при адаптации к новой среде. Под влиянием предпринимательства инициативы вливаются в экономику. инстинкт... Единообразное поведение (истощение ресурсов) не повторяется, но вводится нечто творческое, что указывает на хитрость и ловкость. Предприятия могут быть успешными только тогда, когда они обладают двумя качествами: интеллектом и решимостью.

Ум выражается в находчивости и приспособляемости. Решение - долгосрочное выполнение плана, подготовка к риску. Предпринимательство означает смелость, гибкость совести, настойчивость в новых условиях. Она всегда была источником новых полезных навыков и способом адаптироваться к новым условиям существования. Она носит практический характер, потому что ее смысл заключается в предоставлении какой-то новой выгоды или преимущества. Предприимчивый человек отличается различными оттенками качеств: более высоким восприятием, чем у других, острым умом, сосредоточенностью, находчивостью, решительностью, мужеством, настойчивостью и т.д.

Основным выражением предпринимательства является сфера экономической деятельности, то есть виды деятельности, обеспечивающие возможность его существования в новых условиях: тенденция к расширению экономической деятельности, способность прогнозировать, планировать. Интеллект и технологии не всегда приводят к предприимчивости, если личность не является решительной и пассивной.

Шумпетер описал деловое поведение - это особый тип поведения, когда субъект не нравится окружающим (дома) и ему не нравятся другие. Характерной чертой выбранного

типа является огромное напряжение духовных сил, неавтоматическое поведение, повседневная свобода, способность действовать в необычных рамках, при отсутствии необходимых правил для принятия решений. Такое поведение включает в себя спекуляцию, интуицию и способность видеть вещи с точки зрения, которая не может быть оправдана в настоящее время... Это включает в себя способность отделять существенное от несущественного, когда принципы работы компании еще не известны. Подготовка, знание событий, глубина ума, логические аналитические способности здесь излишни.

Сила воли, реализм, в то же время воображение, духовное раскрепощение, наличие силы и энергии, количество которых выходит далеко за рамки потребностей повседневной работы. Это качество уникально и очень редко встречается в природе.

Общество, в отличие от многих, осуждает необычное поведение. В экономике определенные "предпринимательские" характеристики частного управления (как поведенческие, так и материальные) приписываются определенным условиям этой деятельности. В частности, острота зрения и ограниченность кругозора сочетаются со способностью передвигаться в одиночку. Он типичный начинающий предприниматель без совершенства и традиций, поэтому за пределами офиса он часто застенчив, встревожен и пытается приспособиться к ситуации.

Мотивировать экономических агентов непросто. Мотивы предпринимателей: их империя, династия, пространство, власть, желание бороться, стремление к успеху ради успеха, размер прибыли безразличен, в противном случае это типаж кого-то другого. Предприниматель обретает радость творчества, смелость, чрезмерную силу. Это способ самореализоваться в жизни.

Деловая активность, о которой вы написали. Шумпетер, мы не можем задерживаться надолго. Деловая деятельность носит функциональный характер. Роль предпринимателя выполняет человек, который может проявить особый тип поведения в тот момент, когда условия экономической среды отклоняются от общих правил и создается новый момент, который не знает правил работы. В этой ситуации отсутствуют показатели, необходимые для принятия решений, оценки и прогнозирования результата выбранного шага. Появляется новый источник ошибки, поскольку неизвестно, что изменится после данного шага в новом условии. План действий строится только на представлении о ситуации, потому что вам нужно действовать, не теряя времени на обдумывание всех деталей того, что произойдет. Тогда срабатывает интуиция, "инстинкт".

В этом случае успех зависит от способности смотреть на вещи с точки зрения, которая не может быть оправдана в данный момент, и только позже будет выявлена ее точность. Успех зависит от способности отделять то, что важно, от того, что нет...

Следовательно, невзирая на импульсивную природу кажущегося предпринимательским поведения, последующий успех может быть объяснен психологическими механизмами, такими как тренировка воображения, характеристиками, которые хранят информацию о деловых ситуациях и опыте в памяти. Запасы энергии для быстрых действий, способность исправлять будущие ошибки, раскрепощенность, независимость, сила воли.

3. Предпринимательское поведение

Предпринимательское поведение может проявляться как у домохозяек, так и у глав коренных племен, но предприниматель может восприниматься как бизнесмен только тогда, когда результаты его труда приобретают социальную значимость.

Как и все виды творчества, предпринимательский талант развивается со временем. Примером тому могут служить биографии известных бизнесменов Генри Форда, Эндрю Карнеги, Саввы Морозова и многих других.

Пределами деловой активности являются:

* Превосходная экологическая пригодность,

* Низкие пожелания субъекта.

Она определяет границы активности на уровне таких социально значимых явлений, как успех, везение, неудача, крах бизнеса.

Успех - это результат деятельности, сводящей к минимуму достижение целей, моральные, психологические и материальные потери.

Успех и неудача предпринимателей и непредпринимателей различны. Изучая значение этих понятий для различных групп людей, мы обнаружили, что только предприниматели понимают удачу как работу, когда они действуют в меру своих возможностей, а неудачу - как ситуацию, когда они не используют в полной мере все свои способности. Индивидуальные технические ресурсы и ситуационные резервы.

Этапы предпринимательства можно выделить на макроэкономическом, микроэкономическом и личностном уровнях.

В деятельности индивидуальных предпринимателей различают этапы. Поиск новых идей, оценка; разработка бизнес-планов; поиск необходимых ресурсов; управление созданной компанией.

На этапе поиска новых идей мы систематически или произвольно отбираем информацию из общения с людьми, анализа средств массовой информации и литературы, осознания социальных потребностей и самой окружающей среды. Выполняется повторяющийся синтез. Потребности общества связаны с научными методами и существующими технологиями.

Создание бизнес-плана - это определение сегментов рынка (действия могут происходить в голове предпринимателя), размера, расчет и учет основных характеристик сегмента: Создание маркетингового плана: производственный план и финансовая поддержка.

Исследование ресурсов предполагает представление о том, что первичное является вторичным в решении проблемы с моральной, технической, экономической и интеллектуальной точек зрения. Именно на этом этапе осуществляется контроль и модификация плана, который включает в себя идеи.

Этап управления бизнесом включает в себя работу с организационными структурами, руководство людьми, пребывание в конкурентной среде, оценку потенциала и генерирование капитала для воспроизводства. В настоящее время предприниматель начинает другой бизнес, доверяя компанию менеджерам, то есть профессиональным управленцам.

Каждый шаг предполагает контакт с самыми разными людьми, которые могут найти социальные ресурсы для успеха компании. Поэтому предпринимателям важно совершенствовать навыки межличностного и делового общения и специальные психологические методы принятия решений.

Психолог Рощин приводит следующие критерии академических предпринимателей:

- * Рекомендации по самоанализу.
- * Оценка всей текущей информации.
- * Низкая подверженность акклиматизационным эффектам.
- * Готовность прогнозировать.
- * Природный интеллект и профессиональная подготовка.
- * Эрудиция.

Всемирно известные компании сравнивались по различным критериям. Из оставшихся 62 15 являются одинаковыми по следующим показателям:

- * Экономический успех через 20 лет.
- * Стабильность роста.
- * Измерение инноваций.
- * Скорость реагирования на конкурентные рынки. Среди награжденных компаний - Procter и Gembel, Boeing, IBM и другие.

Лучшие из лучших компаний выделяются следующим образом:

- * Ориентация во времени (ожидаемая, продвинутая тактика действий, ожидаемое).
- * Близость к потребителям ("Лучшая реклама - это довольные клиенты", Ford).
- * Автономия (внутреннее творчество).
- * Продуктивность за счет людей
- * Специализация
- * Децентрализация власти
- * Превосходное качество продукции.
- * Высокое качество обслуживания.
- * Гибкость (способность быстро реагировать на изменение спроса).
- * Квалифицированный менеджмент.
- * Честность и искренность в ведении бизнеса.
- * Конкуренциоспособность.

В анкете, от которой зависит успех предпринимателей (выборка — 570 человек). Респондентам были названы следующие причины:

- * Стартовый капитал.
- * Использование новых технологий.
- * Удовлетворять потребности потребителей.
- * Способность обходить юридические препятствия.
- * Производство качественной продукции.
- * Способность генерировать идеи.
- * Юридические знания.
- * Способность полагаться на свои сильные стороны.
- * Эффективность.

Предприниматели указали на эти причины в другом порядке классификации. Сначала они назывались элементами капитала и знаний (законодательными и другими). Во-вторых - соответствие потребностям потребителей и использование новых технологий, в-третьих - эффективность и умение полагаться на собственные силы, в-четвертых - государственная поддержка и производство качественной продукции.

Предприниматели ценят работу. Когда респонденты указали на фактор выхода из экономических трудностей, только предприниматели, занявшие первое место, проявили трудоспособность, приложили усилия, а другие группы респондентов понизили показатель "работа".

Таким образом, предпринимательство в обществе создается людьми, которые "ведут себя немного иначе, чем другие", когда им нужно действовать, чтобы выжить в новых экономических ситуациях.

Психологические особенности предприимчивых личностей

Психологические характеристики предприимчивой личности выявляются путем изучения своеобразия предпринимателя как социальной группы в обществе и личностных характеристик индивида, осуществляющего предпринимательскую деятельность.

Эксперт по мировому менеджменту М. Мескон и др. пишут, что 95% активных работников трудоустроены. В идеале это означает, что они не являются предпринимателями, но в смысле внутреннего предпринимательства некоторые люди могут играть роль предпринимателей.

Профессор социологии А. Турен, М. Вивьерка, Л. Гордон, Э. Клопов - автор и руководитель франко-российского проекта "Новое общественное движение в России", дали российскому бизнесмену социальные характеристики по структуре, форме и содержанию.

Согласно определению этих ученых, группа российских бизнесменов, начинающих бизнес, - это врачи, инженеры, военнослужащие, рабочие, ученые, представители номенклатуры, торговли и сферы услуг, финансов и промышленности, люди в различных сферах предпринимательской деятельности. Государственные предприниматели имеют

высокий уровень образования. 84% имеют высшее гуманитарное и технологическое образование, а 11% из них имеют два высших образования или ученую степень. 71% из них - интеллектуалы во втором поколении. Среди предпринимателей есть как мужчины, так и женщины.

Что привело их к предпринимательству? Согласно социологическому опросу газеты "Коммерсантъ", 25% опрошенных предпринимателей объяснили, что они занимаются этой деятельностью в зависимости от ситуации. 60% - результат личной активности, использование возможностей в новых ситуациях в обществе, снятие служебных предписаний, выбор сферы работы, интерес к творческой деятельности; любовь к свободе; 4% открыто ответили, что воспринимают свой выбор как стремление к богатству и обладанию как единственный способ чтобы реализовать себя в этом мире.

Импульс к действию - это мотивация.

Эксперты выделяют следующие причины корпоративной активности:

- * Максимальный контроль над будущим;
- * Надеюсь объединить работу и личную жизнь.
- * Производительность.
- * Желание распространить свой стиль и образ жизни на сферу деловой деятельности;
- * Желание получать вознаграждение за труд и обеспечивать рост благосостояния в ближайшем будущем.

Поведение человека обычно совпадает с основным мотивом. Критериями выбора являются значения. Согласно тем же источникам, бизнесмены исповедовали эти приоритетные ценности.

Прежде всего, они дорожили будущим своего ребенка. Во—вторых — ваше здоровье и семья; в-третьих - стабильность и покой; в-четвертых - возможность самореализации и личного успеха; в-пятых, для них уважение окружающих и счастливая семейная жизнь; нравственность и процветание; и, наконец, в-шестых, ценность власти и подчинения другим.

Хитрич и Питерсон, эксперты по американскому предпринимательству, отмечают, что предприниматели происходят из самых разных семей, включая предпринимательские семьи, фермеров и независимых работников, в силу своего социального происхождения. Самое главное - это неустанное стремление. Вы можете прервать и перезапустить обращение. Возраст начала предпринимательской деятельности - 22-25 лет, решающий период - 25, 30, 35, 40, 45, 50 годы. Опыт очень важен. Делай свою работу.

Психологические различия между предпринимателями и теми, кто участвует в различных сферах общественной деятельности, были предметом нашего исследования в 1993-1995 годах.

Многие авторы перечисляют следующие характеристики, характеризующие предпринимателей: стремление к лидерству, способность идти на умеренный риск, новизна идей, эвристическое мышление, быстрая реакция на ситуации, интуиция, независимость и ответственность, высокая мотивация к достижению, способность противостоять неудачам, работоспособность и трудолюбие, независимость, любовь к свободе, трудолюбие, стрессоустойчивость, решительность, смелость, надлежащая самооценка, дальновидность и анализ, честность.

Мы определяем корпоративную деятельность как деятельность человека в напряженной социально значимой ситуации, и в результате создается новая структура, заряженная энергией в экономической среде, через индивидуальное и интеллектуальное (культура и образование, социальный опыт, природа). Источник - субъектный потенциал человека.

По нашему определению, предприниматель - это человек, который генерирует ресурсы для ситуационного развития за счет субъектного потенциала, когда энергия окружающей среды стремится к нулю (условное истощение). В то же время

предприниматель как индивидуальный активист обладает сложной личностной чертой - "невосприимчивостью к вмешательству" на социальном уровне.

Помехоустойчивость определяется как способность человека эффективно выполнять деятельность в условиях различной степени стресса, включая стресс, который приближается, не рассматривая шум и помехи как важные и полезные сигналы (Бодров В. Е. и Венда В. Ф., 1992). "Полезность" сигнала связана с целью задачи, которую человеку необходимо решить. Полезность сигнала может быть оценена на основе вероятности достижения цели до и после получения информации (W. A. 1974).

Концепция помехоустойчивости была разработана инженерными психологами и психологами труда в концепции надежности оператора и системе взаимодействия компонентов SCMS (окружающая среда-человек-машина-окружающая среда) между ними и с окружающей средой. Помехоустойчивость принимается во внимание наряду с системными качествами, такими как эффективность, надежность и безопасность. Она также присутствует на биологическом, психологическом, социальном и бытовом уровнях.

В ходе исследований были получены динамические и структурные психологические характеристики предпринимательской деятельности.

В отличие от других предметных групп, динамические и ситуативные характеристики основателя были таковы. В большинстве ситуаций бизнесмен управляет в соответствии с типом внутреннего управления. То есть они полагаются на собственные силы и берут на себя ответственность за развитие ситуации. Особая важность различий подтверждается статистическими данными по общему контролю, контролю за состоянием здоровья, межличностным показателям в области успеваемости и семейных отношений.

Семантическая дистанция между "успехом" и "неудачей" самая маленькая среди предпринимателей. Можно сказать, что предприниматели меньше мечтают, колеблются, быстрее сосредотачиваются и переходят от одной ситуации к другой.

Предпринимателей, как и школьников, можно считать прямолинейными и справедливыми в отношении неудач и интеллектуально обоснованными в отношении неудач, как студентов с техническим мышлением.

Для предпринимателей суть успеха определялась как соответствие их внутреннего потенциала тому, что они делают. Веселая работа; жизнестойкость; "смог". С точки зрения содержания, неудача предпринимателя определяется следующими составляющими: "У меня не было достаточно власти, я плохо думал, я не знал, где искать".

То, как бизнесмены решают проблемные ситуации, неразрывно связано с проблемой, например, врачи идут на компромисс, учителя решают ситуацию в соответствии с законом, студенты радикализируют проблему, а нерегулярные группы сталкиваются с проблемой.

Оценка эффективности принятия решений бизнес-экспертами была более умеренной. Среди самых высоких и самых низких оценок их рейтинг был самым низким.

В структуре личностного профиля бизнесмен отличался следующим образом:

Они обладали большей глубиной опыта, большей осведомленностью о своих проблемах, а также большей импульсивностью и спонтанностью поведения. Индивидуализм был сильнее у предприимчивых мужчин, чем у женщин. Индекс оптимизма бизнесменов в целом был выше. Однако они были более избирательны в общении, чем другие тематические группы.

Предприниматели меньше корректируют свою интеллектуальную деятельность (то есть они более расслаблены и спонтанны в динамике умственной деятельности).

Значительные различия также наблюдались в показателях эмоциональной интеграции, допустимых пределах новых сигналов и уровнях тревожных реакций. Все три этих показателя были выше у предпринимателей, что подтвердило некоторые гипотезы о врожденной толерантности предпринимателей к вмешательству.

В то же время успешный человек более тревожен и чувствителен, чем средний, не в прямом смысле слова "стрессоустойчивый". Это подчеркивает, что предприниматели, скорее всего, будут реагировать быстрее благодаря чувствительности и помехоустойчивости новых, неизвестных, но, по сути, "полезных" сигналов.

Таким образом, во всем исследовании эти психологические характеристики предпринимателей являются:

- * Наличие энергии, рабочей силы, юридических знаний и чувствительности к новым стимулам;

- * Ответственность за управление ситуацией и развитый внутренний контроль;

- * Способность жить с проблемами в трудных ситуациях и выстраивать ситуации по-новому;

- * Ориентируйте границы деятельности на индивидуальные способности, сохраняя глубокое осознание своих проблем и целей, независимо от существующих норм.

- * Ограничения, требования к оценке эффективности;

Высокий эмоциональный и психический стресс (высокий показатель шкалы эмоциональной интеграции, повышенный уровень тревожности) как показатель индивидуальных личностных энергетических ресурсов.

Естественно, среди людей, занятых корпоративной деятельностью, были экстраверты и интровертеры, интроверты и экстравертхвостки.

Кроме того, немецкий психолог Рольф Рутингер, эксперт по вопросам бизнеса, консультирует известные компании Западной Европы - Hewlett Packard, Daimler-Benz и Mercedes-Benz - личность человека, стиль поведения, мировоззрение, доминирующее настроение в повседневной жизни важны для благоприятной адаптации в той или иной сфере деятельности. предпринимательство.

Он различает бизнес-культуры, основанные на отраслевых характеристиках, каждая из которых характеризуется быстрыми или медленными связями с внешней средой и большой или малой степенью риска.

Рутингер акцентирует:

- * Культура торговли или коммерциализации,

- * Культура прибыльного бизнеса или спекулятивная культура,

- * Административная культура,

- * Корпоративная инвестиционная культура.

Торговая культура - это организация, связанная с торговлей, сбытом. Это брокеры по продаже недвижимости или агенты по недвижимости и т.д. Их успех быстр, риск низок, и они получают выгоду в краткосрочной перспективе. В этой отрасли обычно адаптируются общительные и жизнерадостные люди, которые не скрывают информацию друг от друга.

Культура связанная со спекуляцией включает в себя такие операции, как ценные бумаги, платежные средства, сырье, мода, косметика, реклама, концерты, профессиональный спорт и т.д. Риск велик, а прибыль быстра. Люди здесь не очень открыты, они эгоистичны, они предприимчивы, они агрессивны, им приходится быстро принимать решения.

Административная культура - это сферы государственных услуг, административные департаменты, банки, страховые системы. Люди здесь скрытные, преднамеренные, амбициозные, претенциозные. Риски невелики, прибыль невелика.

Инвестиционная культура представлена тяжелой промышленностью, компаниями, добывающими нефть и сырье, инвестиционными банками, строительством, военными, средствами производства. Люди здесь работают твердо, глубоко и серьезно, с высоким уровнем ответственности, с глубоким аналитическим складом ума. И риск велик, и прибыли быстро ожидать нельзя.

Следовательно, другие культурные сферы предпринимательства могут требовать учета личностных и психологических аспектов человека.

4. Феномен современного предпринимательства

Бизнес-феномен представляет собой синтез экономических и психологических аспектов. Результаты взаимодействия экономики и психологии особенно очевидны при рассмотрении действия экономических принципов и правил в сочетании с фундаментальными достижениями в области психологии.

Предпринимательство - это деятельность, связанная с созданием, поддержанием и развитием компании, бизнеса. Эффект от использования предпринимательского потенциала в экономике определяется психологическими особенностями предпринимателя и не всегда одобряется в обыденном сознании. Однако инновационный элемент предпринимательского поведения, который фокусируется на вероятности извлечения выгоды из рыночной неопределенности, является двигателем, который обеспечивает не только экономические выгоды, но и приносит пользу обществу.

Создаваемый имидж современного российского предпринимателя должен включать в себя важные социальные задачи, за которые отвечает общество. Взаимодействие предпринимательского духа и общества отражено в концепции корпоративной социальной ответственности, согласно которой долгосрочные интересы компании необходимы для взаимодействия с обществом для решения социальных проблем, а наивысший уровень социальной ответственности считается предвосхищающим ожидания общества.

Феномен предпринимательского духа: взаимосвязь между экономикой и психологией

В. П. Поздняков определяет предпринимательство как определенный вид экономической деятельности, подразумевая, что субъект обладает особыми психологическими характеристиками. Основной задачей психологии предпринимательства является раскрытие его психологических особенностей.

Предприниматели занимаются производством товаров и услуг, направленных на получение прибыли. Эти суждения включают как экономические, так и психологические аспекты. В конце концов, начинать - значит проявлять активность и инициативность, а способность быстро принимать и реализовывать решения в неопределенных ситуациях характеризует такие черты личности, как предприимчивость.

По словам А. Н. Асаула, экономический аспект предпринимательства заключается в идее предпринимательства как особой формы экономической деятельности, в которой предприниматели сами создают наилучшую форму управления посредством рыночного обмена.

Концепция предпринимательства различалась по содержанию в зависимости от эпохи. С одной стороны, это определялось особенностями поведения предпринимателя и личностными чертами, а с другой - экономическими последствиями его деятельности. Историческое возникновение этого понятия связано со средневековой Францией, что означает посредничество. Существуют психологические особенности, которые влияют на эффективность использования предпринимательского потенциала в экономике.

Р. Хитрич и М. Питерс По словам Питерса, ученые придавали разные значения определению предпринимательства, но они всегда подчеркивают готовность предпринимателя идти на риск, нацеленность на инновации, стремление к успеху, свободе и независимости. Р. Хитрич и М. Питерс предложили определение предпринимательского поведения, в котором предпринимательство - это процесс создания новых и ценных вещей, включая принятие финансовой, моральной и социальной ответственности и получение дохода и личного удовлетворения от его последствий.

Мы предлагаем следующее определение предпринимательства, взятое из этой книги: "Предпринимательство обладает не только экономической свободой, но и соответствующими социальными и психологическими качествами ответственности".

Характер делового поведения определяется инновационными компонентами, которые могут реализовывать решения и действия, обеспечивающие экономические выгоды. Таким образом, предпринимательство проявляется как определенный тип экономического поведения, ориентированный на определенную вероятность достижения предельной нормы прибыли, полученной в ситуации рыночной неопределенности.

В современных социально-экономических условиях характер предпринимателя очень важен для успешного функционирования организации.

По мнению У. Зомбарта, предприниматель должен обладать следующими качествами:

- а) Завоеватели, действующие свободно и энергично;
- б) Организаторы, демонстрирующие способность оценивать людей, заставлять их работать и корректировать их поведение;
- в) Продавцы, которые вызывают интерес к товарам и внушают доверие потребителей.

Предприниматели производят, распространяют, обмениваются продукцией, изучают потребности потребителей, извлекают выгоду, стремятся оказать давление на конкурентов, заручиться расположением союзников.

Характер и деятельность предпринимателя рассматриваются в контексте всех процессов и взаимоотношений, традиционно являющихся предметом экономической психологии. Предпринимателями движут, прежде всего, мотивы самореализации в прибыльных организационных проектах, и предприниматели не исключают всего этого из своей деятельности, но не желанием получать доход, не карьерой.

Предприниматели влияют:

- Психологическое отношение продавцов и покупателей к совершению сделок выгодным для них образом

- Именно психология потребителя уделяет внимание выбору наилучших потребительских товаров в рамках ограниченных ресурсов.

Уже известно, что основная роль предпринимателей заключается в стремлении к инновациям.

По словам Одиорне, инновационный эффект предпринимательского поведения складывается из трех факторов. Б) рыночная среда, которая является альтернативной сферой предпринимательского выбора; В) корпоративная культура, которая включает в себя ценности, стандарты и модели поведения, которые иницируют социальные поведенческие режимы риска.

Предпринимательская деятельность способствует внедрению новых технологий, реализации различных идей в конкретной компании, использованию новых возможностей в управленческой, маркетинговой и технической подсистемах.

В результате предпринимательской деятельности концентрируются новые экономические структуры и функции, генерируется прибыль в результате успешного сочетания элементов производства и экономятся ресурсы, таким образом, сущность предпринимательского духа рассматривается в диалектическом единстве двух аспектов предпринимательского духа. - Элементы рыночной экономики и системной целостности.

Предприниматели создают организации, которые в отечественной науке понимаются как систематически и сознательно объединяющие действия людей, желающих достичь определенных целей.

Бизнес-организация, производящая новые товары или услуги, пользующиеся спросом на рынке, представляет собой синтез новых идей, технологий, людей и материальных ресурсов. Управление коммерческой организацией отличается от управления традиционной организацией, называемой менеджментом.

Несколько отечественных и зарубежных ученых выступают против администрации. Как правило, целью менеджмента является поддержание производства в

рамках существующей организации, в то время как управление бизнесом обеспечивает переход из одного организационного состояния в другое.

Таким образом, мы можем сказать, что предпринимательство - это особая деятельность, которая ставит цели, то есть создает компанию, ориентированную на производство новых товаров и услуг и получение прибыли.

Часто понятия "предпринимательство" и "бизнес" используются взаимозаменяемо. Однако необходимо различать природу этих экономических явлений.

По мнению А.И. Агеева, предпринимательство, подразумевает творческую и инновационную экономическую деятельность. Это новшество состоит из сочетания производственных факторов (в форме создания новой компании, реорганизации существующей, установления новых отношений, модификации существующей и т.д.). Как говорится в словаре В.И. Даля, стать предпринимателем - это, это означает "принять решение начать новый бизнес". Известный экономист Й. Шумпетер считал, что предприниматели не делают того, что делают другие.

Бизнес - это воспроизводственная экономическая деятельность, направленная на достижение известных результатов известными средствами.

Предприниматели рационализируют свою деятельность, активно добывают необходимую информацию, в основном работают с неполными знаниями, недостатком информации. В условиях высокой неопределенности деятельность предпринимателя может быть успешной при соблюдении нескольких условий и требований.:

Свобода выбора направления и метода деятельности, независимость в принятии решений;

Ответственность за принятые решения, их последствия и связанные с ними риски.

Показателем корпоративной деятельности является направленность на достижение коммерческого успеха, прибыли, связанной с рыночной структурой экономики.

Целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, производство востребованной продукции и поставка ее на рынок.

Таким образом, корпоративная деятельность происходит в экономической сфере. В том, что касается работы, есть различия. Взаимосвязь экономической деятельности, трудовой деятельности и предпринимательства через деятельность субъекта деятельности рассматривается как соотношение затрат и выгод в условиях обмена видами деятельности и характеризуется вариациями субъекта деятельности.

В современных исследованиях по психологии предпринимательства В.П. Поздняков выделяет функциональный и структурный подходы.

Функциональный подход

Выполнение бизнес-функций не обязательно должно быть связано с конкретной организацией. Эти наборы функций могут быть успешно реализованы в индивидуальной и совместной деятельности.

Ученые выделяют несколько аспектов экономической функции предпринимательства.

Предприниматели как агенты выполняют свои функции.

■ Оптимальное сочетание финансовых, психологических, организационных, информационных и других ресурсов для удовлетворения спроса и получения дохода;

■ Находить и создавать новые возможности и комбинации в экономике.

■ Инновация, то есть процесс создания новых ценных вещей (Р. Хизрич, М. Питерс, 1992);

■ Владельцы и менеджеры компании;

■ Предпринимательство как тип экономического поведения (Й. Шумпетер).

Структурный подход

Предприниматели выделяются как особая социальная группа, которая является предметом психологического исследования.

В зависимости от условий и содержания предпринимательской деятельности представителей современной российской бизнес-иерархии можно разделить на группы.

- Предприниматели, которые одновременно выступают в качестве владельцев и менеджеров компании (особые группы представлены отдельными компаниями)

- Ассоциированные предприниматели (руководители и разнорабочие), которые совмещают корпоративную деятельность с оплачиваемой работой

- Менеджеры (совладельцы и менеджеры по контрактам), которые управляют компаниями и распоряжаются ресурсами, но не собственники.

А.И. Агеев в 1991 году попытался классифицировать предпринимательство по степени новизны товаров и услуг применительно к правовому порядку и параметрам правового статуса.

В зависимости от степени новизны продуктов и услуг, в которых осуществляется предпринимательская деятельность:

- Инновации;

- Рутинная.

О правовом порядке:

- Юридические компоненты

- "Теневая", криминальная составляющая.

Параметры правового статуса:

- Бизнесмен, владелец своего бизнеса.

- Нанял менеджера.

Предпринимательство также относится к определенному образу жизни. Бизнесмен есть бизнесмен, но когда дело доходит до истинного феномена предпринимателя, не каждого бизнесмена можно отнести к категории предпринимателей. Развитие предпринимательства возможно тогда, когда есть необходимые бизнес-темы, и эти темы способствуют развитию рыночных отношений.

Возникновение корпораций подразумевает наличие определенных социальных ситуаций. Предпринимательство как явление возникло в связи с социально-экономическими изменениями в российском обществе. Однако, как явление, оно имеет долгую историю развития и описано на основе содержания каждой главы данного руководства.

Сущность теоретических концепций Й. Шумпетера

Предпринимательство - это не профессия, это состояние, которое не может сохраняться долго. При классификации предпринимателей их можно разделить на отдельные группы как особый вид хозяйствующих субъектов. Осуществление предпринимательской функции создает определенный образ жизни, моральную и эстетическую систему ценностей, но это не классовый статус, а статус капиталиста или землевладельца.

Реализация новой комбинации - это уникальный процесс и уникальная функция основателя - выполнять комбинацию, а не находить комбинацию как изобретатель. Предприниматели отличаются от менеджеров, и предпринимательская природа такого лидерства создает особые условия для деятельности. Статус владельца не определяет его предпринимательскую деятельность.

Предпринимательская деятельность Й. Шумпетер не называет "работой". Потому что она качественно отличается по своей природе и функциям от административной работы, интеллектуальной работы и остальной предпринимательской деятельности.

Меняющаяся среда предоставляет возможности для новых открытий и изобретений, но вы не можете назвать предпринимателем каждого экономического субъекта. Это два противоречащих друг другу типа поведения. Лучший способ управления - это "не самый лучший", но "самый благоприятный из тех методов, которые вы пробовали".

Мотивацию предпринимателя можно считать эгоистичной в смысле решительности и спекуляций, потому что он не признает ценности иерархии, которую покидает и по которой поднимается. Однако его мотивы разумны и значимы, поскольку они являются движущей силой экономических преобразований. По уважительной причине предпринимателей можно назвать революционерами экономики.

Контрольные вопросы:

1. Опишите основные черты психологии предпринимательства.
2. Суть предпринимательской деятельности
3. Мотивы предпринимательского поведения
4. В чем заключается феномен современного предпринимательства?
5. Перечислите критерии успевающего предпринимателя, которые приводит психолог Рощин
6. Перечислите черты, характеризующие предпринимателя

ТЕМА 3. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

1. Понятие и структура личности
2. Формирование и развитие личности
3. Индивидуально-психологические особенности личности: темперамент
4. Характер
5. Способности

1. Понятие и структура личности

Человек - это сложная биосоциальная система, которая следует трем программам развития: биологической, психологической и социальной.

Что касается развития биологических форм, то человек называется индивидом, то есть носителем человеческих качеств, а с социальной точки зрения человек - это личность, находящаяся в определенных отношениях с другими. Таким образом, индивид потенциально является личностью, рождается как индивид, постепенно приобретает особые социальные характеристики и становится личностью.

Суть человеческой природы и особенности характера воспринимаются каждым человеком на протяжении всей его жизни, расширяя его представления об окружающем мире.

В социологии и психологии человек является как совокупность качеств человека, приобретенных в социокультурной условиях в процессе совместных действий и общения.

Природа психологии представляет собой систематическое (социальное) качество, приобретаемое индивидами в процессе объективной деятельности и общения, и представляет собой меру выражения индивидуальных социальных отношений.

Личность обладает социальной сущностью, и индивиды сознательно занимают определенные позиции в обществе и выполняют исторически определенные роли.

Характер каждого человека наделен только уникальным сочетанием психологических характеристик и характерных черт, формирующих его личность, что составляет личную оригинальность и отличия от других. Личность выражается в основных интересах, навыках и т.д., таких как особенности темперамента, индивидуальность, привычки, когнитивные процессы (восприятие, память и т.д.).

Структура природы:

1. Ориентация на избирательное отношение к действительности. Это сфера человеческих интересов, потребностей, установок. Эта подструктура формируется

образованием и может быть названа социально обусловленной подструктурой.

2. Практика - сочетает в себе знания, навыки, умения и привычки, приобретенные из личного опыта в процессе обучения, но уже оказывает заметное влияние и генетически детерминированные биологические черты личности.

3. Формы самоанализа - сочетают в себе индивидуальные особенности отдельных психических процессов, которые могут быть развиты с помощью физических упражнений.

4. Биопсихологические субструктурные свойства субстрата. К ним относятся половые и возрастные особенности личности и патологические изменения.

Современные психологи дополняют эту систему другими компонентами.

5. Система управления - самосознание, самоуважение, самоконтроль и коррекция поведения человека. Самостоятельное действие - сознательное желание изменить что-то нежелательное или формирование желаемого состояния собственного характера (большее стремление к определенным усилиям).

2. Формирование и развитие личности

Главная особенность и атрибуты личности формируются в ходе жизненного развития индивида. Этот процесс называется генерацией объекта. Онтогенез выполняется при определенных условиях, процесс которых определяет действие нескольких факторов.

Индивид - это интеграция биологического и социального. Основой социальной подструктуры человека является интеграция и взаимосвязь социального опыта и ориентации индивида. Эта подструктура формируется в процессе социализации.

Социализация личности

Социализация является процессом осознания и активного воспроизводства человека. Социальный опыт в которой в определенной социальной ситуации человек трансформирует этот опыт в свои собственные направления и ценности и по желанию вносит в свое поведение нормы, принятые в обществе или группе.

Наряду с персонализацией следует также учитывать социализацию.

В то же время, объединяясь и социализируясь в различных сферах общественной жизни, индивиды "приобретают все большую независимость, относительную автономию, формируют свой собственный образ жизни и внутренний мир".

Социальная практика - все своеобразие индивидуальной психики, связанные с принадлежностью к определенному сообществу и, следовательно, с предписанной извне программой поведения.

Социальная миссия - это различные права и обязанности индивидов, которые вытекают из общественного статуса и предписываются обществом в целом или в точном сообществе.

Социальный регламент - это правила или стандарты поведения, одобренные социальной группой и ожидаемые от фактического поведения членов этой группы.

Эталонные ценности - субъективное реальное отношение индивидов к социальным нормам, системам ценностей, влияющим на личные мотивы: понятия истины и справедливости, свободы и ответственности, смысла жизни, добра и зла и т.д.

На основе социальной практики развиваются личные навыки, знания и привычки. О характере любого человека: "Что он будет делать в той или иной ситуации? Если включить ответ на вопрос "Как он поведет себя в другой ситуации?", социальный опыт даст ответ "Как он поведет себя в данной ситуации?".

Ориентация личности также является скорее социальной категорией, чем генетически детерминированной. Ориентация надолго определяет доминирующие ценности, которые лежат в основе поведенческих мотивов человека.

Из-за этой ценности (основная причина) человек готов отказаться от многих привлекательных и желанных альтернатив. Развитие личности включает в себя

самовыражение и самостоятельные действия. Самовыражение - способность человека свободно выражать себя и принимать типы.

Каждый человек идет по пути личностного развития. Чтобы понять человека, нужно изучить его психологию, особенности воли, характера и способностей.

Развитие личности

Мысли Л. С. Выгодского о "Зоне ближайшего развития", которая лежит в основе концепции взаимосвязи между обучением и психическим развитием ребенка в семейной возрастной и педагогической психологии были широко распространены. Движущей силой психического развития, однако, является обучение ребенка, только тот человек, который "прыгает" вперед, создает "Зону ближайшего развития", возникает на "пределе" когнитивных способностей ребенка и определяет его психическое развитие на "завтрашний день". "Зона ближайшего развития" показывает, чего могут достичь дети при небольшой помощи взрослых, и отражает потенциал для обучения, воспитательной работы и способностей к развитию.

В настоящее время обучение, воспитательная работа и развитие являются "реальным уровнем развития" ребенка. Таким образом, " зона ближайшего развития" относится к "расстоянию" между текущим уровнем развития и возможностью развития.

А. Н. Леонтьев, А. В. Запорожец, Д. Б. Эльконин, В. В. Давыдов и другие в ходе исследования показали, что психическое развитие личности зависит от основных видов деятельности, выполняемых на определенном возрастном этапе. Именно эта деятельность определяет психические изменения в личности. Поэтому в период от рождения до года основным видом деятельности ребенка является эмоциональное общение со взрослыми, в ходе которого он должен овладеть нормами человеческих отношений.

Самое главное для ребенка на этапе 1-3 лет - усвоить предметную деятельность (действия с предметами) и, в то же время, социально разрешенные методы этой деятельности. В период от 3 до 7 лет основным видом деятельности ребенка является игра (моделирование социальных ситуаций), в ходе которой основным аспектом социализации является освоение социальных ролей. Кроме того, образование и познавательная деятельность до 11 лет, с одной стороны, развитие знаний и развитие интеллектуальной сферы представлены в качестве основных направлений личностного развития на данном этапе. Подростковый возраст (11-14 лет) в большей степени связан с освоением социальных норм общения со сверстниками и взаимоотношений между людьми. На этапе самоопределения в возрасте до 18 лет образовательная и профессиональная деятельность снова выходит на первый план, а развитие личности движется в направлении овладения знаниями, навыками и умениями. В процессе профессионального образования и трудовой деятельности, в течение 18-25 лет, человек приобретает профессиональные и трудовые навыки, причем в производственных отношениях, уже на новом уровне социальных отношений в трудовом коллективе. На этапе "человеческой зрелости" работа по-прежнему важна, но не менее важно общение между семьями и передача опыта детям. Основным аспектом социализации является развитие и воспроизводство опыта работы и норм общения.

В целом, говоря о развитии человека, становлении как личности, раскрытии индивидуальности, по словам Кона, данные психологии, а также биологии, социологии утверждают: процесс или конечный результат человеческого развития нельзя считать односторонним. Люди развиваются от рождения до смерти, и способность к развитию сохраняется на протяжении всей жизни. Различные процессы развития могут начинаться, продолжаться, протекать и заканчиваться в разное время жизни. Другие развиваются крайне неравномерно. Развитие в различных сферах жизни определяется целым рядом факторов, которые нельзя свести к единой системе влияния. Человеческая личность - это не только продукт, но и субъект собственного развития. Чтобы понять его жизненный путь, нужно рассмотреть множество ситуаций и кризисов, случайных жизненных событий, то, как сам человек с ними справляется.

3. Индивидуально-психологические особенности личности: темперамент

Основой биологической подструктуры личности является естественная корреляция темперамента, то есть устойчивых личностных черт, характеризующих различные аспекты психоактивной динамики.

Свойства темперамента - индивидуальные типы и ритмы психических процессов, степень устойчивости эмоций, напряженность волевых усилий проявляется в образе мышления, эмоциональной сфере, поведении, повадках. Родоначальником темперамента является греческий врач Гиппократ (4 век до нашей эры). Он считал, что темперамент человека определяется тем, какая из четырех жидкостей преобладает. Если это кровь (латинское "sangvis"), то темперамент кровожадный. Человек с ним энергичен, быстр, жизнерадостен, общителен, легко переносит жизненные трудности и неудачи. Если преобладает желчь ("холе"), человек становится холериком. Он желчный, раздражительный, возбужденный, несдержанный, очень подвижный, его настроение быстро меняется. Если преобладает слизь ("флегма"), то характер является флегматичным. Это спокойный, вялый, уравновешенный человек, трудно переключающийся с одного вида деятельности на другой, плохо адаптирующийся к новым условиям. Если самое главное - черная желчь ("мелайна холе"), то меланхолик - болезненный, застенчивый и импозантный человек, подверженный печали, застенчивости, замкнутости, он быстро устает и чрезмерно чувствителен к невзгодам.

Эту теорию темперамента можно назвать флюидной (от латинского "гумор" - жидкость), то есть темперамент зависит от соотношения жидкостей в организме.

Современные сторонники утверждают, что соотношение и баланс гормонов в организме определяет признаки темперамента. Например, избыток гормонов щитовидной железы усиливает признаки раздражительности и возбудимости у людей, холерический темперамент. Начало 20-го века. появилась конституциональная теория темперамента и его основная идея основывалась в установлении взаимосвязи с врожденной конституцией человеческого телосложения. Если применять традиционные названия темпераментов, то легко увидеть, что меланхолики в основном характеризуются хрупким летаргическим телосложением, у холериков - желчностью, от движения к бессилию, пикничковым (большие, спокойные "увальни"), сангвиники в основном - пикнические.

Последующие исследования доказали связь темперамента с особенностями нервной системы человека в зависимости от степени интенсивности психических процессов и состояний. Курс и другие скорости темперамента, по мнению Павлова, зависит от сочетания характеристик нервной системы: силы, уравновешенности, подвижности. Таким образом, различают четыре типа: сангвиник, холерик, флегматик и меланхолик.

Рассмотрим, как тип темперамента выдвигается в поведении личности по отношению к работе, окружающим и самим себе.

Сангвиник – это оптимистичный человек с сильной, уравновешенной и подвижной нервной системой. Скорость реакции очень высока. Его действия преднамеренны. Он жизнерадостен, благодаря чему отличается высокой устойчивостью к жизненным трудностям. Активность его нервной системы определяет эмоции, привязанности, интересы, разнообразие взглядов, высокую приспособляемость к новым условиям. Это общительный человек и легко сходится с новыми людьми, поэтому общение и привязанность не являются постоянными, но есть обширные знакомства. Активное средство, но только тогда, когда есть много интересного, то есть когда есть постоянное возбуждение, иначе становится скучно, беспомощно и ошеломляюще. В стрессовых ситуациях он проявляет "львиную реакцию". Активно и целенаправленно стремиться нормализовать ситуацию.

Оптимистичным людям свойственна определенная склонность к лидерству.

Способность действовать обдуманно, не действовать по настроению, а работать, создает необходимые предпосылки для осуществления организационной деятельности.

Холерик - это личность, нервную систему которого определяет обильное возбуждение над торможением, в результате чего он реагирует на него слишком быстро и часто не может сдерживать себя, не задумываясь, проявляет порывы, нетерпеливость, резкие движения, вспыльчивость, неуверенность, несдержанный. Дисбаланс его нервной системы предопределяет цикл изменения его активности и жизнеспособности. Начав бизнес, он работает с энтузиазмом, изо всех сил, но как только он надолго оказывается бессильным и истощенным, он становится настолько совершенным, что не может позволить себе всего.

Возникает раздражающее состояние, плохое настроение, упадок сил и вялость ("Все валится из рук"). Чередование положительных циклов настроения и энергии, повышающихся вместе с отрицательным циклом снижения, вызывает депрессию, нарушения в поведении и самочувствии, повышает восприимчивость к появлению нервных срывов и конфликтов с людьми.

Что касается самого себя, то холерик к себе также нестабилен. Повышение эмоционального состояния приводит к тому, что самооценка становится адекватной или заниженной. При упадке появляется чрезмерная самокритичность, желание жаловаться, боль.

Флегматик - личность с сильной, уравновешенной, но малоподвижной нервной системой. В результате он реагирует медленно. малоразговорчив; эмоции проявляются медленно (гнев, их трудно исказить). Высокая работоспособность, сильный, хорошо переносит длительные раздражители, борется, но не способен быстро реагировать в новых неожиданных ситуациях. Он помнит все, чему научился. Не может отказаться от выработанных навыков и стереотипов, не любит менять привычки, быт, работу, друзей, трудно и медленно приспосабливается к новым условиям. Настроение стабильное. Если у вас серьезная проблема, пациенты-флегматики явно сохраняют спокойствие.

Производительность высока в тех видах деятельности, которые требуют систематичности, точности и пунктуальности. Инновации могут быть использованы только тогда, когда они систематичны, детализированы и последовательны. Самооценка человека с флегматическим темпераментом стабильна и адекватна. Он точно оценивает ваши способности, умеючи, обладает сноровкой. Он хорошо знает, какую работу он может выполнять. Он уверен в себе, солиден и надежен. По отношению к личностям флегматик всегда ровен, спокоен, в меру общителен и обязателен.

Меланхолик – это личность со слабой нервной системой, который чрезмерно реагирует даже на слабые раздражители. Если раздражитель сильный, может появиться "коллапс", "ступор", замешательство, "кроличий стресс" и т.д., поэтому результатом активности пациентов с депрессией в стрессовых ситуациях (тесты, соревнования, риски и т.д.) является обычная спокойная обстановка. Повышенная чувствительность приводит к более быстрой утомляемости и снижению работоспособности (требуются более длительные перерывы). Незначительные причины могут вызвать гнев и слезы. Настроение очень капризное, но обычно при депрессивных заболеваниях стараются скрывать свои чувства, внешне их не проявляя, не рассказывают о своих переживаниях, но часто склонны впадать в грустные, подавленные, тревожные переживания, но могут быть и неврозоподобные расстройства. Однако из-за высокой чувствительности нервной системы эти люди часто проявляют художественные и интеллектуальные навыки.

Меланхолики с депрессией хорошо реагируют на поощрение и подвергаются наказаниям, в результате чего они не могут успешно выполнять задачи из своей повседневной жизни. Им трудно работать в условиях стресса, конфликтов, перегрузки. Но в более спокойных ситуациях он неутомим, потому что выражается в сосредоточенности, беспокойстве, часто высоком чувстве ответственности.

Меланхолики наделены способностью сопереживать, наблюдать,

систематизировать наблюдения, но часто сопровождается эмоциональной хрупкостью. Эмоциональные переживания депрессивных пациентов глубоки и длительны. Какое выражение жизни вы можете выразить? Обиды или поэтический дар - проблемы воспитания.

Характер - это, в некотором смысле, индивидуальное сочетание наиболее стабильных, присущих и приобретенных личностных черт, которые проявляются в поведении человека.

- Для себя (степень потребностей, важности, самоуважения)

- По отношению к другим (индивидуализм или коллективизм, эгоизм или альтруизм, жестокость или доброта, безразличие или чувствительность, неуважение или почтительность, энергичность или честность и т.д.)

- Порученная работа (лень или усердие, аккуратность или неряшливость, предприимчивость или пассивность, терпение или нетерпеливость, ответственность или безответственность, организованность и т.д.)

- Воля к преодолению препятствий, душевной и физической боли, степень настойчивости, независимости, решительности, дисциплинированности (волевые качества).

Как уже упоминалось, характер личности - это сплав врожденных свойств высшей нервной деятельности и индивидуальных особенностей, приобретенных в течение жизни.

Правда, доброта, тактичность или, наоборот, лжецы, подлые и грубые люди - это люди со всеми типами характера. Однако, в зависимости от конкретного характера, некоторые характеристики могут быть приобретены легче, а другие - труднее. Например, легче вырабатывать флегму, чем холе, дружелюбность, отзывчивость - меланхолику. Холерику и сангвинику легче быть хорошим организатором, общительным человеком. В то же время вы не можете оправдывать недостатки своей собственной личности врожденными качествами. Тип характера они прямо не определяются.

Индивидуальные свойства персонажа зависят друг от друга и взаимосвязаны, образуя целостную организацию, называемую структурой характера. Атрибуты делятся на две группы. Под личностными чертами понимаются определенные особенности личности человека, которые систематически проявляются в различных видах деятельности и позволяют судить о возможных действиях при определенных условиях. К первой группе относятся выражение личностных склонностей (устойчивых желаний, установок, интересов, наклонностей, идеалов, целей), система отношений с окружающей действительностью, индивидуальные способы реализации этих отношений. Вторая группа - интеллектуальные, волевые и эмоциональные черты личности. Среди свойств характера принято различать общие (глобальные) и специфические. Первый влияет на несколько признаков поведения. Откройте для себя 5 глобальных характеристик.

- Нестабильность уверенности;

- Согласие, дружба-враждебность;

- Импульс совести;

 - Эмоциональная стабильность - тревога;

- Интеллектуальная гибкость-ригидность.

Среди специфических черт темперамента, влияющих на местную ситуацию, мы можем выделить следующие: доминирование (лидерство) - подчинение; оптимизм - разочарование; совесть - отсутствие стыда; смелость - внимание; деликатность

- Грубость; независимость - конформизм (групповая зависимость); самоконтроль - импульсивность; страсть - апатичная вялость; честолюбие - неприхотливость и т.д.

Известный немецкий психиатр К. По словам Леонарда, у 20-50% людей некоторые черты характера проявляются слишком резко, что приводит к такого же рода конфликтам и нервным срывам в определенных ситуациях.

Акцентуация характера является гипертрофированным развитием одного или нескольких свойств характера, в противоположность другими, что приводит к ухудшению

взаимодействие с окружающими. Острота акцентов варьируется, начиная от почти незаметных крайних вариантов, когда человеку нужно задуматься о том, есть ли у него заболевание - психопатия.

Психопатия - это болезненный порок развития личности (не влияющий на интеллект индивида), который появляется при насильственном нарушении отношений с людьми. Психопаты также могут быть социально опасны для окружающих.

Различие от психопата, акцентирование характера не последовательны и могут значительно смягчаться с годами и приближаться к стандартам. К. Леонград выделяет 12 видов акцентуации, каждая из которых определяет избирательную стабильность личности к жизненным невзгодам, повышенную чувствительность к окружающим, частые конфликты одного типа и определенные нервные срывы. При благоприятных условиях такой человек может стать экстраординарным, когда не затронуто именно слабое звено характера. ; например, акцент на так называемом благородном типе личности может способствовать расцвету таланта художника.

Акцентуация характера часто встречаются (50 – 80%) у подростков и юношей.

Специальные психологические тесты, например, Шмишека, позволяют определить его тип или отсутствие. Вам часто приходится иметь дело с похожими личностями, и важно знать и предвидеть специфические особенности поведения людей.

Давайте кратко опишем особенности поведения в соответствии с типом акцентуации (К. Леонгард).

1. Гипертимия (гиперактивность). Избыточно возвышенный, всегда веселый, разговорчивый, очень энергичный, независимый, стремящийся к лидерству, опасности, приключениям. Не отвечает на комментарии. Игнорирует осуждения. Это теряет грань дозволенного, и самокритики нет.

2. Дистимия. Всегда подавленное настроение; грустный, замкнутый, немногословный, пессимистичный, страдает от шумного общества, не подходит к коллегам по работе. Это редко приводит к конфликту и часто является пассивным аспектом.

3. Циклоида. Моя общительность периодически меняется (высокая, когда я чувствую себя хорошо, низкая в периоды депрессии).

4. Эмоциональный. избыточная чувствительность, хрупкость, глубоко переживают незначительные проблемы и замечания, чрезмерно чувствительны к недостаткам, поэтому преобладает грустное настроение.

5. Демонстративный. Будьте в центре внимания и стремитесь к достижению своих целей любой ценой: слезы, обмороки, скандалы, болезни, хвастовство, одежда, необычные увлечения, ложь – все работает. Легко забывает о неподобающем поведении.

6. Возбужденный. Раздражительность, несдержанность, агрессивность, плохое настроение, повышенная раздражительность, но это может быть лестно и полезно (это признак). Склонность к грубости и ненормативной лексике или молчанию. Активные и частые конфликты.

7. Заблокирован. Он пойман в ловушку своих чувств и мыслей, он не забывает о преступлениях, он сводит счеты. На работе и в повседневной жизни он несговорчив и уязвим для длительных ссор. В конфликте это часто активная сторона.

8. Педантичный. Очевидное раздражение - в виде переживания подробно до мелочей; на сервисе можно замучить посетителей официальными требованиями, а домашних доводит чрезмерно бытовыми требованиями.

9. Бьющий тревогу (психопат). Сниженный фон настроения; страх за себя, близких; застенчивость, тревожность; крайняя нерешительность; страдание от длительных неудач и сомнения в своем поведении.

10. Экзальтированный (лабильный). Очень капризное настроение; эмоции ярко выражены. Повышенное внимание к внешним событиям; ложные мысли; любовь.

11. Интроверты (шизофрения, аутизм). Малая общительность; замкнут и отделен от

всего. Общение по необходимости; погружение в себя; ничего не говорит о себе, не раскрывает своих переживаний, но характеризуется повышенной уязвимостью. Слишком холоден для других, даже для самых близких.

12. Экстраверт (конформист). Высокий уровень общительности; разговорчивый болтун; неприятный и очень капризный. Они, как правило, такие же, как и другие. Предпочитает быть беспорядочным и послушным.

Способности - это психологическая характеристика индивида, которая определяет, готов ли он или она освоить и успешно выполнять определенные виды деятельности.

Сигнал определения способности. Способности - это психологическая черта, которая отличает одного человека от другого. Никто не будет говорить о технологиях, когда речь заходит о качествах, которыми все равны. Технология - это не характеристика каждого человека, а характеристика, связанная с успешным осуществлением деятельности или многих видов деятельности. Технология не сводится к навыкам, умениям, знаниям человека, выработанным в течение жизни и деятельности.

Способности и задатки. У каждого человека при рождении формируются определенные предпосылки для формирования навыков.

Задатки - это анатомические и физиологические свойства структур мозга, органов чувств и движений, которые формируют естественную основу технологического развития.

На основе одного и того же задатка могут быть сформированы различные техники в зависимости от особенностей требований к деятельности. Например, человек с музыкальным слухом может быть певцом, дирижером, учителем музыки и т.д. Однако влияние склонностей нельзя считать полностью нейтральным по отношению к будущим способностям. Таким образом, характеристики аудиального аналитика точно влияют на навыки, которые требуют участия конкретного аналитика.

На основе одного и того же материала можно развивать различные навыки. Например, такое устройство, как мобильная нервная система, станет основой для формирования навыков в деятельности, требующей быстрой реакции на изменение ситуации и изменения скорости выполнения работы. Наиболее распространенная классификация способностей состоит в том, чтобы разделить их на две группы: общие и специальные. Каждая из этих групп делится на основные и сложные группы, внутри которых уже выделяются определенные виды.

Общая базовая способность - это способность, присущая каждому, хотя степень ее проявления различна. Это включает в себя основные формы ментального самоанализа: способность чувствовать, воспринимать, запоминать, переживать, думать, воображать, принимать решения и выполнять их. Каждое элементарное проявление этих способностей представляет собой соответствующую умственную деятельность, выполняемую с различным успехом: ощущение, память, дух, воля. Результатом практики может стать этот навык.

Специальные элементарные способности - это способности, которые подразумевают определенную выраженность некоторых качественных аспектов психических процессов. Например. Глазомер - это способность распознавать, оценивать и сравнивать с разной точностью размер визуально воспринимаемого объекта, расстояние между объектами, то есть определенное качество зрительного восприятия. Музыкальный слух - это определенное качество слухового восприятия, проявляющееся в способности различать и точно воспроизводить музыкальные звуки. Умение слушать музыку - это составляющая музыкального мастерства. Специальные элементарные навыки развиваются в соответствии с направленностью процесса обучения.

Общие сложные способности - это способности для обычных видов человеческой деятельности, таких как работа, обучение, игры и общение друг с другом. Они в той или иной степени присущи каждому человеку. Каждый член этой технической группы представляет собой сложную структуру личностных качеств.

Сложные специальные способности присущи не всем в целом, а также в разной

степени. Это техники для определенных видов профессиональной деятельности, которые возникали в ходе истории человеческой культуры.

Эти методы обычно называют экспертными. Набор навыков, которые определяют особенно успешную деятельность человека в определенной области и отличают его от других, которые учатся или выполняют эту деятельность в тех же условиях, называется талантом.

В зависимости от уровня технического развития различают талант, гениальность.

Талант - это сочетание общих и специальных способностей, определяющих особенно успешную деятельность человека в определенной области. Высокий уровень личных способностей к определенным видам деятельности, проявляющийся в оригинальности и новизне подхода, наряду с достижением наилучших результатов, называется талантом. В зависимости от выраженной потребности в творчестве талант человека всегда отражает конкретные человеческие потребности. Развитие таланта в решающей степени зависит от исторических и социальных условий.

Гениальность - это развитие навыков на самом высоком уровне, что делает человека экстраординарным и особенным во многих областях. Творчество гения исторически и неизбежно имеет позитивные последствия для общества. Разница между гениальностью и талантом заключается не в степени одаренности человека, а в том факте, что гений создает эпоху в своей сфере деятельности. Ученые подсчитали, что за всю историю человечества было около 400 выдающихся людей. Например, М. В. Ломоносов, Леонардо Да Винчи и др.

Развитие технологий. Каждая склонность должна пройти долгий путь развития, прежде чем превратиться в способность. Таким образом, в период от рождения до 5 лет улучшается работа всех анализаторов, развитие и функциональная дифференцировка определенных областей коры головного мозга, связь между ними и двигательными органами, особенно руками. Для общего технического развития. Самые младшие школьники и учащиеся младших классов средней школы переживают период бурного развития особых способностей. В этот период предпосылками для его формирования являются "Потенциальная зона развития" (Л. В. Выгодский), то есть игровая, творческая, мотивационная и различные виды деятельности, которые должны быть на пределе возможностей ребенка. Кроме того, формирование навыков сопровождается развитием волевой сферы индивида и определяется качеством обучения и воспитательной работы.

4 Психология деятельности бизнесменов

4.1. Сущность, цели и функции бизнеса

4.2. Теории предпринимательства

4.1 Сущность, цели и функции бизнеса

Бизнес (от древнеанглийского "bisig" – активный, работа, дело) играет решающую роль в нынешней экономике. Именно предприятию принадлежат почти все экономические блага, определяющие условия выживания современного человека, от жилья и одежды до продуктов питания и интеллектуального досуга. Бизнес меняется, принимая различные формы, изменяясь, эволюционируя и привлекая новое поколение молодых людей, которые обеспечат бизнесу наилучшую жизнь. Определение "бизнесмен" как личность, занимающийся производством товаров или услуг в рыночных условиях, в настоящее время является своего рода титулом. Не всех работников можно назвать бизнесменами, не все производственные процессы можно назвать предприятиями, не все предприятия приносят пользу обществу. Однако бизнес лежит в основе современной экономики, и без бизнеса экономика теряет свой динамизм, адаптивность, а иногда и целеустремленность.

В бизнесе заложены колоссальные интеллектуальные и творческие возможности, которые могут раскрываться как в направлении, желательные и нежелательные как для личности, так и для общества. Общество иногда вынужден ограничивать и диктовать

потенциал предпринимательской деятельности в ущерб способности удовлетворять текущие потребности ради будущих нужд.

Суть бизнеса заключается в объединении материальных, финансовых, трудовых и информационных ресурсов для производства товаров для продажи другим экономическим субъектам, таким как компании, организации и граждане. Это подключение может быть краткосрочным или долгосрочным (это связано со стабильностью спроса, возможностью переключения ресурсов и другими аспектами). Что касается сочетания долгосрочных ресурсов, то обычно создаются организации или организационные подразделения, то есть компании, которые подчиняются определенным и относительно стабильным правилам и предписаниям. Если подключение к ресурсу осуществляется в течение определенного периода времени, мы часто говорим о проекте за относительно короткий промежуток времени.

Прежний бизнес может осуществляться последовательно или одновременно разными компаниями. Неизменная компания может быть этапом нескольких бизнес-операций. Бизнес может быть приостановлен с уходом предпринимателя или успешно продолжен другими лицами. Другими словами, границы и природа бизнеса неизбежно неоднозначны и изменчивы, и выявление различных экономических явлений, происходящих в рамках одного бизнеса, иногда представляет значительную трудность. Закон). Роль компаний в обществе может быть четко описана как роль компаний как наиболее устойчивой формы компаний. Роль компании (или компани – это понятие в книге используется взаимозаменяемо) многогранна, и ее суть многофункциональна. По мнению некоторых экономистов, основная цель компании - служить источником дохода для владельца (акционера). Другие считают, что суть компании заключается в производстве продукции, удовлетворяющей материальные потребности общества. Другие, говоря о компании, имеют в виду функцию обеспечения занятости. Сторонники комплексного подхода указывают на несколько существенных дополнений к бизнесу в современном обществе.

Суть бизнеса как процесса и компании как организационной формы его выражения являются предметом интенсивных исследований в известной и научной литературе. Чтобы дать рекомендации по созданию, выбору и реализации стратегических направлений бизнеса, рекомендуется обобщить основные положительные выводы современной микроэкономической теории применительно к функциям компании. Для краткого описания компании желательно понять, как это отражено в данной теоретической концепции.

1) Состав и роль факторов принятия решений при производстве и реализации продукции, процессе воспроизводства

2) Механизм взаимосвязи между организационной и функциональной структурой компании и организационным подразделением

3) Производственно-технологическая структура компании;

4) Система взаимодействия между сотрудниками, менеджерами и владельцами компании.

С теоретической точки зрения бизнес-модель обычно представлена тремя компонентами. Описание бизнеса как системы ("Бизнес-концепция"); описание факторов и критериев принятия стратегических решений в компании; описание поведения компании в деловой и управленческой среде, а также в пространстве экономических показателей.

4.2. Теории предпринимательства

В экономической науке существует несколько базовых вариантов теории (модели) компании, которые описывают с помощью небольшого числа базовых предпосылок возникновение, функционирование и/или ликвидацию компании. Каждая из них компания

изучается предприятие в определенном смысле, с точки зрения тех или иных особенностей изучаемого предмета. Наиболее полным образом разработаны 5 вариантов теории бизнеса: неоклассическая, институциональная, эволюционная, предпринимательская и "агентская" подход фирмы (также называемая "босс-подчиненный" или "мастер-агент"). Также известны интеграционные теории и "модель выживания" предприятия..

Неоклассическая модель бизнеса рассматривает компанию как целостный объект, преобразующий материальные, трудовые и финансовые ресурсы в продукцию используя некоторые технологии и привлекая эти ресурсы к производственным процессам. "Портрет" компании представлен в виде производственной функции и выражает технические и экономические связи результатов производства по отношению к факторам затрат. В то же время считается, что формирование конфигураций и выбор объемов элементов осуществляются в рамках административных прав и могут осуществляться в рамках широкого спектра достаточно прозрачных с точки зрения информации рынков элементов. "Действие" компании заключается в выборе количества задействованных ресурсов, структуры и цены производимого продукта таким образом, чтобы прибыль компании (или другие показатели деятельности компании) были максимальными. Если компания не стремится к максимизации прибыли, то определено, что рано или поздно она проиграет конкуренцию и будет исключена из списка владельцев рынка путем естественного отбора, осуществляемого механизмом рыночной конкуренции.

Согласно с пониманием роли и функций этих компаний изучение компаний как субъектов рыночной экономики в 1950-х и 1970-х годах было в основном сосредоточено на двух приоритетных направлениях. Первый - это исследование свойств и технических параметров предприятия: соотношения объема работ, капитала, средств производства и замены объектов, определение коэффициентов, обеспечивающих минимизацию затрат. Второй - это исследование организации, структуры различных рынков и их влияния на конкурентное поведение компаний. Неоклассическое видение компании по-прежнему является основой для внедрения в большинстве стран мира, где разрабатываются курсы микро- и макроэкономики. В то же время базовая неоклассическая модель претерпела ряд недавних изменений, направленных на включение анализа неценовой конкуренции, влияния географического положения компании на цены продуктов и ресурсов, а также сезонных факторов. Учитывайте колебания производства с точки зрения занятости, проблемы с оптимизацией и управлением запасами и т.д. Известен полный спектр функциональных возможностей для конкурирования, дополнения и подмены целей компании в различных ситуациях. Максимизация прибыли - максимизация выручки, общей выручки, дохода на одного сотрудника, дохода акционеров, различных многофакторных приближений функций полезности, стратегических целей и т.д. Все эти изменения были естественной реакцией на расхождения, которые исследователи регулярно обнаруживают между выводами неоклассической теории и деловой практикой.

В институциональных концепциях (Coase, 1993) подход компании основан на различении двух типов экономико-производственных отношений: отношений между сотрудниками или бизнес-единицами одной и той же компании и отношений между экономическими субъектами, которые не принадлежат к одной и той же компании. . То есть производство продукции данной компании противопоставляется свободной купле-продаже элементов на рынке, а механизм управления менеджментом противопоставляется механизму рыночного взаимодействия.

Это отличие в основном проявляется в том факте, что использование механизма ценообразования на свободном рынке предполагает определенные варианты торговли затратами. Эти затраты включают в себя затраты на получение информации о ценах (информационные издержки) и затраты на проведение рыночных сделок (транзакционные издержки). Механизм административного регулирования биржи включает в себя затраты, которые компенсируют административные и другие издержки, связанные с

функционированием компании, но двух типов затрат не существует. Если продукция компании занимает стабильное положение в структуре товарных потоков, транзакционные издержки, связанные с приобретением необходимых материалов и оборудования на момент создания компании, ниже, чем если бы компания не производила тот же продукт. Организация компании, в которой описывается существование компании. Компании, в которых рыночный механизм заменен рецептурным механизмом, не несут этих издержек (хотя, конечно, они несут административные издержки, которые отличаются от тех, которые используются при использовании рыночного механизма). Следовательно, компании как производственные организации возникают там и в той мере, в какой нерыночные механизмы более эффективны, чем рыночные.

"Поведение" компании характеризуется особенностями заключения и исполнения контрактов с внешними организациями и сотрудниками, а также способами организации внутренних механизмов управления.

Таким образом, в центре внимания институциональной теории находятся мотивация, организация, контроль, планирование работников, объяснение существования и сосуществования коммерческих предприятий в различных формах и анализ пределов роста с точки зрения эффективности. В данной точке зрения институциональную теорию можно рассматривать как связующее звено между неоклассической теорией и теорией управления. Хотя этот "мост" все еще непрочен, и неоклассицизм и институциональная теория по-прежнему предлагают иную модель компании.

В эволюционной теории компания считается одним из объектов в окружении аналогичных объектов, которые можно сравнить с биологическими популяциями. Поведение компании в основном определяется отношениями между членами этой совокупности, а во-вторых, некоторыми внутренними характеристиками объекта, первой из которых является установленное правило принятия решений в данной теории. Реакция на определенные внутренние или внешние воздействия. Подразумевается, что в процессе функционирования компании, благодаря постоянному взаимодействию с "населением" каждой компании, формируются определенные традиции и процедуры принятия решений, алгоритмы, реагирующие на изменения во внешней и внутренней среде. Эти правила ("рутина"), согласно этой концепции, в конечном счете определяют характер компании, различие между одной компанией и другой в борьбе за конкуренцию. Согласно "эволюционистам", определение характера того или иного решения - это установленное правило, а не слепое желание максимизировать прибыль при любых обстоятельствах и условиях. Эти правила устанавливаются не сразу, а развиваются по мере изменения бизнес-среды компании и содержат как характер руководителя компании, так и особенности его взаимоотношений с другими партнерами компании. "Поведение" компании условно. Немедленный и эволюционный ответ компании на воздействие "повседневной" деловой, управленческой и технологической среды.

Таким образом, эволюционная модель компании признает, что, в отличие от неоклассической модели, у компании нет единого критерия для оптимизации своих решений. Этот критерий строго индивидуален и отражает не только личные предпочтения, но и исторический опыт, успехи и неудачи деятельности компании. Ясно, что это не константа, как в неоклассической теории, а динамический стандарт, который меняется со временем.

Особенностью эволюционной концепции является системный взгляд на компанию как на двойной объект. С одной стороны, вы становитесь членом бизнес-сообщества ("Населения"), а с другой стороны, вы в полной мере ощущаете все последствия эволюции этого сообщества. Существует уникальная традиция в определении активности, объема и соотношения рук, связанных элементов. Вопросы образования и (главным образом) ликвидация компании не полностью вписываются в эволюционную модель. До сих пор нет оснований говорить о сильной связи с неоклассической теорией предпринимательства.

Бизнес-модель компании основана на видении компании как применения

предпринимательских инициатив и ресурсов, доступных для привлечения предпринимателей. Все компании являются предпринимательскими, и в этом смысле предпринимательская теория имеет ограниченный объем исследований, чем другие типы теорий предпринимательства, но количество начинающих компаний во много раз больше, чем количество других предприятий, поэтому сходство между многими объектами предпринимательства и многими объектами других теорий довольно велико. В центре внимания этой концепции находятся отношения между предпринимателем и его бизнесом. Также подразумевается, что это лежит в основе предпринимательского бизнеса и в основе его деятельности. Такое предприятие - это предприниматель независимый, активный, стремящийся к успеху, склонный к риску, цепкий, способный к адаптации, уверенный в себе и способный использовать конфликтные ситуации в своих целях. Однако в модифицированной версии предпринимательской концепции такой человек является единичным и не считает обязательным находиться в компании и выступать в качестве директора, а также учитывает влияние на поведение компании. Управление планированием и финансовыми потоками деятельности внутри компании, включая инновационную деятельность, "мезопредпринимательство", деятельность "макропредпринимателей", управление внешними связями компании с другими организациями, бизнесом, управленческой и технической средой, населением; "микропредприниматели", сферой деятельности которых является микро-звено компании. производство вплоть до организации работ. Как правило, каждой компании нужны все три типа предпринимателей. Для успеха компании важно, чтобы каждый потенциальный предприниматель сделал осознанный выбор между этими типами ролей. В предпринимательской версии корпоративной теории следует подчеркнуть, что руководитель предприятия остается предпринимателем при любых условиях. ", как иногда говорят) соответствовали существующим требованиям или создавались с помощью предпринимателей.

В этой модели поведение фирмы является результатом поведения и взаимодействия предпринимателей на всех трех уровнях. Особое значение имеют взаимоотношения между предпринимателями, сотрудниками и владельцами компании.

Агентская модель компании также дает описание деятельности компании (точнее, взаимоотношений между владельцем и менеджером). В соответствии этой концепции, владельцы, которые не работают администраторами в компании, как правило, не имеют доступа к информации, хранящейся у администратора. Как правило, владелец может получить часть этой информации, но настройка внутреннего и внешнего мониторинга может потребовать значительных затрат со стороны владельца. Например, вы не можете наблюдать другую информацию, связанную с интенсивностью индивидуальной работы нанятого менеджера (точнее, вы не можете наблюдать разницу между максимально возможной интенсивностью управленческой работы и фактической интенсивностью управленческой работы в данной ситуации). Это также предполагает, что взаимосвязь между затратами усилий менеджера и эффективностью работы компании не детерминирована. Активизация менеджеров с помощью вознаграждения, в зависимости от результатов деятельности компании в этих условиях, может привести к различным качественным эффектам от определенных комбинаций количественных параметров ситуации. Следовательно, в некоторых случаях усиление усилий менеджеров обходится владельцу дороже, чем согласие на низкий уровень управленческой мощи. В настоящее время надлежащий охват дилерской модели ограничен для государственных компаний. Отношения между владельцем компании и наемным менеджером служат для объяснения поведения компании, но эта теория не может точно объяснить его. Причина заключается в чрезвычайно важной части взаимоотношений между интересами менеджера и интересами собственника, которые можно охарактеризовать в военных терминах как "внесудебные отношения". Иными словами, при сложившейся ситуации на предприятии, деятельность менеджера в интересах определенных собственников представляется крайне редкой. В

связи с этим применение модели управления "Работодатель-работник" должно значительно улучшить теорию агентов.

В теории интеграции компании предпринимаются попытки рассмотреть характеристики компании как относительно интегрированной и независимой социально-экономической системы, интегрирующей производственные (сбытовые) процессы производства и воспроизводства ресурсов во времени и пространстве. Связь между этими процессами и "портретом" компании заключается в потенциале, то есть наборе ресурсов и особенностей, которые определяют ожидаемые характеристики развития в определенных сценариях изменения окружающей среды в реальном мире. Основной целью принятия решений является распределение ресурсов и усилий компании между настоящим и будущим, между воспроизводством и производством, между развитием и использованием производственных мощностей. В некотором смысле, эта концепция отражает все аспекты деятельности компании, которые лежат в основе подхода, перечисленного выше.

Так называемая теория корпоративного выживания в некоторой степени способствовала развитию корпоративной модели, применяемой к российским предприятиям переходного периода. Согласно этой теории, которая в некотором смысле является "полуэволюционной", компания в переходный период не способна адаптироваться к непрерывным изменениям внешней среды, главным образом колебаниям номенклатуры и производства, финансовым условиям. Поставщики и потребители. Отношения между элементами экономического "населения" не поддерживают стабильность существования в целом, поэтому главной задачей предприятия в целом является выживание. Следовательно, плавная и последовательная эволюция в соответствии с внешней средой невозможна, а давление стрессовой ситуации, в которой часто оказываются компания и руководство, приводит к нарушению правил принятия неправильных решений в компании. В таких ситуациях руководители компании принимают решения, основанные исключительно на сиюминутных личных интересах и желании укрепить свое доминирующее и неконтролируемое положение.

Давайте взглянем. Каждая из этих концепций модели описательно рассматривает компанию под определенным углом зрения, не вовлекая многие другие процессы в области исследований, даже связанные с ними. Однако в условиях рыночной экономики, развивающейся регулируемым образом, это изменение корпоративной модели можно рассматривать с точки зрения требований к компаниям, которые обеспечивают долгосрочные возможности устойчивого развития в рыночных условиях. По терминологии можно выделить следующие компоненты этих требований:

1. Компания должна установить объемную и ценовую политику, чтобы надлежащим образом реагировать на изменения рыночных условий (такие как изменения цен на продукцию и производственных факторов). Вы должны постараться максимально увеличить разницу между доходами и расходами. В форме афоризмов этот принцип можно выразить следующим образом: "Слишком много расходов, слишком мало доходов" (неоклассическая модель)

2. Для того чтобы устойчиво функционировать на рынке, компаниям необходимо создать условия, которые могут относительно минимизировать внутренние транзакционные издержки компании и облегчить процесс поиска внешних конкурентов. Учитывайте факторы управляемости, мотивацию сотрудников и синергетический эффект (институциональные модели) для оптимизации размера компании.

3. Внутренняя система принятия решений в компании, ее характеристики и неизменная динамика должны быть предметом внимания руководителя. Должно существовать идеальное сочетание между стабильностью правил принятия стратегических решений и гибкостью принятия тактических решений. Одной из главных задач компании является создание гармоничных условий для взаимоотношений между компанией и экономической и административной средой, обеспечение гармоничной эволюции компании и окружающей среды, а также нейтрализация внутренних изменений,

задерживающих внешние изменения (теория эволюции).

4. Обязательным условием эффективного функционирования компании в условиях свободной рыночной экономики является наличие позитивной и осознанной мотивации не только у менеджеров, но и у сотрудников, которые являются производительными работниками. Для многих такая мотивация возможна только при создании условий для реализации предпринимательских качеств. Возможность предпринимательской деятельности должна быть гарантирована в компании (штатный предприниматель) или в "зоне интеграции" компании. Очень важным является вопрос сближения интересов руководителя компании и команды, преодоления разрыва между поведением директора как частного лица и представителя корпорации (бизнес-модель).

Взаимодействия между руководством и владельцами компании - это непрерывный процесс, который должен соответствовать интересам бизнеса. Поиск идеального соотношения между материальной заинтересованностью и профессиональным развитием менеджеров - очень сложная и важная задача. Информационная асимметрия треугольника "сотрудник-менеджер-собственник" создает предпосылки для нежелательного снижения производительности труда работников и менеджеров, снижения эффективности использования средств собственника (агентская модель).

5. Для сохранения и развития компании как независимого хозяйствующего субъекта требуется определенный баланс между процессами производства и внедрения, а также процессами воспроизводства и снабжения. Пренебрежение восстановлением внутренних производственных ресурсов и внешними социально-экономическими и экологическими условиями, благоприятными для компании, ставит под угрозу среднесрочную эффективность компании и ее существование в целом (теория интеграции).

Таким образом, общая цель самой компании и процесса совершенствования ее деятельности заключается в создании ситуации, при которой отношения между компанией и соответствующими социально-экономическими и институциональными субъектами, включая саму компанию, соответствуют взаимным ожиданиям. Очевидно, что степень реализации ожиданий, которые различные экономические и социальные структуры возлагают на компанию, не может быть одинаковой. На разных этапах социально-экономического развития общества различные темы предъявляют к компании довольно насущные и в некоторой степени преимущественные требования. Подчиненность и приоритет различных требований к компании в условиях независимости определяется, с одной стороны, непосредственным воздействием общества, а с другой - целями самой компании.

Здесь необходимо отметить концептуальное различие между "Целью предпринимателя", "Целью компании" и "Бизнес-целью". Целью предпринимателя (или собственника) является понимание своих намерений и интересов как физического лица, предназначенного для предпринимательской деятельности. Бизнес-цель - это условная аналитическая концепция, предназначенная для краткого описания элементов делового поведения в экономической и управленческой среде. Если компания идентифицируется как конкретное юридическое лицо, рекомендуется ввести специальное понятие "бизнес-цель", чтобы понимать непрерывное производство другими юридическими лицами в рамках бизнеса. Следовательно, цель предпринимателя как руководителя предприятия следует рассматривать отдельно от цели предприятия, поскольку определенные предприятия могут быть только средством в интересах физического лица-предпринимателя (владельца). В частности, такие меры, как ликвидация компании, могут соответствовать целям предпринимателя, но цели компании могут и не быть достигнуты.

В целом, компанию нельзя приравнивать к начальнику (директору), владельцу, рабочей команде или конкретному юридическому лицу. Компания - это реальная "живая" система, которая включает в себя физических лиц и материальные активы (основные средства, капитал и т.д.), а также организации, такие как поставщики, покупатели

продукции и т.д. за пределами компании. Таким образом, одной из первых проблем, которую должна решить каждая компания при разработке или модификации своей бизнес-стратегии, является проблема самоидентификации компании путем разделения границ в экономической, административной, технической, институциональной и других средах. Как только эти границы определены, стратегическое бизнес-планирование для выбранных границ (стратегических областей бизнеса) становится особенно важным.

В условиях сложности внутренней и внешней среды компании стратегия - это не просто способ или функция управления организацией, но ключевой элемент ее существования как системного интегратора. Это не бизнес, который подлежит стратегическому развитию (управлению) путем сгущения красок, но социально значимое стратегическое развитие достигается с помощью этого бизнеса. Стратегическое планирование переходит от функции управления к объекту, а бизнес переходит от объекта к платформе для реализации стратегической цели.

Таким образом, бизнес-миссия как явление связана, с одной стороны, с поддержкой процессов самореализации участников, а с другой - с реализацией процессов социального развития.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте индивидуально-психологические особенности личности: характер.
2. Охарактеризуйте индивидуально-психологические особенности личности: способности
3. В чем заключается цели и функции бизнеса
4. Что вы знаете о теории предпринимательства
5. Составьте схему: Индивидуально-психологические особенности личности: темперамент, и обосновать каждый тип в отдельности. (сангвиник, холерик, флегматик, меланхолик)
6. Опишите мысль Л. С. Выгодского о «Зоне ближайшего развития» в психологии.

ТЕМА 4. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ БИЗНЕСМЕНА

1. Предпринимательство как особая форма экономической активности.
2. Экономическая сущность и формы предпринимательства.
3. Социально-психологический портрет предпринимателя
4. Психологические качества бизнесмена
- 4.1. Социальные характеристики предпринимателей
- 4.2. Психологические характеристики предпринимателей

1. Предпринимательство как особая форма экономической активности

Хотя общепринятая экономическая теория предприятий в зарубежных странах и в нашей стране еще не создана, потребность в такой теории уже давно является очень насущной. "Три волны" развития теории предпринимательства - так традиционно можно охарактеризовать развитие процессов научного осмысления в практике предпринимательства.

"Первая волна", появившаяся в 18 веке, связана с концентрацией предпринимателей на рисках.

"Вторая волна" научного понимания предпринимательства, как его главной особенности, связана с различением инноваций. Основателем этого направления является Йозеф Шумпетер, один из величайших представителей мировой экономической мысли. в

своих новаторских работах. Й.Шумпетер в своих инновационных работах исследовал предпринимателя как центрального элемента механизма развития экономики.

Первая и вторая "волны" совершенствования теории предпринимательских задач были основаны на многофункциональности предпринимательских ролей, что привело к чрезмерно односторонним интерпретациям предпринимательских проблем. "Третья волна" фокусируется на специфических личных качествах предпринимателей и роли предпринимательства как регулирующего элемента в сбалансированной экономической системе.

Нынешний этап формирования теории предпринимательства можно соотнести к "четвертой волне", ее возникновение связано с переходом акцентов управленческой стороны с анализа поведения предпринимателей, поэтому повышается уровень междисциплинарного анализа проблемы переходного предпринимательства.

Предпринимательство является особенный вид экономически-активной деятельности, основанный на независимых инициативах, ответственности и инновационных предпринимательских идеях. Экономическая деятельность - это форма участия отдельных лиц в общественном производстве и способ приобретения финансовых средств для обеспечения средств к существованию себя и своих семей. Начальная стадия предпринимательства обычно связана только с идеями, результатом умственной деятельности, которая впоследствии принимает материализовавшийся вид.

Предпринимательство отличается обязательным присутствием инновационных моментов, будь то выпуск новой компаний, инновационные системы управления выпуска продукции, качеством, новые способы организации производства или внедрение новых технологий - это тоже инновации.

Основным лицом деловой активности являются предприниматели. Впрочем, предприниматель является не уникальным субъектом, по крайней мере вынужден сотрудничать с потребителем как с главным оппонентом, и с государством, которые в разных случаях возможно выступают в качестве помощника или оппонента. Потребители и страны также подпадают под тематическую категорию деловой активности, а также сотрудники (если, конечно, предприниматель не работает в одиночку) и деловые партнеры (если производство не отделено от продвижения).

Ведение предпринимательской деятельности можно только в рыночной системе. В то же время у предпринимателей в рыночных условиях нет иного выбора, кроме как ориентироваться на потребителей. Потому что только от потребителя зависят его интересы, благополучие и перспективы. Показателем корпоративной социальной свободы является количество вновь возникающих независимых компаний.

Совершенствование предпринимательства приводит к увеличению отечественного богатства и национального благосостояния (а не напротив). Развитие корпоративной бизнес среды является не только отечественной проблемой, но и международной. Вопрос включения в европейское и мировое бизнес-пространство очень актуален для государства. Только в случае такого включения может быть прерван процесс иностранной "утечки" национального капитала в иностранные страны.

2. Экономическая сущность и формы предпринимательства.

При определении экономической природы предпринимательства важно опираться на обширный мировой опыт исследований этого феномена. Для создания экономической теории предпринимательства именно практика привела к пониманию и обобщению мировой экономической мысли.

В нынешняя национальная и иностранная экономическая литература имеет множество определений понятия "предпринимательство". Его особенность и функция - субъект предпринимательства, предпринимателя, который способен специальным образом комбинировать элементы и факторы производства. Предпринимательство как процесс

напрямую связано с личными качествами предпринимателей как основной темой этих процессов.

Предприниматели являются субъективными (личными) репродуктивными элементами, они могут действовать с инициативой и инновациями, не опасаясь полной экономической ответственности, и они могут особым образом подключать другие производственные элементы для получения дополнительного дохода в будущем. Мотивацией к предпринимательской деятельности является, главным образом, получение прибыли от предпринимательства, ведущего к развитию и самоукреплению этой деятельности. Речь идет о чисто экономических причинах. В литературе часто наблюдается еще один фактор: индивидуальное самоутверждение, когда предпринимательство становится не просто видом деятельности, а образом жизни человека.

Виды предпринимательской деятельности очень разнообразны. Анализ литературы позволил нам определить виды деятельности, из которых состоит фонд. Следовательно, предприниматели должны обладать навыками, которые применяются в реальной деятельности. Среди них: исследование потребностей и платежеспособности покупателей; определение параметров продукта, видов продукции, объемов производства продукции для производства, рынков сбыта и каналов распределения продукции; определение сырьевых ресурсов и рынков сбыта, необходимых в соответствии с намеченной производственной программой; выбор наиболее полной технологии производства, планирование и постоянное обновление источники; организация и управление производством товаров для продажи.

Исходя из предложенных особенностей определения "предприниматель" и приведенного выше перечня функций, которые он выполняет в процессе реальных действий, можно определить суть такого экономического феномена, как предпринимательство. Предпринимательство - это особый вид бизнеса, целью которого является не получение дохода вообще, а получение сверхдохода, то есть прибыли от ведения дела.

Другими словами, предпринимательство представляет собой особую новейшую форму производства. Страны с таким типом воспроизводства, как правило, защищены от хаоса, а в дальнейшем и от хаоса в экономической сфере. Ее социально-экономический прогресс является динамичным и стабильным, а перспективы благоприятными.

Успех предпринимательской деятельности во многом зависит от эффективности выбора типа. Сейчас эта проблема является одной из главных при переходе к корпоративному типу управления. Формы предпринимательства, которые наиболее эффективно используют имеющиеся производственные устройства, производственную и социальную инфраструктуру, трудовые, интеллектуальные и природные ресурсы, а также существующие экономические отношения (в основном рыночные и правовые), должны быть признаны эффективными. По критериям формы собственности различают физические лица, индивидуумы (включая отдельных лиц и группы), государственные, муниципальные и смешанные компании.

Существуют различные виды промышленного, коммерческого и финансового предпринимательства. По масштабу последние делятся на малые, средние и крупные (корпоративные). Региональный (амплитуда территориального охвата) - региональный, краевой, государственный и межгосударственный; промышленная ориентация - промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, торговля и т.д.

Особой проблемой являются организационно-правовые нормы предпринимательства. До недавнего времени перечень организационно-правовых форм включал в себя большинство авторов: частные лица, кооперативы и лизинговые компании, товарищества с ограниченной ответственностью, партнерства и т.д. Эти формы включают:

- 1) Коммерческие компании (с полной, командирской и ограниченной

ответственностью) и партнерства (как открытые, так и закрытые)

- 2) Производственное сотрудничество
- 3) Государственные и муниципальные предприятия;
- 4) Некоммерческие организации.

На выбор форм экономической деятельности воздействуют объем капитала, показатель степени, в которой предприниматель готов нести ответственность (полностью или частично) за конечный итог своей деятельности. Здесь также оказывают значительное влияние такие факторы, как масштаб, тип, сектор и функциональное направление планируемой деятельности, общая экономическая ситуация в стране и регионе, социальная и политическая ситуация в стране.

Поэтому в современной ситуации страны существуют различные формы предпринимательства, выбор которых определяется целью (сфера деятельности, производственная принадлежность и т.д.) и субъективными (мотивы и психологические особенности предпринимателя) мотивами.

3. Социально-психологический портрет предпринимателя

Социально-психологические качества предприимчивых предпринимателей были предметом изучения биографов, психологов и социологов. Чтобы раскрыть секрет успеха, принимаются во внимание характер, технические и социальные характеристики. Таким образом, анализы показывают, что взаимосвязь между IQ и эффективностью предпринимателей носит криволинейный характер.

Были предприняты индивидуальные усилия для выявления качеств, которые характеризуют предпринимателя и отличают его от многих других. Прежде всего, среди этих практических качеств выделяются следующие навыки (skills): принятие инновационных нестандартных решений в стандартных ситуациях, особенно в ситуациях неопределенности. Генерируйте новые производственные и коммерческие идеи и оценивайте потенциальных клиентов с точки зрения дополнительного дохода. Быстро оценивайте инновации с точки зрения максимальной эффективности. Оценивайте рыночные условия с позиций дополнительной прибыли. Идите на риск. Анализируйте информацию и делайте правильные выводы с точки зрения рынка.

Согласно классификации Дж. Шумпетера, социально-психологический портрет типичного предпринимателя предполагает определенное видение вещей, волю и способность различать и оценивать наиболее важные моменты реальности. Способность ходить в одиночку, не опасаясь неопределенности и возможного сопротивления; способность влиять на других (обладать авторитетом и принуждать к повиновению).

Портрет предпринимателя по версии Американской ассоциации менеджмента:

- Стремление к новым возможностям и инициатива (использование новых и необычных бизнес-возможностей)
- Упорство и терпение (готовьтесь к нескольким попыткам, постоянно корректируйте свою стратегию)
- Готовность к риску (предпочтение ситуациям умеренного риска, внимание к снижению риска и результатам контроля)
- Сосредоточьтесь на эффективности и качестве (стремитесь улучшить стандарты работы).
- Участвуйте в рабочих контактах (приносите личные жертвы, чтобы ответственно выполнять работу)
- Цель (четко описывает цель, которая характеризует долгосрочное видение.
- Непрерывная корректировка краткосрочной работы)
- Желание получать информацию (постоянный сбор информации о клиентах и поставщиках, использование личных и деловых контактов)
- Систематическое планирование и мониторинг (планирование крупных задач в

виде подзадач, сосредоточение внимания на мониторинге финансовых показателей и принятии решений, разработка и внедрение процедур мониторинга эффективности работы)

Умение убеждать и устанавливать связи (умение убеждать, используя деловые и личные контакты как средство достижения целей)

Независимость и уверенность

К некоторым недостаткам предпринимателей относятся: склонность к краткосрочным решениям (часто из-за ограниченных ресурсов роста); склонность переоценивать достигнутые или ожидаемые результаты; консерватизм стиля и неспособность пересмотреть свои взгляды перед лицом расширения и сложности организации.

В нашей стране предпринимались попытки создать социально-психологический портрет предпринимателей. По сути, они приводят к попытке описать различные характеристики предпринимателей, которые могут разделять и описывать различные типы предпринимателей или объединять их в разные группы. Лидерские качества включают в себя следующие атрибуты: независимость, автономность, самостоятельность, достижения на рабочем месте, карьеру и власть, решительность и уверенность. В то же время они также отмечают особые деловые качества, такие как "особая энергия" предпринимателя. Особые инстинкты, выработанные в процессе самой деловой деятельности), терпение и умение брать на себя ответственность.

Особыми интеллектуальными навыками предпринимателей обуславливаются: гибкость мышления и способность генерировать идеи, в том числе аналитическое мышление, способность мыслить коммерческими идеями, это творческая личность с проницательностью и широким мировоззрением, способная находить оригинальные решения.

Существуют также особые психологические характеристики индивидов, такие как предрасположенность к корпоративной деятельности. Чувствительность к переменам, склонность к инновациям, устойчивость к инновациям, риску и стрессу одновременно. И последняя группа особых качеств предпринимателей - это так называемые коммуникативные навыки. К ним относятся: забота о причине. Некоторые авторы также указывают на важность поведенческих черт, таких как агрессия, в то время как другие, напротив, считают, что для них характерно стремление к сотрудничеству.

Агрессивное предпринимательское поведение чаще всего наблюдается у западных бизнесменов. Как правило, у западных предпринимателей это имеет характеристики, сходные с государственными. Иностранные писатели характеризуются следующим образом и сгруппированы в три группы.

Экономические характеристики: приумножение богатства, импульс к инновациям и реализации, действие по объединению трудовых, а также материальных и денежных ресурсов для увеличения добавленной стоимости.

Социальные характеристики: способность организовывать и реструктурировать социально-экономические механизмы, инициативность, включая готовность идти на риск, организаторский талант. И психологические особенности: наличие творческих принципов и тяга к новизне, независимости, желание чего-то добиться.

Предпринимательство определяется, во-первых, как "динамичный процесс накопления богатства", а во-вторых, "процесс создания новых ценных вещей, которые потребляют время и энергию, включая принятие финансовой ответственности, моральной, социальной и технологической". Приносите денежный доход и личное удовлетворение тем, чего вы достигли".

Западные предприниматели - новаторы, реформаторы и революционеры в области способа производства. Главное различие между отечественными и зарубежными предпринимателями заключается в том, что желание приумножить богатство не является главной целью деятельности. И в этом можно убедиться, проанализировав важность

определенных ценностей для российских предпринимателей.

Попытки объяснить типологию предпринимателей включают в себя работу Новожиловой Ю.Б. Основываясь на эмпирических данных, мы выделяем следующие типы предпринимателей:

- Новатор. Он погружен в идеи о продуктах или услугах. Новаторы предпочитают, чтобы идеи уже где-то были реализованы. Повторение его не беспокоит, и оригинальность ему нужна не столько, сколько успех. Около 30% из них являются самозанятыми.

- Нетерпеливый. Быстро обнаруживает проблемы или дефекты в вашей организации или системе. Решите изменить свой собственный сервис или компанию, не ограничиваясь анализом. Этот тип предпринимателей составляет 22%.

- Ремесленники. Слова о том, что бизнесмен - это умелец, не являются комплиментом, но это означает, что ключ трудно преодолеть. Однако те, кто вырос как "ремесленники", обладают знанием производства, навыком, который невозможно приобрести ни в одной высшей школе бизнеса. Таких работников около 29%.

- Сын. На Западе, где малый бизнес существует уже долгое время, в бизнесе существует семейная традиция. Около 7% малых предприятий унаследованы от их владельцев.

- Хитрец. В школе жизни он узнал две или три полезные вещи о профессии и деловом мире, и, согласно анализу, он делает все, чтобы избежать закона. В деловом мире не так много проницательных людей, всего 12%.

Этими типажам не исчерпывается палитра предприимчивых характеров, и вероятность успеха зависит от умения будущего предпринимателя создать оригинальный коктейль из всех этих компонентов.

Согласно анализу литературы, предпринимательство - это особый вид экономической деятельности, основанный на независимой инициативе, ответственности и инновационных предпринимательских идеях.

Основным лицом деловой активности - предприниматели. Предприниматели являются субъективными (личными) репродуктивными элементами, они могут рисковать с инициативой и инновациями, не опасаясь полной экономической ответственности, и они могут особым образом подключать другие производственные элементы для получения дополнительного дохода в будущем. .

Виды предпринимательской деятельности очень разнообразны. Следовательно, предприниматели должны обладать навыками, которые применяются в реальной деятельности. Кроме того, существуют различные формы предпринимательской деятельности, выбор которых определяется объективными и субъективными причинами (мотивами и психологическими особенностями предпринимателя).

Попытки создать социально-психологический портрет предпринимателей предпринимались как за рубежом, так и в нашей стране. В основном они сводятся к попыткам выделить и объяснить различные типы предпринимателей (новаторы, проницательные, ремесленники) или объяснить различные характеристики предпринимателей (лидерские, интеллектуальные, психологические, экономические, социальные).

4. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КАЧЕСТВА БИЗНЕСМЕНА

4.1. Социальные характеристики предпринимателей

4.2. Психологические характеристики предпринимателей

4.1. Социальные характеристики предпринимателей

В соответствии с литературой, 80% предпринимателей - мужчины, а 20% - женщины. Средний возраст 30-45 лет - это те, кто уже образован, имеет четкое видение целей и способов их достижения, предпочитает здоровый риск.

По данным, приведенным в литературе, причинами занятия предпринимательством являются желание улучшить финансовое положение (80%), приобретение независимости и свободы мыслей и действий (63%), активность и динамичность на протяжении всей жизни, оптимизация своего имиджа - 43%.

Согласно опросу, опубликованному в литературе, треть населения считает, что у предпринимателей много свободного времени, в то время как только 1/15 согласна с этим утверждением. В целом рабочий день предпринимателей довольно продолжительный, большинство из них тратят на работу 8-12 часов (53,3%), только 6,7% работают до 8 часов, а 13,3% предпринимателей используют в среднем 12-16 часов в день, а 26,7% - более 16 часов.

Многие из предпринимателей считают, что их доход пропорционален их усилиям, 53,3% согласны с этим, а 40% говорят, что их доход может быть больше.

В итоге, мы можем сказать, что существует реальное различие между населением и бизнесменами. Отношение общественности к предпринимательству, частично определяемое этим несоответствием, могло бы быть и лучше. Но даже сегодня это нельзя считать негативным. Около 40% населения относились к бизнесменам довольно благосклонно, и примерно столько же - 36,6% - было нейтрально и очень хорошо воспринималось - 16,7% и враждебно - 6,7%, в том числе враждебности - вообще не было выражено.

В некоторых исследованиях представлено несколько причин появления недоброжелательства по отношению к лидерам рыночной экономики. Во-первых, это зависть к тому, что бизнесмены и население объединяются. Кроме того, по мере снижения значимости предпринимателей это указывает на: нормы и правила, которые ранее сложились, но все еще существуют в обществе; отсутствие достоверных знаний населения о жизни предпринимателей; нежелание населения касаться предпринимательства или отсутствие таких возможностей; и, наконец, несовершенный качества самого предпринимателя и его моральный дух, с которыми пришлось столкнуться населению.

Опрос 11 основателей выявил некоторые социальные особенности.

С точки зрения самого предпринимателя, в первую очередь следует поддерживать интеллектуальное производство (информатика, естественные науки, искусство) - 64%. Далее идет производство средств производства (36%) и другие производственные отрасли (строительство, производство потребительских товаров, сырья - 27%). Секторами, которые больше всего не нуждаются в поддержке, являются сфера услуг (18%), торговля (9%) и финансы (9%).

Имея резервы для пополнения различных компаний, участники исследования отметили, что в первую очередь это молодые люди в возрасте до 30 лет (45,5%), служащие (36%), молодые студенты (64%), специальное образование может быть высшим и незаконченным высшим средним (27%).

Самое главное - это социально-психологическая мотивация предпринимательской деятельности. На вопрос, почему он занялся предпринимательской деятельностью, сам предприниматель в качестве основных целей предприятия назвал реализацию своих творческих способностей (64%) и экономическую свободу (73%). Среди респондентов никто не думал о власти как о цели для человека, и только 9% думали об изобилии как о цели. Эти данные свидетельствуют о том, что деньги являются важным мотиватором деловой активности для предпринимателей, но сами по себе не являются целью. Исследования, описанные в различной литературе, показывают высокую важность для предпринимателей ценностей, обычно связанных с самореализацией. Так называемое "традиционное" занимает промежуточное положение, может быть определено как "мишура", внешняя яркость и неизбежно меньше привлекает внимание населения.

Согласно опросу, большинство предпринимателей считают, что их доход пропорционален их усилиям, 64% говорят, что это последовательно, а 36% говорят, что их доход может быть больше.

Наряду со всем вышесказанным, общее восприятие внешнего вида предпринимателей, связанное с выполнением той или иной роли в социальной структуре, также является последовательным.

1. Предприниматели являются владельцами собственных компаний и организаторами производства.

2. Предприниматель - это мудрый бизнесмен, который стремится к прибыли без каких-либо средств и методов.

3. Предприниматель - это человек, который использует в своих интересах идеи других людей, когда есть такая возможность.

4. Предприниматели - это создатели новых идей, продуктов и технологий.

4. 2. Психологические характеристики предпринимателей

В рамках исследования была выбрана личность предпринимателя, его лидерские качества и навыки. Во время исследования был проведен опрос 11 бизнесменов с использованием стандартной анкеты, предложенной Платоновым и Уилсоном. Согласно полученным данным, бизнесмены, участвовавшие в исследовании, обладали такими качествами, как перцепция (восприятие целей организационной деятельности) и потребности (способность указывать на негибкость), избирательность (способность глубоко и полно отражать свои мысли) практически отсутствовала. Психологические особенности окружающих и тактичность (умение соблюдать чувство меры и находить наилучшую форму взаимоотношений).

В целом у предпринимателей развиты такие качества, как уверенность, действительность, ответственность и критичность. В результате, согласно полученным данным, можно сделать вывод, что предприниматели воспринимались как достаточно требовательные люди, не всегда могли правильно относиться к другим и не ориентировались в отношениях с окружающими их людьми. Но у них есть четкое представление о целях деятельности и организаторские способности.

В рамках исследования был проанализирован управленческий потенциал каждого бизнесмена. Далее результаты были проанализированы по кластерам. Были определены два типа предпринимателей.

* Предприниматели с высоким уровнем развития (30%) базовых управленческих навыков, относительно их можно назвать лидерами.

* Предпринимателя с низким уровнем управленческих навыков (40%) относительно можно назвать предпринимателем.

Другую группу составили 30% предпринимателей, которые не относились к первым двум группам. Портрет управленческих способностей такого предпринимателя описывается дисбалансом в уровне развития управленческих способностей индивида, поэтому результаты были проанализированы отдельно.

Первая группа, предприниматели имеющих высокий уровень развития базовых управленческих навыков, характеризуется высокими показателями и выше средних по всему изученным шкалам. Согласно полученным данным, все диагностированные компетенции у основателей, входящих в эту группу, развиты выше среднего уровня. По шкалам "Взаимодействие с подчиненными" и "Контроль времени" наблюдается только одно снижение показателей. По полученным результатам, портрет предпринимателя, включенного в первую группу, находится в хорошем состоянии. Результаты свидетельствуют о том, что эти люди обладают хорошо развитыми базовыми управленческими навыками. Эти успешные люди убеждены, что их подчиненные понимают цели, которые они преследуют, чего им в конечном итоге нужно достичь. Они чувствуют себя вполне уверенно, планируя достижение своих целей. Они могут прислушиваться к предложениям и пожеланиям других людей, использовать идеи работников, обдумывать действия других людей и будущие последствия, предвидеть

неблагоприятные ситуации.

Такие предприниматели знакомы с организацией, политикой, системами стимулирования и расширения прав и возможностей в тех случаях, в которых они работают. Они хорошо знают свою сферу деятельности и делятся знаниями со своими подчиненными. Кроме того, эти бизнесмены планируют свою работу и стараются помочь своим подчиненным работать и достигать своих целей. Подразумевается поддержка: необходимые инструкции, наставления, консультации, обучение, необходимое оборудование.

Входящие в эту группу предприниматели, могут сообщать сотрудникам о том, насколько успешно они продвигаются к своим целям. Вы можете говорить о положительных характеристиках взаимоотношений между этими предпринимателями и сотрудниками за проделанную работу с достаточно высоким баллом по шкале "Отношения с низшим классом" и баллом выше среднего по шкале "Обратная связь".

Впрочем, обладая всеми описанными выше характеристиками, такой предприниматель строго контролирует работу организации. Им (за исключением одного) удается добиться того, чтобы работа была выполнена в срок. Эти предприниматели могут следить за деталями своей работы без чрезмерных полномочий. При необходимости вы можете оказать давление на подчиненных. Благодаря управленческим навыкам, проявляемым руководителем, подчиненные понимают, что им нужно, и несут ответственность за выполнение своих задач. К тому же, бизнесмены, входящие в первую группу, не забывают выражать благодарность сотрудникам за их работу, что обеспечивает моральное удовлетворение работающих людей и хорошие отношения между предпринимателями и наемными работниками.

Аналогичные тенденции замечаются и в оценке этими предпринимателями своих взаимоотношений с подчиненными. Они отмечают положительные характеристики сложившихся отношений с подчиненными. Подчиненные доверяют своим подчиненным, ориентированы на личность, заинтересованы в предоставлении возможностей карьерного роста нанятым сотрудникам и тщательно подходят к созданию команд внутри группы.

Бизнесмены - Вторая группа, состоящая из бизнесменов, представляет собой группу бизнесменов с относительно низким уровнем развития управленческих навыков.

Каждый предприниматель из второй группы обладает пятью или более управленческими навыками, развитыми на уровне ниже среднего. Такая картина, с одной стороны, может говорить о возрастающей критике к себе как к руководителю, но это неблагоприятный психологический фактор при выполнении обязанностей предпринимателя.

Необходимо подчеркнуть, насколько тщательно эти бизнесмены оценивают свои способности. Это может говорить о нестабильности их управленческих способностей. По исследуемым результатам, такие предприниматели терпят трудности практически на всех этапах цикла получения управленческих навыков (низкие баллы и оценки ниже среднего) из-за низкого уровня развития управленческих навыков.

Низкий уровень детализации контроля, наблюдаемый у всех предпринимателей второй группы, может привести к снижению мотивации сотрудников. Бизнесмены полагаются на оказание давления на подчиненных из-за желания добиться своего, но это давление не связано с лидерскими качествами. С высокими баллами по шкале

Описанная выше тенденция "расширения прав и возможностей" позволяет нам охарактеризовать этих предпринимателей как типичных мягких менеджеров. Они не умеют отдавать указания, могут служить ненужным балластом для подчиненных, и только тогда, когда последние совершают ошибки. Этим предпринимателям удобнее всего работать в одиночку или с хорошо знакомыми людьми. Для них это будет удобное место для деловых партнеров, которые выполняют исключительно бизнес-функции, которыми редко нужно управлять и нести ответственность за других.

Характеристики взаимоотношений с подчиненными, представленные

бизнесменами, входящими во вторую группу, также характеризуются снижением показателей. Это предусматривает о плохих отношениях между предпринимателями и сотрудниками и может проявляться в виде низкого уровня симпатии, доверия к подчиненным и заинтересованности в профессиональном росте.

Согласно полученным данным, остальные 4 бизнесмена не могут принадлежать к выделенной группе и обладают уникальными характеристиками. Одной из этих характеристик может быть низкий порог самооценки, который, вероятно, будет искажен влиянием факторов социальной желательности, что затруднит анализ результатов. Другой предприниматель, напротив, характеризуется повышенной критичностью к себе, низкой самооценкой и беспокойством по поводу своих способностей.

Допустимо, что эти предприниматели принадлежат к другой группе, но из-за небольшого размера выборки эта гипотеза не может быть проверена. Однако полученные результаты могут послужить основой для будущих исследований в этом направлении.

Нынешние темпы развития предпринимательства и возрастающий вклад этого вида предпринимательской деятельности в национальную экономику вызывают интерес к различным видам исследований в этом направлении.

Своеобразие становления предпринимательства привели к развитию различных мифов о предпринимателях. Имеющие предрассудки мешают многим людям сообщать о своей деятельности в этой области. Следовательно, исследование уместно для выявления социопатического портрета предпринимателя. Опишите характеристики, которые отличают предпринимателей от многих других. Согласно анализу научной литературы и практики, предпринимательство - это особый вид экономической деятельности, основанный на независимой инициативе, ответственности и инновационных предпринимательских идеях. Основная тема деловой активности - предприниматели. Предприниматели являются субъективными (личными) репродуктивными элементами, они могут рисковать с инициативой и инновациями, не опасаясь полной экономической ответственности, и они могут особым образом подключать другие производственные элементы для получения дополнительного дохода в будущем. Виды предпринимательской деятельности очень разнообразны. Следовательно, предприниматели должны обладать навыками, которые применяются в реальной деятельности. Попытки создать социально-психологический портрет предпринимателей предпринимались как за рубежом, так и в нашей стране. В основном они сводятся к попыткам выделить и объяснить различные типы предпринимателей (новаторы, проныцательные, ремесленники) или объяснить различные характеристики предпринимателей (лидерские, интеллектуальные, психологические, экономические, социальные).

Согласно опросам, большинство отечественных предпринимателей - мужчины. Средний возраст 30-45 лет. Их рабочий день длится от 8 до 12 часов. Большинство предпринимателей считают, что доход не соответствует или превышает то, к чему они стремятся.

Самыми эффективными направлениями для предпринимательства являются интеллектуальное производство, средства производства и другие производственные отрасли. Помимо прочего, непродуцируемые секторы экономики - сфера услуг, торговля, финансы - нуждаются в поддержке. Наиболее вероятными источниками пополнения запасов от различных компаний являются молодые люди в возрасте до 30 лет, служащие, молодые студенты (64%).

Сам предприниматель считает реализацию своих творческих способностей и экономическую свободу главной целью своего бизнеса.

Кроме того, полученные эмпирические данные позволяют нам описать психологический портрет предпринимательских лидеров и предприимчивых бизнесменов, важным различием между которыми является разная степень развития лидерских и управленческих качеств и навыков.

Предприниматель - лидер является великим лидером, который уверен в своих силах, ответственен, умеет руководить людьми и хорошо знает свое дело. Предпринимателем можно сказать человека, который не всегда знает, как управлять человеком, его больше интересует бизнес. Также он склонен приуменьшить роль взаимоотношения с другими людьми в бизнесе. Он выражает колебание в своих способностях и дружелюбен к своим подчиненным. Для него расположение партнера более удобно, поэтому ему не нужно управлять и брать на себя ответственность за человека.

Контрольные вопросы

1. В чем экономическая сущность предпринимательства?
2. Объясните организационно-правовые параметры предпринимательства
3. Попытки составить социально-психологический портрет предпринимателя в нашей стране
4. Социальные характеристики предпринимателей
5. Психологическая характеристика предпринимателей
6. Опишите более подробно психологические характеристики предпринимателей с помощью стандартных опросников, предложенных Платоновым и Вилсоном.

ТЕМА 5. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТНОСТЬ В БИЗНЕСЕ

1. Конкуренция в бизнесе
2. «Образцовая конкуренция»
3. Конкуренция и партнерство

1. Конкуренция в бизнесе

Конкуренция считается преимущественно важной характеристикой, определяющих бизнес. Исключено говорить, что это явление провоцирует четкое отношение к себе, только с одной стороны. Имеется позиция экономистов, которые почти единодушно восхваляют конкуренцию как движущую силу экономического развития, механизм саморегулирования рыночной экономики. С иной стороны, существует общественное мнение, которое склонно рассматривать конкуренцию как нечто сродни упорной и злобной борьбе между "акулами капитализма".

Существует множество определений конкуренции.

Конкуренция - это соперничество между субъектами рыночных отношений за наилучшие условия и результаты коммерческой деятельности.

Конкуренция - это движущая сила рынка.

Конкуренция - борьба покупателей за право приобретать товары по низким ценам

"Что вы думаете о соперничестве?" Представители западных компаний на этот вопрос Дают довольно сложный ответ. Он хмурится, как будто съел лимон, но после паузы и раздумий говорит: "На самом деле, это вкусно. И это была не просто дань вежливости или "правильный ответ", выученный в школе. Они реагировали, основываясь на опыте, и, как правило, их кейсы доказывали такое же конструктивное отношение к конкуренции и конкурентам. Другое дело, что эмоциональная реакция участников была действительно кислой. И тут ничего не поделаешь. Эмоции не всегда дружат с сердцем. Голод - не самое приятное эмоциональное состояние, но оно заставляет вас двигаться активнее.

Также стоит помнить о том, как страны относятся к конкуренции. Легко видеть, что государственная политика почти во всех развитых странах направлена не на

ограничение конкуренции, а на поощрение конкуренции и, напротив, ограничивает возможности создания "неконкурентоспособных предприятий", известных как монополии или олигополии. Юридические ограничения налагаются только на то, что обычно называют "недобросовестной конкуренцией", "промышленным шпионажем", "обманом потребителей" и т.д. Конечно, в то же время все, что связано с преступным методом конкуренции, подпадает под действие общего закона. Однако общей движущей силой политики развитых стран является "усиление конкуренции".

Позади этой политики явно стоит понимание того факта, что деловая конкуренция оказывает множество положительных эффектов на потребителей, таких как разнообразие товаров и услуг, снижение цен и улучшение качества продукции. Кроме того, острая конкуренция способствует инновациям, проникновению на новые рынки и создает еще одну важную деталь: естественный отбор, оставляя рынок сильным и устраняя "ленивых", чтобы стране и обществу не приходилось много работать. Контролируйте и управляйте этой сферой общественной жизни.

Все обычные предприниматели в первую очередь ориентированы на поиск высокодоходной ниши. Но каким бы богатым ни был потребитель, в конце концов, он не может отказаться от давления продавцов, конкурирующих за предложение дорогих поездок по миру, роскошных квартир, коттеджей, загородных домов, казино, ресторанов, мехов и предметов роскоши. Коллекция моделей от кутюр и т.д. Нишевые рынки ограничены, и те, кто не может удовлетворить "эксклюзивность", переходят на следующий уровень и пытаются найти клиентов среди крупных компаний. Однако уже есть конкуренты, которые изначально ориентировались на работу на этом уровне. Именно так осуществляется переход к потребителю "среднего класса", а затем выход "на человека". Сбой происходит только тогда, когда предприниматели учатся лучше работать с потребителями и конкурентами.

К великому сожалению, сегодняшняя ситуация - не самая лучшая модель для изучения деловой конкуренции. Во-первых, потому, что конкурентная ситуация только начинает серьезно развиваться. Каждый российский бизнесмен готов пожаловаться на то, сколько беспокойства доставляет ему деятельность конкурентов, но для того, чтобы почувствовать, что такое действительно острая конкуренция, он должен серьезно постараться хотя бы немного пожить в стране с развитой рыночной средой. Кроме того, в нынешней российской ситуации отсутствие конкурентного опыта часто заменяется опытом войны, политических интриг или криминального противостояния. Поэтому в этом разделе чаще, чем обычно, необходимо будет опираться на опыт западных стран, исходя из убежденности в том, что законы истории суровы и "правила игры" передовых предприятий неизбежно будут установлены. Это также время, когда движение по дороге только начинается.

2. «Образцовая конкуренция»

Прежде чем начинать бизнес, рекомендуется сначала осмотреться и принять решение. Во-первых, где мы находимся, во-вторых, куда мы хотим попасть. После этого вопрос о том, что делать, решается гораздо проще.

Это полностью относится и к конкуренции. Эффективная конкуренция включает в себя, прежде всего, необходимость определить свое положение на рынке. Это определение во многом зависит от тактики и стратегии конкурентного поведения.

Принято выделять четыре возможные позиции в соревновании.

Компания считается лидером, когда она доминирует примерно на 40% рынка в своей сфере деятельности. Считается кандидатом на лидерство, на долю которого приходится 30% рынка. Те, кто удерживает до 20%, считаются "подписчиками" (followers). Компании, на долю которых приходится хотя бы 10% рынка, считаются "укоренившимися" в своей нише.

Конечно, в истории бизнеса случается всякое, но обычно компании проходят все

стадии этой "конкурентной иерархии" в процессе развития и редко прыгают с нуля на вершину славы. Более того, никто не заставляет компании изо всех сил бороться за лидерские позиции. Это вопрос свободного выбора. Многие компании очень комфортно чувствуют себя в "окопах". Часто, кстати, его нелегко достать. Многие люди сознательно выбирают позицию "ведомого", значительно снижая издержки, постоянно получая в этом плане сильное конкурентное преимущество, и в то же время спокойно ждут, если кто-то из лидирующей группы не совершит серьезной ошибки. .

Поэтому соревнование обычно проводится внутри групп или на границах между группами. Предприниматели, которые определили свое положение на рынке, должны определиться с политикой в отношении своих конкурентов. По словам Котлера, компания, которая не является лидером в своей нише, должна сознательно занять одну из двух возможных позиций. Спокойно примите роль "ведомого", не нападая на лидера или других соперников, открыто бросая вызов или сотрясая корабль понапрасну.

Если выбор пал на атаку, вы должны четко определить цель. Здесь желательно следовать следующим военным нормативным указаниям:

"Все военные операции должны быть направлены на достижение четко определенных, решающих в военном отношении и достижимых целей." Стратегическая цель большинства корпоративных атак заключается не в уничтожении врагов, а в захвате определенных ниш.

Таким образом, возможны три цели атаки.

1. Атака лидера рынка.

Это самая рискованная, но возможно и самая прибыльная стратегия. Это имеет смысл, если лидер является "фальшивым" и не предоставляет услуги на нишевых рынках в соответствии с текущими достижимыми стандартами. В этом случае основной фокус атаки выбирается на основе требований заказчика и изучения жалоб заказчика на текущую ситуацию. Если запрос клиента не выполняется или обнаруживается, что какой-либо сегмент рынка не обслуживается, этот сегмент становится объектом атаки. Именно так Миллер добился успеха, и мы обнаружили, что многие клиенты хотели "более светлое пиво". Альтернативная стратегия - это инновация, которая может захватить целый сегмент рынка. Итак, впервые Xerox разработала технологию "сухого" копирования, которая победила Zm.

2. Натиск компаний аналогичного размера, которые не ведут активный бизнес или испытывают проблемы с финансированием, чтобы завоевать место на рынке. Здесь часто происходят "лобовые" атаки, которые оказывают огромный рекламный эффект на группы аудитории и вытесняют конкурирующие продукты.

3. Нападения на небольшие или местные компании, которые не ведут активный бизнес или имеют проблемы с финансированием.

Традиционным инструментом, используемым в этих атаках, является функциональный параллелизм (замена продукта конкурента другим продуктом, выполняющим ту же функцию - например, фильм может заменить видеопродукт, а почта может заменить электронную почту). Определенные конкуренты с тем же продуктом, но разными параметрами (например, замена больших автомобилей на маленькие, удобные для городской парковки)

- Предлагать существенную конкуренцию, однополые товары или услуги

Классы, но с другими атрибутами или улучшенными потребительскими свойствами. Ценовая конкуренция, более известная как "демпинг", возникает, когда цены на аналогичные или идентичные товары и услуги просто снижаются, и, наконец, скрытая ценовая конкуренция приводит к тому, что покупателей привлекают скидки, призы и лотерейные системы, когда рыночные цены официально поддерживаются. и т.д.

Однако самая сложная позиция - у лидера рынка. Ситуация просто вынуждает их двигаться быстрее других и априори тратить больше денег на инновационные исследования, изучение рынка, рекламу и т.д. В результате "последователи" постепенно

накапливают ресурсы и периодически испытывают себя на прочность". Лидеры", организуют очередную атаку на их позиции. Простая попытка "докопаться" до их лидерской позиции в таких случаях неизбежно обречена на провал и является единственным, что остается лидеру. - Исповедовать принцип Наполеона: "Лучшая защита - это нападение".

"Как Procter & Gamble сохраняет лидерство на рынке", - говорит Ф. Давайте возьмем пример некоторых операций Kotler и покажем, как это делается.

"Программа Procter & Gamble выглядит следующим образом:

* Знание потребностей клиентов. Компания организует систематический сбор информации как о конечных потребителях, так и о торговых посредниках. Постоянно проводятся маркетинговые исследования и собирается другая информация. Например, у компании есть 800 телефонных номеров, по которым клиенты и потребительницы могут звонить бесплатно для получения жалоб и предложений.

* Долгосрочная программа мероприятий. Когда обнаруживаются новые возможности, мы разрабатываем программы по созданию и продвижению новых продуктов на рынке и внедрению новых ниш.

* Инновации в производстве продукции. Например, потребовалось семь лет на разработку первого образца зубной пасты против кариеса и несколько лет на разработку шампуней и подгузников с потребительскими характеристиками, отвечающими потребностям потребителей.

* Стратегия, ориентированная на качество. Все новые разработанные продукты должны максимально превышать средний уровень качества. Продукты, предлагаемые к продаже, также постоянно совершенствуются.

* Вариации продукта. Компания стремится производить продукцию в максимально широком диапазоне форм и размеров, чтобы, с одной стороны, удовлетворить потребности клиентов, а с другой - не оставить конкурентам возможности занять пустую рыночную нишу.

* Стратегическая трансформация бренда. Это новаторское изобретение Procter & Gamble. Вы можете "продвигать" несколько разных брендов в рамках одной товарной категории. Цель данной акции состоит в том, чтобы покупатели различных категорий ассоциировали свои желания с различными брендами товаров. В то же время "бренд-менеджер" компании отвечает не только за вывод новых имен на рынок. Не только это, но и вам приходится бороться с конкурентами в этой нише. Поэтому в борьбе с конкурентами наряду с мощными "специфическими" названиями используется также множество вспомогательных инструментов, таких как популярные товарные бренды.

* Стратегическое распространение торговой марки. Если торговая марка продукта хорошо зарекомендовала себя на рынке, ее можно присвоить новым продуктам в различных нишах, чтобы воспользоваться приобретенным эффектом и распространить на новые области рынка.

* Активная реклама. Procter & Gamble - вторая по величине рекламная компания в Соединенных Штатах. Чтобы рекламировать наши продукты и бренды на рынке с большим количеством конкурентов и высокими затратами на рекламу, мы считаем, что нам необходимо выделить достаточный рекламный бюджет, чтобы выделиться на фоне шума, создаваемого нашими конкурентами. Более того, здесь необходима повышенная активность не тогда, когда прямые конкуренты начинают больше "шуметь" на рынке, а даже если они борются друг с другом в разных рыночных нишах.

* Агрессивная команда "продавцов". Компания объединила лучших специалистов по продажам со всего мира.

* Эффективное продвижение продаж. В компании создан специальный отдел поддержки продаж.

"Бренд-менеджер" за возможности для наилучших мер по достижению поставленных целей.

* Соппротивление в конкурентной борьбе. Компания создает большой пул средств для борьбы с конкурентами, которые хотят ворваться в захваченные ниши.

* Эффективность производства. Уделение большого внимания этому направлению деятельности позволяет снизить себестоимость продукции без потери качества, что создает огромное конкурентное преимущество в ценовой политике.

Поэтому, как мы видим, реальный успех в конкурентной борьбе проистекает не из прямого желания "задушить" противника, а главным образом из клиентов и предложенных продуктов. Меры по эффективной организации вашей собственной системы производства и продаж, включая тщательное исследование рынка.

3. Конкуренция и партнерство

Хотя все, что было сказано о конкурсе до сих пор, является лишь одним из "военных" аспектов медали. Сам феномен конкуренции гораздо шире, чем военные аналогии. Но бизнес - это не разрушительная война, и главный результат - это не лидерство любой ценой.

Тот же владелец асфальтового завода, который красочно определил сферу своего бизнеса, каждый год встречался со своими ближайшими конкурентами и вместе путешествовал по пансионатам в "нейтральной зоне", усердно занимаясь в этот период с приглашенными юристами. Почему вы сотрудничаете со своими конкурентами, например, о новых юридических прецедентах, которые могут иметь отношение к вашему бизнесу в этом году, как снизить налоговое бремя и варианты разрешения споров с поставщиками? Во-первых, чем профессиональнее и квалифицированнее юрист, тем он дороже, так что вместе вы сможете сэкономить на стоимости профессиональных услуг. Во-вторых, налоговым органам было желательно добиться единства в вопросах законности налоговой отчетности, чтобы не возникало сомнений в том, почему похожие компании предоставляют столь разнообразную информацию о своей деятельности. В-третьих, если пекари, сапожники и каменщики одновременно будут задавать вопросы об адвокатах, две трети их времени будет потрачено впустую на каждого из них. И, наконец, полезно встречаться и разговаривать, а иногда и чем-то помогать друг другу.

Пол Хайне, американский экономист, сказал: "Почему продавцы не могут договориться о разделе рынка таким образом, чтобы он был менее конкурентным или взаимовыгодным?" - спросил он.

По словам Хайна, есть три основные причины, которые мешают сотрудничеству конкурентов. Первый - законный. "Контракты между конкурирующими продавцами по поддержанию цен и разделу рынков, как правило, не имеют юридической силы и, как правило, запрещены законом." Вторая причина заключается в том, что трудно найти урегулирование, которое полностью учитывало бы все интересы и пожелания сторон, а также возможность переключения событий. "Стимулы для конкуренции настолько стабильны, что вскоре та или иная сторона соглашения попытается обойти условия соглашения." Наконец, третья причина - это "аутсайдеры" - другие участники рынка. Не замешан в картелях. Если они почувствуют, что их интересы были нарушены, они будут постоянно вступать в ряд участников контракта, изменять баланс существующих сил и интересов, разрушать этот контракт извне, создавать другие картели и прилагать усилия для обращения в законодательные органы.

Но давайте зафиксируем этот факт. Есть много случаев, когда деловое партнерство (именно партнерство между конкурентами) выгодно обеим сторонам.

Это одна из причин, по которой темы партнерства и конкуренции неразрывно связаны в бизнесе. Одно не исключает другого. Быть партнером не означает отказываться от конкуренции, а быть конкурентом не означает отказываться от партнерства в любой ситуации. И то, и другое не только иррационально, но и "непрофессионально" в бизнесе.

Конкуренция и партнерство проще всего объединяются в одну тему: это

возможность узнать что-нибудь у конкурента о чем-нибудь. На протяжении многих лет мы работаем с бизнес-организациями, используя простейшие технологии "Конкурентный анализ", который часто дает ощутимые результаты на различных уровнях организации.

На протяжении такой работы можно добиться хоть каких-то положительных результатов. Во-первых, сосредоточьтесь на обширной, но разрозненной информации о конкурентах, которая обычно доступна другим сотрудникам вашей организации. Во-вторых, "позитивный" переход темы "Чему поучиться у конкурентов" позволяет объяснить различные задачи. Некоторые из них, по-видимому, не имеют достаточно высокого приоритета, а некоторые еще не нашли ответственного исполнителя. Учитывая, что список конкурентов иногда достигает десятков наименований, вы можете многому у них научиться. Если информация о ваших конкурентах неполная, вы можете указать целенаправленную задачу и найти исполнителя, который восполнит этот пробел. Как правило, никакой работы не требуется.

"Аналитический отдел". Иногда достаточно снять телефонную трубку и позвонить в одну и ту же компанию, иногда достаточно посетить ее несколько раз. В конце концов, главный секрет успеха кроется не в казне компании, а в том, как мы работаем с нашими клиентами.

Есть и другая, не менее серьезная причина, наряду с потенциальными выгодами сотрудничества или возможностью найти что-то полезное у конкурентов, но часто предприниматели признают это и прибегают к партнерству. Если первым мотивом партнерства является прибыль, то вторым является сознательный или бессознательный страх - боязнь того, что сам рынок будет потерян.

Важно понимать, что конкуренция в бизнесе и соперничество, которое существует как повседневное явление в человеческих отношениях, генетически связаны, но различны. Деловая конкуренция - это четко определенная социальная система со своими собственными "правилами игры", в которой разработано и установлено множество механизмов регулирования отношений, от законодательства и обычаев до "норм общего права", традиций и молчаливо разделяемых ценностей.

Конкурентоспособность человеческих отношений - это гораздо более широкое явление, пронизанное различными видами деятельности и взаимодействий. Самые конкурентоспособные люди, которых мы знаем, обычно являются неудачниками, то есть невротиками. Нам приходилось находить множество проявлений такого типа конкурентоспособности в бизнесе, который почти всегда заканчивался крахом из-за желания "победить любой ценой".

В какой-то момент стало ясно, что "преодоление" выходит за рамки экономического удобства, но участники уже были равнодушны к ожесточенным сражениям.

Но если применить ту же самую энергию соперничества, и умело, вы можете делать удивительные вещи в бизнесе. Благодаря этой энергии многие ранее неизвестные компании взорвались, и случилось так, что никто не поверил в реализм. Эта энергия продолжает действовать в повседневной деловой практике на каждом этапе, и многие бизнесмены говорят, что они этого не стесняются. "Удовольствие от работы, удовольствие от того, что ты можешь делать то, чего не могут другие, - это самое важное. Гораздо важнее, чем мотивы получения прибыли."

Сложно говорить о конкуренции лучше, чем о великих предпринимателях. Генри Форд говорил своим коллегам по бизнесу: "Не беспокойтесь о конкуренции, позвольте людям, которые хорошо работают, преуспевать. Любая попытка вмешаться в ваш бизнес является преступлением. Это преступление, потому что это попытка вмешаться в жизнь других людей в погоне за прибылью". И установим господство силы вместо разума".

Контрольные вопросы

1. Раскройте суть конкуренции в бизнесе

2. Конкуренция и партнерство
3. Конкурентность в человеческих отношениях
4. Изучите содержание «Программа «Проктер энд Гэмбл», на примере фрагмента из работы Ф. Котлера

Тема 6 Психологический анализ экономических категорий

- 1. Психологические основы рынка и потребления**
- 2. Мотивационная психология потребителей**
- 3. Бизнес и его психологические предпосылки**

1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЫНКА И ПОТРЕБЛЕНИЯ

Психологическое исследование таких экономических категорий, как рыночные основы и потребления, в силу своей актуальности очень многогранен. Это определяется решением ряда задач, включая изучение поведения предпринимателей, которые изучают спрос и продажу товаров, влияние поставщиков на покупателей посредством рекламы и цен, характеристики людей, которые персонализируют спрос, участие рынка в принятии поведенческих решений, индексы потребительских настроений и т.д.

Когда прогнозирование изменений экономических условий в рыночных отношениях стало играть все более важную роль, особое внимание стало уделяться психологическому анализу спроса и предложения.

В психологии предложение отражает восприятие человека несколькими категориями, например товаров, модой, рекламой, ценой и т.д. В контексте этого понимания главная психологическая детерминанта, определяющая психологию потребителей является способность человека распознавать не только саму продукцию, но и сам товар. Но в то же время такие продукты в конечном итоге могут стать объектом избирательного внимания, которое связано с определенным эмоциональным и психологическим настроением человека. Но эти свойства присущи не всем продуктам. Для человека естественно уделять больше внимания товарам, которые наилучшим образом отвечают его самым необходимым и сиюминутным потребностям и желаниям. В то же время одним из пунктов, привлекающих их внимание, является острая нехватка определенных продуктов. В контексте такого понимания психологических механизмов восприятия продукта этот вопрос особенно актуален. Что выбрать?

Следовательно, исходя из этой логики понимания человеческого восприятия продукта, можно сделать вывод, что этот процесс - это, прежде всего, процесс получения информации о продукте.

Обычно информация о товаре имеет ограничение ценой товара, его торговой маркой и мнением людей, которым доверяет покупатель. Наличие такой информации обычно устраняет необходимость в более подробной информации и провоцирует своеобразный "алгоритм действий", эффект от которого сводится к тому, что общая цена или распространенный бренд побуждает покупателя к покупке. Само по себе это не вызывает слишком много мыслей. Все это модернизирует психологические проблемы рекламы и маркетинговых исследований.

Психология рекламы

Слово "реклама" происходит от латинского *reklamare*. Это значит громко кричать и информировать. Это приоритетное действие рекламодателя, направленное на информирование или повышение осведомленности потребителей о существовании объекта рекламы, формирование положительного отношения к объекту рекламы и закрепление изображения в памяти.

Экономисты предполагают, что реклама является важным компонентом всей структуры деловой активности, призванным стимулировать потребление до уровня, сопоставимого с производством. В условиях массового потребления и высокой занятости реклама стала неотъемлемой частью экономики, заняв достойное место среди таких компонентов, как производство, финансы, дистрибуция и предпринимательство.

Рождение рекламы напрямую связано с появлением товаров. В свою очередь, производство этого продукта будет оправданным и экономически целесообразным при наличии покупательского спроса. Поэтому необходимость полагаться на рекламу возникает, когда вам нужно изучить структуру и силу конкретного спроса или сформировать новое видение качества и способов удовлетворения существующих потребностей. Реклама помогает вам исследовать спрос и повышать эффективность производства с помощью таргетинга. Речь идет о потребностях людей, побуждает предприятия повышать качество продукции и услуг, увеличивает масштаб бизнеса и способствует снижению издержек.

Наиболее важными элементами процесса связей с общественностью, понимаемого как комплекс мер, связанных с реализацией связей с общественностью, являются:

- Для продвижения по службе (компания, товарищество, общественная или политическая организация;

- Рекламно-исследовательская деятельность, направленная на приобретение

Исходные данные для создания оптимальной рекламы конкретного продукта, услуги, торговой марки или фабрики

- Цель объявления, адресат рекламного сообщения, получатель рекламного сообщения

- Рекламная цель - что рекламируется, основное содержание рекламного сообщения

- Рекламные сообщения - Информация, отражающая тему и цель

- Рекламируемый;

- Средства рекламы - материализованное представление рекламных сообщений

- Результаты.

Целью рекламы является не само узнавание, а выполнение функций приложения, которые побуждают людей принимать необходимые рекламодателю решения, короче говоря, убеждать людей покупать. Чтобы принудительно совершить необходимые покупки (по мнению рекламодателя), люди должны выполнить определенные действия.

Эта деятельность окажет огромное влияние, если она будет основана на знании психологических механизмов, которые влияют на человека. Таким образом, формула AIDA уже давно используется в мировой рекламной практике для определения последовательности психологических воздействий, которые могут привести к желаемой покупке. где А - **внимание** (attention), I - **интерес** (interest), D- **желание** (desire), A - **активность** (activity). Каждый из этих этапов психологического воздействия рекламы на потребителей требует определенных приемов и методик воздействия.

Что привлекает внимание, так это сосредоточенность умственной деятельности человека на определенном объекте. Физиологическая основа интереса заключается в том, что возбуждение концентрируется в определенных областях коры головного мозга, в то время как другие области коры подавляются. Следовательно, основная функция, представляющая интерес, заключается в выборе важного влияния, которое отвечает потребностям данной деятельности. Это способность игнорировать другие конкурентные влияния и регулировать и контролировать деятельность. Основным свойством, представляющим интерес, является распределение (способность сохранять несколько объектов в интересующем поле одновременно). Переключение (тщательное и осознанное переключение внимания с одного объекта на другой); концентрация (степень внимания к объекту); Объем (количество объектов, которые могут привлечь внимание одновременно);

Устойчивость (период времени, когда вы фокусируетесь на объекте).

Непроизвольное внимание - это внимание, вызванное действием сильных,

контрастных, неожиданных раздражителей, которые вызывают эмоциональную реакцию. Произвольное внимание - это сознательная сосредоточенность на определенной информации, которая требует добровольных усилий.

Непроизвольный интерес к рекламному носителю возникает из-за его внешнего вида или свойств, которые выступают в качестве стимулов: динамизма, интенсивности, контраста, размера. Чем сильнее воздействие раздражителя на органы чувств человека, тем выше степень интереса к нему. При такой стимуляции вы можете использовать броские рекламные слоганы, острые сюжеты телефильмов, рекламные носители необычных форм и размеров и т.д. Однако, как показывает практика, при настройке этих объявлений вам следует учитывать, что существует ограничение на то, как вы улучшаете свои объявления, так называемый порог восприятия. Если этот порог превышен, люди перестают принимать рекламу.

Подсознательно интерес к рекламе быстро угасает, если психологические механизмы не подкрепляются произвольным интересом, основанным на практическом или эстетическом интересе.

Сохранение интереса к объекту рекламы происходит в процессе узнавания, и его характеристика заключается в полноте. Обычно это означает, что степень воздействия рекламы зависит от степени воздействия компонента. Например, если текст представляет неквалифицированный специалист, общее впечатление от рекламы в целом может быть снижено. Следовательно, все части рекламного сюжета (изображение, текст, звук) должны быть таргетированными и обладать достаточной мощностью.

Восприятие рекламы напрямую зависит от особенностей нервной системы человека, которая определяется стабильностью и объемом когнитивных способностей. Например, степень распознавания рекламного сообщения снижается, если кадр меняется очень быстро, скорость, с которой оно произносится, или рекламное сообщение в газете вводится мелким шрифтом. Нарушение установленного срока также приведет к резкому снижению эффективности распознавания рекламных сообщений. Психологи считают, что оптимальным временем восприятия является фильм продолжительностью 1-2 минуты. Особенностью зрительного восприятия является так называемый эффект левой части поля зрения, так что при считывании информации глаз сначала распознает информацию с левой стороны, а затем передает ее на правую страницу.

Одним из важных эмоциональных воздействий рекламы на человека является цвет и форма рекламного сообщения. В психологии рекламы некоторые паттерны восприятия формы и цвета определяются представителями различных культур, национальностей, социальных групп, а также полов и возрастов. Так, особенно для американцев, красный цвет символизирует любовь, желтый - процветание, синий - верность, белый - чистоту, мир, черный - сложную ситуацию. Чем ближе вы находитесь к востоку, тем важнее цветовая символика. В Китае красный цвет означает доброту и мужество, черный - честность, белый - подлость, ложь и т.д.

Следовательно, с практической точки зрения это означает, что вы можете контролировать отношение потребителей к рекламе с помощью определенных сочетаний цветов и форм. Создание необходимой цветовой среды, основанной на методах психологии восприятия, может вызвать у потребителя необходимые эмоции.

Формирование и поддержание интереса. Вторым звеном всеобщего принципа психологического влияния рекламы на покупателя - интерес. В психологии интерес определяется как концентрацией внимания, выраженные положительными эмоциями. Интерес также детерминируется как форма проявления когнитивных потребностей, которые фокусируют индивида на осознании цели деловой активности.

Следовательно, существует прямой интерес, вызванный и опосредованный привлекательностью объекта, который является более важным и возникает как средство достижения конкретных целей. На фоне этих факторов, определяющих психологическую природу интереса, задача рекламы, по-видимому, состоит в том, чтобы доказать

потребителям, что она именно предлагает продукты, способные решить все проблемы. Поскольку внимание в основном связано с положительными эмоциями, оно может быть вызвано умелым сравнением рекламных продуктов, показом их достоинств и визуальных плюсов. Когда вы конкретно заполните эти положения, вы можете сделать вывод, что интерес связан с неудовлетворенными потребностями, некоторые из которых должны быть признаны, а другие сформированы.

Формирование желаний и мотивов - это следующий элемент формулы Aida. В психологии желание определяется переживанием, отражающим желание, которое превратилось в реальную идею о возможности обладать чем-либо или достичь чего-либо. Желание, с другой стороны, считается формой человеческой деятельности, которая направлена на удовлетворение сознательных желаний с помощью определенных средств. В то же время средства и возможные способы удовлетворения желаний осознанны. Поэтому самое важное в пробуждении сильных желаний - это восприятие эмоциональной окраски и потребности.

Когда желаемое не может быть использовано, человек испытывает переживания, связанные с негативными эмоциями, и хочет избавиться от них. В связи с этим логично рассматривать желание как стремление избавиться от негативных эмоций, вызванных импульсами и жалобами, основанными на восприятии своих потребностей.

Социальные стереотипы, модели поведения, общепринятые идеалы в конкретном обществе также могут играть важную роль в формировании желаний. Именно эти особенности человеческой психики очень активно используются в рекламе, которая имеет дело, как с рациональной сферой сознания, так и с эмоциональной сферой, именно с чувствами человека.

Коммерческое предложение не требует детального логического анализа и оценки, поскольку оно воздействует на психику человека в связи со снижением порога восприятия предлагаемого контента.¹ Суть предложения сводится к его влиянию на эмоции человека. И через нее - к ее сердцу и воле. Предполагается, что этот процесс определяется степенью ослабления сознательного контроля, осуществляемого в отношении воспринимаемой информации. Внушения могут быть сделаны в форме гетеросексуальности (побочное внушение) и самовнушения. Согласно исследованиям, проведенным в области рекламной психологии, эффективность предложений определяется как минимум четырьмя группами факторов:

1. Человек, который предлагает, человек, который предлагает. Это, прежде всего, его высокий социальный статус, волевое, интеллектуальное и личностное превосходство. Поэтому, в целом, характеру рекламы присущи мужественность, уверенность в себе, оптимизм, ярко выраженная привлекательность.

2. Атрибуты предлагающего - лицо, которое стремится сделать предложение.

3. Отношения между претендентом и предлагающей стороной (Зависимость, доверие).

4. Метод организации сообщения - это сочетание логических и эмоциональных элементов на уровне аргументации.

Среди факторов, которые способствуют повышению вероятности подтекста, - беспокойство, тревожно-сти, застенчивость, неполноценность, повышенная эмоциональная чувствительность и т.д.

При организации рекламы того или иного товара производитель должен учитывать множество психологических нюансов и, прежде всего, форму изложения рекламного материала и восприятие покупателя.

Поэтому рекламная работа многогранна, ведь необходимо не только пробудить интерес человека к определенному товару или услуге, но и убедить его совершить покупку. Поэтому рекламодателям необходимо постоянно изучать способы вызвать интерес к товарам, которые они предлагают покупателям, и максимально увеличить таргетинг.

Поэтому основой рекламной психологии являются знания психологов общего профиля и социальных психологов. Особое значение имеют знания в области потребительского восприятия и психологии мотивации, которые позволяют проектировать и разрабатывать рекламные носители. Существуют также способы оценки эффективности рекламных сообщений и рекламных компаний.

В процессе оценки потенциальных выгод от приобретения товаров или услуг человек подвергается сложным когнитивным и оценочным действиям, основанным на сравнении местоположения до и после приобретения товаров или услуг. Мотивами этой деятельности являются различные группы потребительских мотивов.

Психологи делят мотивы, присущие человеку, на первичные и вторичные мотивы. Первичная группа включает врожденные или биологические особенности, а вторичная группа определяется социальным развитием, то есть приобретается в результате жизненного опыта и обучения.

Многие эксперты по рекламе считают, что первичные рекламные призывы, основанные на мотивах, имеют биологическую природу и, следовательно, тесно связаны с потребностями организма в товарах и услугах.

Изучение влияния различных мотиваций на потребительский спрос связано с мотивационными исследованиями, разновидностью исследования рекламного поведения.

Например, люди хотят покупать автомобили, потому что им нужен транспорт, расширять горизонты, обгонять соседей, превосходить их и заявлять о доверии и общественном статусе по всему миру. Другие, , но при покупке нового автомобиля в некотором роде будут присутствовать все.

Эти мотивы называются потребительскими и делятся на сознательные и бессознательные, сильные и слабые, постоянные и временные, позитивные и негативные, рациональные и эмоциональные.

2. Мотивационная психология потребителей

Психология потребительской мотивации опирается на теории Z. Фрейд о подсознательных комплексах, смысл методов Фрейда сводится к использованию скрытых биологических и сексуальных импульсов и человеческого инстинкта в рекламе. Особые сексуальные мотивы широко используются в рекламе парфюмерии и косметических средств, одежды, средств личной гигиены, книг и т.д.

Смысл этого вида рекламы прост - использование косметики, духов, мыла и прочего делает вас неотразимым, сексуально привлекательным для мужчин или женщин.

К примеру, в свое время известный модельер Кельвин Кляйн использовал сексуальные мотивы при рекламе нижнего белья для молодых мужчин и женщин. Знаменитая киноактриса Брук Шилдс снялась в очень пикантном уголке для рекламы джинсов, которая сказала, что ее джинсы очень удобные и хорошие, между ними и той частью тела, которую они прикрывают, больше ничего нет. Продажи вышеупомянутых джинсов сразу же удвоились. Кляйн был одним из первых, кто понял, что умеренный скандал принес больше дохода, чем огромные затраты на прямую рекламу.

Психологи, исходя из проведенных исследований, считают, что невозможно создать новые потребности у человека, можно только актуализировать существующие. Это зависит от потребности в каком-либо товаре, а также и от потребности в сексе.

Для достижения этой цели реклама строится таким образом, чтобы все психологические барьеры покупателей были устранены на пути совершения покупки. Подавляя или, наоборот, усиливая их при должном эмоциональном влечении, придавая им чрезвычайно стимулирующую силу, превосходящую влияние других комплексов, мастера рекламы добиваются увеличения продаж товаров.

Вот почему реклама Фрейда акцентирует внимание на предрассудках, предположениях, страхах, бессознательных инстинктах и т.д.

Из-за уловок рекламы, эксплуатирующей соответствующие потребности людей, потребители часто покупают не косметику, а "красоту", не сигареты, а "мужественность", не автомобили, а "солидность" и т.д.

Вот как человек покупает характеристики своего "я" - как это преподносится ему в свете идеалов, созданных рекламой.

Использование имен известных писателей, поэтов, композиторов, общественных деятелей в рекламных целях также основано на использовании подсознательных инстинктов, связанных со стремлением подражать человеческим знаменитостям.

При рекламе товаров основное внимание уделяется аргументации, которая позволяет человеку понять преимущества своего положения после покупки этих товаров. Реклама должна содержать уникальное торговое предложение: по форме и содержанию. В этом случае форма презентации не должна скрывать реальных преимуществ товара. Уникальность предложения подразумевает открытие характеристик товара, которых нет у других. Уникальность - это не только особенность самого товара, но и аргумент в пользу приобретения такого товара

Важными условиями постоянного внимания к рекламным передачам являются средняя скорость вещания, оптимальная громкость, разнообразный контент, оптимальное чередование голоса и сопровождения, скорость распространения различных документов, показ активных товаров, что позволяет избежать монотонности. Проведенные исследования показали, что визуальные образы быстрее воспринимаются человеком, поскольку они способны быстро проникать в подсознание, вызывая определенную эмоциональную реакцию.

Присутствие персонажей в рекламе товара или услуги также является условием привлечения внимания. Так, например, было доказано, что присутствие красивой женщины является наиболее привлекательным в рекламе. Далее, с точки зрения эффективности привлекательности, идут дети, затем животные, особенно домашние любимцы, и, наконец, мужчины.

Парадоксальные, шокирующие ситуации помогают привлечь внимание аудитории в рекламе.

Одним из популярных в зарубежной практике способов привлечения интереса к рекламе является мониторинг качества. Например, пылесос привлекает слона жевательной резинкой, обладающей замораживающими свойствами.

Самый простой способ привлечь внимание аудитории к рекламе - это использовать потребности и предпочтения людей. В то же время реклама раскрывает интересы, желания и потребности людей, выраженные в товаре, так, как это им подходит. Например, реклама шампуня Pantin-Provi: "Я хочу, чтобы мои волосы были блестящими и здоровыми. Недавно я начала пользоваться новым швейцарским шампунем "Provi". Перхоть исчезла. Мои волосы не только выглядят здоровыми, но и сияют".

Рекламные объявления часто используют прием проблемной ситуации для привлечения внимания. Аудитория сталкивается с проблемой - как стать? Этот набор вопросов стимулирует мышление, вызывая необходимость вникать в творческий подход к проблеме. Например, молодая женщина: "Я просто не пробовала удалять пятна ржавчины в раковине. Лучше купить новую ванну и не заморачиваться. Пожилая женщина: "Зачем покупать новый? Моющее средство Comet прекрасно удаляет ржавчину с поверхности раковины. Моющее средство "Комета" состоит из химического вещества хлоринола, которое удаляет ржавчину со всех поверхностей."

Более позитивному восприятию рекламы способствует использование метода соучастия. Этот прием часто используется в телевизионной рекламе: репортажах с презентаций, выставок-продаж и т.д.

По мнению специалистов по рекламе, огромное влияние оказывает юмор, который, к сожалению, очень редко используется в рекламе. Например, уникальные юмористические рекламные шаблоны, созданные в свое время В. Маяковским "лучше соски и нет, он готов

сосать до старости", или "для салатов, соусов и других блюд нет ничего лучше масла и нет", они могут правильно обслужить покупателей и вызвать у них настроение.

Формированию и поддержанию интереса к рекламе способствует эмоциональный комфорт самого фокуса. Если именно привлечение внимания вызывает положительные эмоции, то внимание обязательно возникнет. Следовательно, реклама должна способствовать созданию положительных эмоций, которые должны не только вызывать эмоции, но и психологически снимать их. На знании этих психологических механизмов строится один из важных постулатов рекламы: не столько предоставлять хороший товар, сколько распространять с его помощью хорошее настроение. Потому что с положительными эмоциями и поощрением людям легче расставаться со своими деньгами.

Чтобы привлечь больше внимания к рекламным сообщениям, необходимо передавать большое количество рекламных сообщений более высокого качества в начальный момент в единицу времени. Это позволяет вам привлекать потенциальных потребителей, принимать их и поглощать. А затем интенсивность рекламы снижается до определенного фиксированного уровня. Исследования показали, что первый отчет о продукте привлекает лишь 30-50% получателей.

Поэтому, как показали исследования, выбор психологического метода, помогающего привлечь внимание к рекламе, в первую очередь определяется способностью удивлять и поражать воображение потребителя. Фрэнсис Бэкон писал об этом психологическом феномене в свое время: "На человеческий разум больше всего влияет то, что может атаковать его немедленно и внезапно, а именно то, что часто стимулирует и наполняет воображение".

3. Бизнес и его психологические предпосылки

Согласно экономической психологии вопросы, связанные с влиянием психологических особенностей людей на их экономическое поведение, на изменения, которые происходят в их экономическом сознании, в настоящее время представляют особый интерес. Таким образом чрезвычайно важно изучать влияние социальных установок, взглядов на экономическое поведение человека.

Реструктуризация экономики стран постсоветского пространства, в частности Казахстана, привела к мощному развитию рыночных отношений, приоритетом стало расширение сети малых промышленных предприятий, создание частных компаний, банков и акционерных обществ, имевших стабильное положение за достаточно короткий период о времени. Все это способствует изменению существующего общественного сознания, особенно разрушению прежних стереотипов. В связи с этим изменилось отношение к бизнесу, который, прежде всего, стал рассматриваться как деятельность, направленная на получение прибыли за счет создания и продажи определенных продуктов и услуг.

Развитие современных предприятий не только способствует созданию инвестиционных и потребительских товаров, стимулирует развитие предпринимательства и активности, но и важно обеспечивает поступление средств в бюджет, способствует решению проблем занятости и других социальных проблем. - экономические проблемы.

Исследование и проектирование различных признанных форм бизнеса в Республике Казахстан показывает, что его дальнейшее развитие во многом определяется теми, кто может выступить в качестве инициаторов, организаторов, а также инвесторов в секторе малого бизнеса.

Прежде всего, речь идет о работниках или коллективах научно-технических учреждений и промышленных компаний с высоким научно-техническим и практическим потенциалом. Однако на практике они часто сталкиваются с серьезными проблемами финансового, организационного и маркетингового характера.

Инициатором создания сети малого бизнеса также могут быть крупные производственные организации, кредитно-финансовые учреждения, банки, например.

Однако этому препятствовала тенденция к укреплению капитала, которая до сих пор сохранялась за счет слияний и поглощений небольших компаний. В настоящее время крупные кредитно-финансовые учреждения, коммерческие банковские структуры не особо заинтересованы в поиске и подборе инвестиционных программ в секторе малого бизнеса. Еще одним препятствием является то, что механизм кредитования малого бизнеса еще не полностью разработан.

В итоге, в качестве организаторов и потенциальных инвесторов малых и средних предприятий могут выступать малые и среднеразмерные предприятия, которые в конкурентной борьбе пытаются расширяться, переводить поток инвестиций в новые отрасли и искать новые секторы бизнеса.

Эта группа потенциальных организаторов представляет наибольший интерес. Как показывает практика, она богаче инвестиционными планами. Располагая определенным объемом оборотных средств, структуры малого бизнеса могут перераспределять финансовые ресурсы между различными сферами деятельности. Также важно, чтобы у них были определенные товарно-валютные активы и ценности, которые помогают наладить взаимодействие и взаимопонимание с финансовыми и кредитными институтами и облегчают заимствование.

Следовательно, исследование и проектирование психологических предпосылок для развития различных форм малого бизнеса может подтвердить, что в ближайшем будущем приоритетная роль в их развитии и инвестировании останется за организациями мелких непромышленных и производственных сфер.

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику основным понятиям рынка и потребления
2. В чем суть мотивационной психологии потребителей
3. Объясните психологию рекламы, какова цель рекламы?
4. В чем заключается влияние социальных установок, взглядов на экономическое поведение людей.?
5. К чему способствует современное развитие бизнеса?

ТЕМА 7. ПСИХОЛОГИЯ ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ

1. Функции денег.
2. Экономическая социализация.
3. Факторы, влияющие на различия в поведении по отношению к деньгам.
4. Психология восприятия ценности денег
5. Денежные типы личности

1. Функции денег

Деньги - это актив, который можно обменять на другие товары. Это обычные "предметы" для обмена. Как мера стоимости - это первая функция валюты. Другие функции денег - посредников при обмене товарами, средств платежа и сбережений - мало изменились за 10 тысяч лет существования валюты. Деньги в количественной форме и содержании менялись вместе с развитием цивилизации и политическими событиями. Их влияние на психику людей остается неизменным.

Деньги оказывают большое влияние на психическое состояние людей во время инфляции. Инфляция - увеличение средней цены товара. Это не повышение цен на жизнь, а снижение покупательной способности валюты.

Процесс инфляции изменяет действия людей следующим образом. Во-первых, происходит перераспределение богатства. В понедельник люди вынуждены использовать

ресурсы, чтобы попытаться предсказать непредсказуемое. Вторник, противоречие между субъектами экономической деятельности.

Снижение стоимости валюты вызывает непредсказуемость и замедляет темпы производства и доходов, в общих отношениях деловых партнеров меняется положение на рынке труда (растет безработица). Социологи, экономические психологи считают, что люди должны быть готовы к предстоящим экономическим и финансовым изменениям, чтобы подавить депрессивные настроения, как внутри организаций, так и у отдельных людей.

Деньги - это уникальный товар, который выполняет популярную пиринговую роль. Чтобы подчеркнуть специфику этого определения, можно подчеркнуть, что деньги являются необходимым атрибутом повседневной экономической жизни любого человека. Таким образом, разнообразие денег как фактора, определяющего экономические обмены между абстрактными индивидами, делает их средством символического социального взаимодействия и в то же время скорее психологическим феноменом.

Таким образом, в области экономической психологии изучение влияния денег на человеческое сознание и поведение является весьма актуальной проблемой.

Но, несмотря на это, проблема денег является наименее разработанной проблемой не только в экономической психологии, но и в самой экономической теории и психологии. До сих пор не существует ни одной логически связанной теории, изучающей психологические аспекты такого психосоциального феномена, как деньги. Сегодня существует лишь ряд исследований, связанных с когнитивной психологией ценности монет и купюр, отношениями человека с деньгами и некоторыми теориями о происхождении убеждений и поведения, связанных с деньгами.

История доказывает, что психологические факторы в денежном мире были созданы на заре человечества, когда функцию денег выполняли различные товары (шкуры животных, злаки и т.д.). Как показали исследования, деньги впервые выполняют декоративную функцию, обозначают государство и придают определенные сигналы. Их коммерческое использование возникло гораздо позже, в более развитом обществе.

Современный человек не может представить свою жизнь без денег. Понятие денег сегодня имеет особое значение. Однако, несмотря на столь долгую историю существования, до сих пор не установлено никаких определений, широко принятых в науке относительно этого феномена. В течение очень долгого времени, как понимать деньги благодаря К. В экономической теории возобладала концепция Маркса, который рассматривал деньги как "особый товар, играющий общую равноценную роль".

В психологии подходам, определенным Р. Липси, уделяется наибольшее внимание: "Деньги - это любое широко распространенное средство обмена, все, что люди действительно примут в обмен на товары и услуги".

Таким образом, современные исследования по этому вопросу доказывают, что деньги сами по себе являются не только экономическим фактором, но и психологическим. Немецкий экономист Шмельдерс специально говорит об этом. Говоря о психологическом аспекте понимания денег, он доказал, что ценность одной и той же валюты по-разному воспринимается разными людьми в разное время. Даже окружающая среда влияет на психологическое восприятие денег. Это дало Шмельдерсу повод ввести в науку новый термин - "сегодняшняя иллюзия".

Так, например, было замечено, что во время рождественских и новогодних праздников люди делят деньги гораздо проще, чем обычно. Кроме того, деньги, полученные по наследству или в результате непредвиденных обстоятельств, считаются менее ценными, чем деньги, заработанные тяжелым трудом. И расстаться с ними психологически гораздо легче и упрощеннее.

Исследование этнографической психологии, проведенное в конце 1990-х годов, также показало, что подростки, живущие в бедных кварталах Палестины, оценивали металлическую монету намного крупнее, чем она была на самом деле.

Следовательно, современная реальность развития этого вопроса позволяет рассматривать деньги не только как экономический феномен, но и с точки зрения психологической теории.

И если в экономической теории проблема монетарной психологии изучается как макроэкономическое явление, то подход к микроэкономике на уровне индивида и малых групп более характерен для психологии. Хотя есть несколько исследований, проведенных психологами на уровне макроэкономических исследований. В частности, американский психолог Д. Хичкок, П. Манро в 1976 году провели исследования в 84 странах, которые специализировались на изучении некоторых психологических аспектов денег. Например, изучение и приведение дохода на душу населения и среднего размера денежных знаков позволило им сделать вывод, что в странах с более низким доходом на душу населения банкноты и монеты имеют больший размер. Анализируя полученные данные, ученые делают выводы о механизме компенсации, который играет важную роль в понимании денег как психологического феномена.

В 1991 году в рамках макроэкономического подхода Р. Линн провел исследование в более чем 43 странах, чтобы определить корреляцию между стоимостью валюты и показателями ее экономического роста. Согласно результатам своего исследования, он пришел к выводу, что в экономически богатых странах люди, у которых много денег, начинают чувствовать, что они менее ценны, чем те, кто живет в бедных развивающихся странах.

Однако, несмотря на эти исследования, проблема денег в рамках психологического метода изучается как микроэкономическая проблема, главным образом, как уже отмечалось, на индивидуальном уровне и уровне малых групп.

Изучение денег на уровне личности с точки зрения психологического подхода было освещено в работах психоаналитиков, особенно З. Фрейда, в "теории обучения" бихевиористов во главе со Скиннером, в "теории развития" швейцарского психолога Э. Пиаже, а также в серии работ по направленному познанию. 2

С точки зрения психоанализа, деньги - это следствие подсознательного накопления, которое формируется у человека с раннего детства, когда ребенок медленно испражняется, рассматривая свой кал как первое богатство. В дальнейшем, по мере развития ребенка, это поведение сублимируется в определенное финансовое поведение.

Бихевиористы, которые провозгласили поведение предметом психологии, рассматривают его как набор реакций организма на его взаимодействие со стимулами окружающей среды, к которым он адаптируется, что позволяет им разработать своего рода теорию подкрепления или обучения.

Друзья в этом направлении считают, что, основываясь на данных многих экспериментов на животных, можно объяснить любую форму естественного человеческого поведения. Согласно этой теории, деньги для людей подобны кормлению животных. Это всего лишь общая условная консолидация, определяемая тем, какие товары и услуги могут служить безусловной консолидацией.

В рамках когнитивного подхода были изучены ментальные механизмы денежного поведения.

Особый интерес представляет изучение денежных проблем и "денежного поведения" в рамках клинического подхода, проводимое клиническими психологами Голбергом и Льюисом. Непосредственное наблюдение, а также анализ истории болезни позволяют им выявить символические факторы, определяемые деньгами.¹ Холберг и Льюис утверждают, что они обеспечивают безопасность. Они доказали, что для тех, кто рассматривает деньги как средство, наиболее характерны условия, гарантирующие их безопасность, страх ограбления, боязнь быть оскорбленным или отвергнутым, может проявляться в форме паранойи. По мнению исследователей, сила также является одним из важных символов, связанных с деньгами. У тех, кто стремится к силе, деньги в первую очередь олицетворяют силу, они были лишены твердости в детстве, а также последствий

преодоления барьера между ними и угрожающим миром вокруг них. Для тех, кто считает деньги символом любви, клинические исследования показали, что более характерно нарушение процесса социального обмена в направлении сокращения возможностей и необходимости покупать и продавать любовь и дружбу. Для них получение подарков и денег означает признание в любви и дружбе.

Наконец, символ денег - это свобода. В данном случае деньги считаются источником свободы, условием власти над другими.

Клиницисты доказали, что чрезмерное доминирование этих символических факторов над всеми другими человеческими ценностями приводит к параноидальному отношению к деньгам.

Из-за такого отношения к деньгам формируются так называемые "Повседневные комплексы" и "повседневные типы личности", такие как паразиты, пожиратели денег, азартные игроки, картежники. (Для мужчины)

В экспериментальной психологии исследователи Вернимонт и Фитцпарик, изучая взаимосвязь с деньгами с использованием методов семантического дифференциала, обнаружили, что деньги могут пониматься как мера счастья и благополучия; деньги могут пониматься как объект презрения и морального зла; деньги считаются средством обеспечения определенных удобств; и, наконец Таким образом, деньги представляют собой консервативную коммерческую ценность.

Несколько исследований, проведенных в Великобритании, выявили факторы отношения к деньгам, которые определяют денежное поведение человека. Среди этих факторов большое значение имеют различия в поле, социальном окружении, экономическом статусе, чертах характера.

Что касается разного отношения мужчин и женщин к деньгам, то было доказано, что мужчины склонны рассматривать деньги как добавленную стоимость. Мужчины лучше обращаются с деньгами и идут на больший риск, чтобы их получить. Что касается женщин, то их больше раздражает отсутствие денег и они больше завидуют тем, у кого они есть. Исследования показывают, что женщины чаще используют деньги и покупки для снятия стресса, чем мужчины.

Исследование влияния денег на индивидуальные характеристики проводится с целью определения взаимосвязи между темпераментными характеристиками и отношением к деньгам. Таким образом, было установлено, что экстраверты часто являются вспыльчивыми и оптимистичными людьми, которые более открыты, общительны, оптимистично настроены, уверены в себе, беззаботно относятся к деньгам, чем интроверты (вялые, меланхоличные), которые быстрее зарабатывают деньги и легче их тратят.

Согласно результатам серии исследований, проведенных о влиянии денег на личностные качества, было доказано, что одержимые и экстатичные люди менее уверены в себе и имеют более низкую самооценку, чем те, кто тратит деньги рационально. Доказано, что люди, страдающие от накопления и развития, менее удовлетворены жизнью, чем те, кто стремится к духовным и другим ценностям и знает, как наслаждаться жизнью. Было также установлено, что доход играет важную роль в человеческом восприятии. Например, богатые люди в первую очередь считаются здоровыми, счастливыми, хорошо адаптированными, а бедные - несчастными и одинокими.

Эти данные подтвердили вывод о том, что экономическое положение человека влияет на его имидж в глазах окружающих.

С. В 1980 году Рубинштейн по заказу журнала "Психология сегодня" провел исследование, доказывающее, что деньги и доход - очень близкая тема для большинства людей. Например, из 20 000 респондентов 57% заявили, что имеет смысл скрывать свои доходы от семьи и друзей, 97% раскрыли размер своих доходов супругу/супруге; 52% - родителям; 44% - друзьям; 29% - работникам; 18% - братьям и сестрам. В то же время, чем выше доход, тем выше процент респондентов, скрывающих финансовое положение, чем

больше источников дохода у семьи, тем больше разногласий по поводу расходов и взносов.

Таким образом, психология денег в американской и западноевропейской науке только начала изучаться и до сих пор считается менее изученной областью. Если мы говорим о "советской" психологии, то эта проблема вообще особо не разрабатывается.

2. Экономическая социализация

Создание моделей в области психологии человеческих взаимоотношений с деньгами является важной задачей в экономике, политике, антропологии, социологии, этнографии, психологии, педагогике и других науках и областях жизни. Знание о влиянии денег на людей в первую очередь необходимо для процесса экономической социализации индивида.

Экономическая социализация рассматривается как процесс формирования экономического мышления, который включает в себя формирование внутренних структур человеческой психики благодаря восприятию новой реальности, включающей в себя знание экономической реальности, приобретение экономических знаний и приобретение навыков экономического поведения.

Целью экономической социализации является формирование адекватных представлений об экономических категориях, развитие навыков экономического поведения. Во многих отношениях экономическая социализация совпадает с целями и задачами экономического образования, поскольку она осуществляется с использованием тех же средств и методов воздействия на экономическое сознание. Приемлемо принять рабочее определение термина "экономическое сознание" - это структуры человеческой психологии, тем самым познавая экономическую реальность, овладевая экономическими знаниями и навыками поведения в экономической среде. На успех и содержание экономической социализации влияет ряд существенных факторов: социально-экономическая структура, царящая в обществе, политические режимы, идеологии, законы, этическая атмосфера, традиции, общее образование и специальное обучение.

Социализация понимается как процесс, посредством которого индивид становится членом общества, принимает его нормы и ценности, осваивает эту роль или другие социальные роли. Социализация выполняет две функции - передачу культуры от поколения к поколению и развитие "я".

Процесс экономической социализации человека на разных возрастных этапах связан с повседневными семейными проблемами, а также общими экономическими и социальными проблемами в обществе. Главная роль здесь принадлежит участию субъекта в сфере деятельности, который получает экономические знания и опыт экономического поведения; участвует в деятельности, формирующей основные процессы экономики (производство, потребление, обмен, воспроизводство). Например, экономическая социализация в детском возрасте направлена на формирование представлений о проявлении новых экономических явлений (реклама, банковское дело, бедность, богатство, инфляция). Целью потребительской социализации в детском возрасте является приобретение навыков потребительского поведения (или, точнее, покупательского поведения) и приобретение знаний об экономических концепциях, характеризующих различные аспекты потребления: деньги, покупки, места совершения покупок. Частью экономической социализации является формирование отношения к труду через поведение в различных условиях (работа по дому, учебная деятельность).

3. Факторы, влияющие на различия в поведении по отношению к деньгам

Психология взаимоотношений с деньгами чаще всего изучается в когнитивной, психоаналитической, социокультурной, дифференциальной психологии и возрастной, а

также социальной психологии.

По В. Фор Филпатрику (1927), деньги для людей могут быть:

- * показатель счастья, благополучия;
- * социально приемлемые атрибуты;
- * объект презрения и морального зла;
- * как обеспечить комфорт;
- * Консервативная торговая стоимость.

Исследователи Р. Манро и Н. Хичкок сравнили доход на душу населения и средний размер банкнот в 84 странах. Оказывается, в странах с самым низким уровнем дохода бумажных денег и монет больше. Похоже, что это механизм, который компенсирует национальному менталитету неудовлетворительное экономическое состояние страны.

Х. Голдберг и Р. Левис изучали парадоксы, связанные с деньгами, наблюдая и анализируя историю болезни: ложь, противоречия, противоборства, проблемы, суеверные обстоятельства. Они указывают на денежные символы неврологических пациентов: безопасность; власть; ЛЮБОВЬ; СВОБОДА. В то же время некоторые из них ищут безопасности с помощью денег, тем самым отталкивая других; другие одержимы страхом быть оскорбленными, отвергнутыми, который перерастает в страх ограбления. Поведенчески это проявляется в синдроме экономической осторожности: накопительство, отказ от себя во всем, поиск всех выгод, плюшкинизм. Эти люди часто страдают психическими заболеваниями.

Деньги - это символ любви к тем, кого она была лишена в детстве. Они утратили возможность и необходимость покупать - продавать дружбу, любовь, использовать деньги и подарки в знак любви. Деньги символизируют источник свободы от других и власти над другими, над угнетенными в детстве.

Р. Линн, исследуя национальные особенности отношения к деньгам в 43 странах, обнаружил такие модели (1991):

- * стоимость валюты и экономический рост в стране связаны положительными корреляциями;
- * ценность денег и доход на душу населения связаны обратно пропорциональной зависимостью: чем выше доход государства, тем ниже ценность денег для населения;
- * деньги - это инструмент, средство, символизирующее социальное взаимодействие.

Н. Форман разработал классификацию денежных комплексов и выделил следующие типы личностей: паразиты, тунеядцы, торгаша, игроки, карманники. Он изучал неврологические расстройства, связанные с уплатой налогов, составлением завещания, сбережениями, кредитными картами.

Люди, которые ведут себя "по-хозяйски", - это энтузиасты, которые экономят деньги. Они приходят с частыми переживаниями: страхом потерять деньги, мебель, тревогой из-за того, что окружающие не верят. Для них собственность - это защита. С помощью навязчивых трат транжиры вызывают чувство отверженности, низкую самооценку и состояние депрессии (пониженного настроения). Но такое поведение приведет к чувству вины, как бы сильно они ни старались сохранить свою обесцененность.

"Карманный" человек увлечен зарабатыванием денег, чтобы повысить свой статус в глазах окружающих. Он купил свою власть.

Торгаш ориентировался на принцип "покупай дешево, продавай дорого", чтобы подтвердить преимущество гибкости экономики. "Игроки" испытывают чувство бодрости, оптимизма, когда чувствуют удачу в испытании. Для них важен опыт, связанный с риском.

А. Фарнхэм выделяет шесть факторов, влияющих на поведение при монетизации: пол, возраст, личностные характеристики, экономический статус, социальное окружение, социальное положение.

Поэтому женщины более склонны к фанатизму и одержимости деньгами, чем

мужчины. Тем больше они верят, что количественная оценка зависит от усилий и способностей. Мужчины ставят деньги на первое место в списке человеческих ценностей. Отличаются только мужчины в Индии и Норвегии, для которых шкала человеческих ценностей начинается не с денег. Мужчины лучше и более рискованно распоряжаются деньгами; женщины чаще, чем мужчины, расстраиваются, когда им не хватает денег, и чаще завидуют людям, у которых много денег.

Согласно исследованию А.Б. Фенько (2000), российские мужчины и женщины по-разному относятся к деньгам. Женщины склонны контролировать ситуацию (особенно в семейном бюджете), но импульсивны в расходах. Мужчины ассоциируют славу, честолюбие, нарциссизм с деньгами.

Экономическая социализация означает приобретение денежного опыта на разных этапах возрастного развития. Т. Бабицкая выделяет следующие этапы формирования отношения к деньгам в детском возрасте. В возрасте 4-6 лет формируются основные понятия о деньгах и покупках. В возрасте от 6 до 8 лет развиваются представления о денежной системе и ее взаимосвязи с работой. С 8-9 лет формируется представление о богатых и бедных. За 10-12 лет была достигнута способность выстраивать экономические отношения. К 12-15 годам знания о деньгах и экономике становятся асимптотичными пониманию взрослых. Отношение подростков к деньгам и всему остальному тесно связано с проблемами самооценки в глазах сверстников.

Молодые люди часто занимают больше денег, пожилые люди предпочитают зарабатывать деньги сами. Изучая психологию "одадживания денег", О.А. Носкова-Дукельская обнаружила следующую закономерность. Мужчины больше в долгах, чем женщины.

Они часто берут больше краткосрочных долгов, в то время как женщины берут больше долгосрочных долгов. В то же время мужчины меньше интересуются состоянием "должника", чем женщины. Среди кредиторов - родственники, друзья, деловые партнеры. Женщины с большей вероятностью переключатся на последнее. 70% людей любят расплачиваться по своим долгам.

Личные различия в поведении в отношении денег проявляются следующим образом: экстраверты более открыты для денег, они более беззаботны, чем интроверты. Уверенность также влияет на отношение к деньгам. Моты и транжиры менее уверены в себе и имеют менее стабильную самооценку. Их транжирство компенсирует низкую самооценку, но ненадолго. На самом деле, транжирные люди физически здоровее, чем те, кто наказывает себя во имя аскетизма. Люди, которые бережно относятся к расходам, часто недовольны жизнью.

Таким образом, респонденты различаются в зависимости от дохода и экономического статуса. Богатых людей считают здоровыми, счастливыми, ухоженными; бедных - неудачниками, несчастными, неправыми. Физическое положение влияет на восприятие одного человека другим. Исследователи не указывают, каким образом, но, согласно жизненным наблюдениям, это соответствует поговорке "голодный человек - это не ты". Богатые с большей вероятностью теряют чувствительность к физическим проблемам других людей. Они становятся жестче, строже, расчетливее, хладнокровнее по отношению к финансовой реальности, они часто презирают или безразличны к людям с более низкими доходами. В зависимости от экономического состояния все остальные факторы влияют на восприятие людьми друг друга: пол, возраст, черты характера.

Чем выше доход в семье, тем больше разница в расходах и взносах. Как оказалось, разговоры о доходах - закрытая тема для всех. 57% респондентов заявили, что им необходимо скрывать доходы: 97% были готовы рассказать о доходах своему супругу/супруге; 52% - своим родителям; 44% - друзьям; 29% - сотруднику; 18% - братьям и сестрам.

Существует связь между материальной озабоченностью и удовлетворением. Те, кого беспокоит неудовлетворенность жизнью, предметами их интереса являются долги,

небольшие сбережения, опыт потери финансового контроля, преобладает неуверенность в себе, неудовлетворенность дружбой. Люди, которые решают денежные проблемы, часто проявляют гнев, тревогу, беспомощность, депрессию.

Другие исследователи сообщают о таких данных. Те, кто стремится к высокому экономическому статусу, процветанию, накапливают меньше удовлетворенности жизнью в целом, чем те, у кого преобладают социальные и духовные ценности.

Группа ученых СПбГУ изучила отношение к деньгам представителей российской технической и вузовской интеллигенции, банкиров, предпринимателей, лидеров и сравнила его с канадцами и британцами (О.С. Дейнека и др., 1999). Метод исследования - индивидуальный интервьюер А. Фернхэма. Таков достигнутый результат.

Деньги в сознании респондентов наделены такими функциями, как самооценка, самоуважение, власть, финансовый контроль, негативные эмоции, средство "психотерапии", мера способностей, финансовый успех, моральные преступления, критерии социального неравенства.

Для представителей российской группы ценность валюты очень высока: они проявляют больше зависти к тем, у кого больше денег, и презрения к тем, у кого их меньше. Интеллектуалы без накопленного опыта не могут заставить валюту "работать".

Россияне, которых спросили, были более недовольны своим финансовым положением, имели меньше иллюзий и планов в отношении денег. Колумбийцы пассивно наблюдали за соответствием между вкладом и преданностью своей работе. Деньги как власть над другими часто отвергаются россиянами в открытых вопросах, а в закрытых они допускают такие вариации поведения. Деньги как финансовый регулятор означают компетентность и аккуратность в вопросах составления бюджета. Россияне немного больше заботятся о своих кошельках и позволяют себе вести себя расточительно в конце месяца.

Негативные эмоции - страх потерять деньги, чувство вины, тревога, неполноценность по отношению к денежному вопросу - в целом россиянам свойственны в меньшей степени, чем группе опрошенных иностранцев. Это выражается в меньшем переживании из-за неудачных покупок, более безрассудных денежных тратах и большей неудовлетворенности финансовым положением. В повседневном экономическом поведении россияне менее активны, торгуют меньше, меньше обсуждают деньги, меньше думают об этом, легче берут займы. "Психотерапевтическая" функция денег очень значима для женщин: она характеризуется тем, что они чаще тратят деньги в подавленном состоянии и больше мечтают о деньгах наяву (это похоже на характеристики молодых людей).

Убеждение в том, что деньги - это показатель способностей, четко выражено среди банковских служащих. Они утверждают, что им платят такую высокую зарплату благодаря особым способностям (по сравнению с другими российскими чиновниками и экспертами). Россияне более скромны в плане оплаты своего труда и усилий, чем британцы (деньги - это "финансовый успех").

Функция "деньги - моральное преступление" не раскрывает различий между культурами и странами. Пренебрежение деньгами связано с трудностями при принятии решений о расходах. Возможно, это зависит от денежных возможностей. Сумма для россиян не является критерием социального сравнения: соотечественники мало согласны с утверждением, что людей сравнивают с деньгами.

Аналогичные исследователи изучали влияние на "денежное" поведение классовых связей, социального положения, культурных особенностей. Оказывается, на поведение в большей степени влияют характеристики классовой группы. Канадцы проявляют больше зрелости и компетентности в обращении с деньгами. Согласно другим функциям, денежное поведение интеллектуалов было согласовано. Банковские служащие ограничивают свои расходы. Предприниматели считают, что деньги - это очень важный для них факт, фактор безопасности, надежности, влияния на людей и органы власти. Они

контролируют кошельки, предпочитают наличные, используют меньше денег в качестве терапии, не тратят. Деньги для предпринимателей - это социальная ценность, гордость, оценка работы, эффективность и адаптируемость к окружающему миру, престиж.

Самый острый вопрос для каждого звучит так: "Как стать богатым? Связаны ли деньги и счастье?". Исследование, проведенное Голдторпом и другими учеными, показало, что две трети британцев унаследовали богатство, и только 7% принадлежали к низшим классам. элита... Ученые выяснили, что для того, чтобы стать богатым, человеку нужна правильная мотивация к этому, профессиональная карьера, образование и умение успешно инвестировать заработанные деньги.

Счастливы ли богатые? Как оказалось, четкая связь между доходом и благополучием наблюдалась у людей с годовым доходом менее 15 000 долларов США. и более 100 000 долларов США. Люди в средней группе этой выборки с большей вероятностью будут чувствовать возбуждение и неудовлетворенность из-за колебаний доходов. Внезапное падение доходов также приносит больше беспокойства, чем удовлетворения от возникшей ситуации. Настоящее счастье и удовлетворенность в жизни - это: свободное время, семья, работа, качество жизни, друзья, здоровье, а не деньги.

4. Психология восприятия ценности денег

Изучая проблему восприятия ценности денег, психологи определяют, что ценность денег в сознании, подсознании не является чем-то постоянным, инвариантным.

Поэтому одним из важных факторов, позволяющих ощутить ценность денег, является то, как рано человек начинает зарабатывать и тратить деньги. Если это произойдет довольно рано, человек будет считать деньги большой ценностью.

Восприятие ценности денег также меняется с приобретением жизненного опыта. Прожив определенное количество лет, человек начинает понимать, что помимо денег существуют и другие ценности, такие как любовь, дружба, самосознание личности и т.д. Восприятие ценности валюты также меняется по мере повышения уровня жизни. Следовательно, по мере дальнейшего повышения уровня благосостояния ценность денег может снижаться, в то время как важность других товаров возрастает. Согласно результатам психологических исследований, еще одна распространенная вещь заключается в том, что для бедного населения важность денег огромна. Поэтому они считают деньги очень высокой ценностью.

Психологи объясняют это явление тем, что в данном случае богатые воспринимают обладание деньгами как нечто само собой разумеющееся. Тогда, как люди населения, не имеющие денег, они ценили их очень высоко.

Как показали исследования, осведомленность о ценности монет также связана с их формой и графическим оформлением. Заполняя эти данные определенным образом, психологи доказывают, что внешний вид банкноты является мощным инструментом воздействия на подсознание человека.

Эстетическая привлекательность денег, удачная цветовая гамма, красивое оформление, удачный подбор портретов, изображенных на них, вызывает неосознанную реакцию у населения, благодаря чему одни банкноты привлекают их внимание, другие вызывают отторжение, что приводит к протестам. И, наконец, очень часто банкнота с меньшим, но красиво оформленным номиналом может считаться более ценной, чем более дорогая, но без какого-либо серого бланка.

Также было замечено, что при покупке каких-либо товаров или услуг людям гораздо легче расстаться с потраченными старыми деньгами, чем с новыми.

Такое же отношение характерно и для восприятия монет, которые подсознательно недооцениваются бумажными деньгами. Доказательством этого являются исследования, проведенные под руководством П. Уэбли, указывающие на то, что потеря или повреждение упражнения на бумаге вызывает чувство тревоги, а потеря эквивалентной

суммы, но в виде металла, как правило, нет. вызывают негативные эмоции. С точки зрения психоанализа, это явление объясняется условной реакцией в человеческом подсознании: монеты привязаны к небольшим количествам, банкноты привязаны к большим количествам.

Однако исследования Дж. Брунера и К. Гудмана показали, что для детей характерна реакция на выздоровление. Было замечено парадоксальное явление: дети, в отличие от взрослых, считают металлические монеты более ценными, чем бумажные деньги.

Как правильно отметил В.М. Соколинский, восприятие монет во многом зависит от инфляции в стране.¹ Следовательно, постоянный рост цен характерен для инфляции, которая подрывает доверие к металлическим монетам. Например, в России во время экономического кризиса продавцы избегают принимать относительно крупные монеты. Клиенты предпочитают расплачиваться металлическими монетами, хранить банкноты, в которых они видят более или менее стабильные источники существования. Это явление объясняется тем, что покупателю психологически легче расстаться с металлическими монетами, чем сделать то же самое, но с банкнотами, потому что подсознательно он считает банкноту более ценной.

То же самое характерно для жителей Казахстана, где банкнота достоинством в 50 тенге ценится намного выше эквивалента, но в виде металла. Наличие металлических монет одинакового достоинства, но разного размера вызывало у казахов большое беспокойство и неуверенность в себе.

Введение в обращение медных банкнот номиналом 200, 500, тысяча, две тысячи новых тенге, выполненных в более насыщенных цветах и отличающихся более высокой привлекательностью, но выполненных на более тонкой бумаге, говорит о том, что казахстанцам гораздо легче расстаться с ними при покупке, чем со старомодными банкнотами.

В целом, если говорить о формировании тенге в Казахстане, то можно отметить следующее. По признанию денежных психологов, человек в первую очередь переживает цветовую гамму, плотность и насыщенность фигуры, тип и выражение лица государственного деятеля, отмечается четкость общего. Казахстанский тенге, созданный коллективом талантливых дизайнеров, соответствует всем вышеперечисленным параметрам. Именно поэтому психологически казахи оценили свои денежные знаки выше, чем персонифицированные сомы Узбекистана и Кыргызстана, в процессе создания которых психологический фактор восприятия денег не учитывался.

Таким образом, психологическая взаимосвязь со стоимостью валюты может быть представлена в виде следующего графика:

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ

Восприятие ценности денег

Реакция на отток денег

ВЛИЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ

Состояние жизненного

Влияние ситуации (праздничнаяуровня распродажа товаров, инфляция)

**Развитие взглядов на ценность
Окружающих человека благ**

**Характер личности
Форма денег**

**Графическое оформление
денежных знаков**

**Степень доступности, легкость
получения денег**

Если исследовать психологическое отношение к деньгам других социальных групп, например, интеллектуалы и банкиры получают зарплату, но представления о деньгах почти идентичны, потому что доходы различаются.

Для предпринимателей они отличаются совершенно другим восприятием денег. Для них в первую очередь деньги - это труд, цель своего дела, его динамика. Это также важный фактор надежности компании. Так что современные условия трансформации в рыночные отношения, ситуация на рынке низкого развития, предпринимательство независимы и самосохраняются. Регулярно «контролируют», как сильно они себя чувствуют, и как сильно от них зависят. Они летят почти до ветра. Причем деньги для бизнеса - фактор в людях, и это вопрос гордости.

Так что исследование психологических аспектов валюты, психологии осведомленности и утечки - актуальные проблемы в экономической психологии в развитии.

5. Денежные типы личности

Н. Форман (1987) Первый разработал самый простой денежный тип характера. Отлично подходит для очень хороших данных типологии Х. Голдберга и Р. Левиса легко дополняются вновь открывшимися типами во время наблюдения за жизнью и специальных исследований. Вот расширенная типология (см. табл. 6).

Денежные типы личности

Тип личности	Характеристика
Скряга	Увлекательно само по себе накопление денег. Присущ страх потери, недоверия к окружающим. С помощью денег обретает чувство защищенности, безопасности.
Транжир	Бесконтрольно расходует деньги, особенно в периоды депрессии, появляется ощущение своей незначительности, отверженности. Такое поведение - часто неосознаваемая отдушина. Деньги имеют терапевтический смысл, являются символом защиты, безопасности. Они делают человека более здоровым и счастливым. Часто это люди с низкой самооценкой, уверенные в том, что деньги ее повышают. Однако удовольствие от владения деньгами носит временный характер.
Денежный мешок	Захвачен деньгами, которые рассматривает, как лучший способ добиться высокого статуса и одобрения окружающих. Деньги для него - источник силы, обеспечивающий власть
Торгаш	Испытывает ощущение превосходства над другими, когда удается купить вещи за меньшие суммы. Раздражается, если приходится платить запрашиваемую цену.
Игрок	Бодр и оптимистичен, когда принимает вызов, получает выигрыш или проигрыш от игры. Деньги для него - символ свободы.
Коллекционер	Деньги представляют ценность как предмет искусства. Хорошо понимает их стоимость в этом смысле. По типу деятельности ближе всего к "торгашу". По профессии может быть кем угодно, нередко коллекционирование становится основным занятием.
Абстракционист	Безразличен к деньгам, накоплению, покупкам. Охотно поручает распоряжаться заработанными деньгами близким людям, высвобождая время для работы. Часто встречается среди работников творческого труда.
Конкретик	Человек, для которого деньги представляют вполне осознанную и определенную ценность. Недосток денег воспринимает трагически. Придерживается этики вещизма и накопительства.
Завистник	Завистлив и неприязнен к преуспевающим людям, не способен взять на себя ответственность за свои неудачи. В случае денежной удачи, кичлив к тем, кто имеет меньше денег.
Паразит	Готов жить на подачки, не несет ответственности ни за кого и ни за что. Представитель социальных низов
Фальшивомонетчик	Ярко выраженная склонность получения выгоды путем обмана. Необязательно богатый человек

Более систематическое исследование показало, как другие истощаются в отношении к деньгам и денежному поведению. К ним относятся пол, возраст, социальное окружение,

экономический статус, особенности личности. Например, рассмотрим несколько подходов к деньгам мужчин и женщин.

Половые различия отношения деньгам

Мужчины	Женщины
Придают деньгам повышенную ценность (соревнование). Большая компетентность в обращении с деньгами, склонность к риску с целью их приобретения.	Подвержены навязчивым идеям и фантазиям относительно денег. Испытывают фрустрацию по поводу их отсутствия, зависть к тем, кто их имеет. Чаще тратят деньги в состоянии депрессии (аутопсихотерапия). Верят, что заработок зависит от усилий и способностей.

В экономическом поведении человека должна быть гармония, и в определенных пределах потребности души не должны отвергаться. Исследования показали, что люди дольше остаются здоровыми, психически уравновешенными и физически сильными, если они не отказывают себе в удовольствии тратить деньги. Люди, которые отказывают себе во всем, получают более низкие результаты от личных и финансовых достижений, впадают в пессимизм.

Неудовлетворенность материальным положением имеет психологические последствия. Нереализованные потребности, долги, низкие сбережения, разочаровывающие сравнения с другими, потеря финансового контроля над жизнью могут вызвать тревогу, депрессию, гнев, беспомощность и серьезные заболевания.

Процесс разделения, экономического, социального и идеологического расслоения, происходящий в обществе, повысил интерес к теме денег. Психологические исследования взаимоотношений с деньгами являются одной из смежных тем экономической психологии. Это один из важнейших компонентов экономической социализации.

Контрольные вопросы

1. Перечислите функции денег.
2. Экономическая социализация.
3. Факторы, влияющие на различия в поведении по отношению к деньгам.
4. Психология восприятия ценности денег

МОДУЛЬ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ В БИЗНЕСЕ

ТЕМА 8. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕСА

- 1 Организационные формы и человеческие отношения
- 2 Устойчивость организации в бизнесе
- 3 Жизненный путь организации в бизнесе
- 4 Командообразования в бизнесе

1. Организационные формы и человеческие отношения

В конечном счете все дела делает человек: его голова, руки, ноги. Она основана на усилиях, энергии и мотивации к достижению цели. Однако то, как именно это делается и какие результаты достигаются, во многом зависит от организационного контекста, в котором это происходит, включая форму и структуру организации.

В этой связи типичным примером, который любят приводить социальные психологи, является разгрузка паровозов с дровами. Когда соберется несколько человек, они все могут взять охапку бревен и побежать к тому месту, где сложено дерево. Вы можете создавать цепочки и перемещать эти бревна по конвейерам. Кроме того, если длина цепи недостаточна, машина может перегружаться и перемещать древесину вместе с тележкой или подставкой. В зависимости от выбранного метода настройки время достижения конечного результата и статус участников этого процесса могут существенно различаться. Степень ощущения физической усталости: Несмотря на то, что уровень физической активности почти одинаковый, это проявляется в обычных формах ткани. Если работа хорошо организована, люди легче переносят усталость.

Следовательно, организационные формы обладают потенциалом и ресурсами, но эти ресурсы наиболее тесно связаны с человеческой психологией, возможностями и предубеждениями, интересами и мотивами, мыслями о том, что необходимо и важно, взаимоотношениями с другими и т.д.

Более того, с точки зрения организационной психологии и социальной психологии, каждая организация - это особое образование, имеющее свои собственные психологические законы существования, не сводимые к простой сумме людей, которые ее составляют. Специализация организации - это, прежде всего, предмет. Многие психологические явления и процессы взаимосвязаны. Здесь мы говорим о разных и сложных вещах: групповой динамике и процессах лидерства, феномене межгруппового взаимодействия и личном комфорте.

Организация - это группа институционализированных людей, которые общаются, используя материальные, экономические, правовые и другие условия для достижения поставленной цели.

Организация - это группа людей, которые действуют сообща для достижения общих целей. Для успешного достижения этих целей деятельность людей в группе должна быть скоординирована. Таким образом, организации можно рассматривать как группы людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общих целей.

Однако существуют важные фундаментальные различия, которые отличают два важных типа организаций:

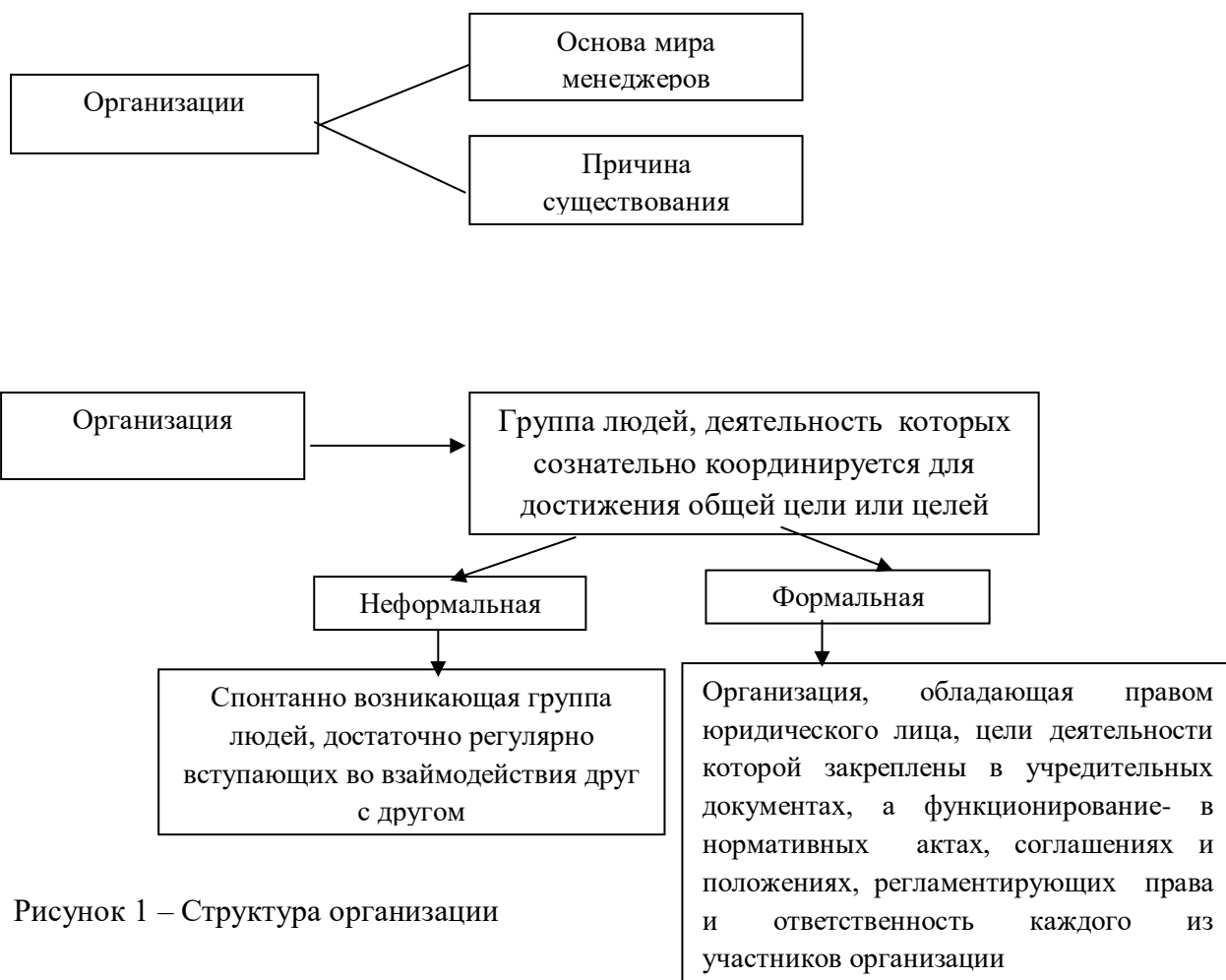


Рисунок 1 – Структура организации

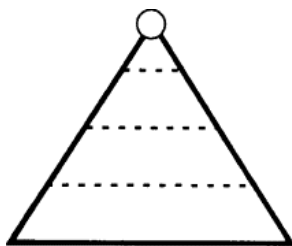
С точки зрения организационной и социальной психологии, организация - это особое образование.

Это объект, который нельзя свести к простому набору людей, которые составляют психологические паттерны существования и обладают ими. Определены характеристики организации.

Дело в том, что многие психологические явления и процессы взаимосвязаны. Это групповая динамика и процессы лидерства, феномены межгруппового взаимодействия, методы социальной осведомленности и ситуационной оценки и т.д.

Однако это невозможно без специального "теоретического" введения, посвященного обсуждению общих представлений об организационных формах. Если футбольный тренер знает, какие формирования он может выбрать, и в полевом уставе офицера написано, что он должен выбирать, какую форму организации он может выбрать во время марша, атаки или защиты, то, похоже, это не относится к бизнесмену. Очевидный. Выбор, предложенный ему при регистрации такой организации, как ООО, ЗАО, АО, ИЦП, — очевидно, что есть ограничения и преимущества. Однако это не тот формат, который можно активно менять при изменении задачи или этапа развития бизнеса. Поэтому в данном контексте мы предлагаем рассмотреть другие идеи о возможных типах организационных форм, разработанные американским консультантом и исследователем Ларри Константином под названием "Организационная парадигма".

Организационные парадигмы



(по Л. Константину)

Ларри Константин, американский консультант и исследователь, разработал организационную модель, получившую название "Организационная парадигма". В результате изучения организационных форм бизнес-структуры он выделяет четыре "организационные парадигмы" с уникальными характеристиками в областях менеджмента, лидерства, принятия решений, организации взаимодействия и коммуникации, психологических характеристик людей. Они эффективны в надлежащей форме.

Л. Чтобы убедиться в "архетипичности" идее формы ткани, предложенной Л.Константином, достаточно провести небольшие эксперименты. Попросите каждую группу людей нарисовать оптимальную организационную модель, используя простейшие геометрические фигуры. Через несколько минут вы определенно сможете увидеть изображение треугольника (пирамиды), круга, в некоторых случаях направленной стрелки. Автор рисунка найдет несколько причин, по которым именно эта модель выглядит для него оптимально, и как психологу будет полезно обратить внимание на индивидуальные особенности самого автора. За этим очень легко найти мотивацию. Смотрите соответствие конкретным моделям.

Изучая и анализируя различные методы организационной структуры, которые веками существовали в истории человечества, Константин обнаружил, что, несмотря на все кажущееся разнообразие ее форм, четыре парадигмы являются фундаментальными для всех парадигм. В области менеджмента, лидерства, принятия решений, организации взаимодействия и коммуникации психологические особенности людей позволяют работать в комфортной и продуктивной соответствующей форме. Эти четыре модели легко найти в современном бизнесе. Она называется "закрытой", "случайной", "открытой" и "синхронной" организационными моделями и может быть отображена на следующих изображениях:

Давайте по очереди рассмотрим характеристики этих четырех организационных парадигм.

По мнению авторов, модель "закрытой" организации представляет собой пирамиду. Примером такой формы организации является крупная производственная компания. "Закрытая" организация - это строгая иерархия с определенными полномочиями и зависимостями. На вершине пирамиды находится своего рода авторитарный лидер. Он единолично принимает решения, передает их по иерархической лестнице предмету рассмотрения, контролирует их выполнение и, при необходимости, налагает санкции. В этих организациях вертикальная коммуникация осуществляется сверху донизу, от руководителя к сотруднику и далее к менеджеру. В этой ситуации большинство сотрудников не знают, что происходит в компании, и они часто не знают, что происходит, из-за недостатка информации.

Преимуществами "закрытой" организационной модели являются надежность организационной структуры, четкость распределения функций и должностей, ролей и ответственности. Все это обеспечивает высокую производительность рабочей силы, подходит для строительства производственных линий и производства однотипной продукции. Этот тип организации лучше подходит для работы в стабильной внешней среде. Плохая способность меняться - вот главный недостаток.

"Случайная" модель обеспечивает быстрое воспроизведение. Эта модель распространена в научных организациях, где различные научные исследования, формально объединенные в общую тему, проводятся разными сотрудниками, работающими в структурных подразделениях. "случайные" организации обеспечивают членам максимально автономное присутствие и позволяют им проявлять индивидуальную креативность в независимых рабочих процессах. Сотрудники работают независимо, и горизонтальное общение значительно ограничено, поскольку общие интересы сведены к минимуму. Фиксированной организационной структуры может вообще не существовать, и процесс принятия решений не имеет особого характера. Случайность получения информации, случайность принятия решений и случайность коммуникации дали название этой организационной модели.

Глава "случайной" организации - либеральный лидер, который демонстрирует способность доверять человеку, находить терпимость и компромисс. Эта организация обладает свободой творчества, независимостью сотрудников, не терпит контроля и считает это нарушением собственных интересов.

"Случайная" модель ведения бизнеса продемонстрировала жизнеспособность и эффективность на ранних стадиях организационного развития, когда требуется больше гибкости для стабилизации положения организаций на рынке.

Примером "открытой" модели, символизируемой кругом, является классический британский парламент. Основными особенностями "открытой" модели являются совместимость людей и психологическое участие. Прежде всего, это выражается в совместном принятии решений и формировании консенсуса. Основной формой работы является "круглый стол", где участники достигают определенных результатов в процессе обмена информацией.

Лидеры в "открытых" организациях создают условия для свободного обмена идеями и направляют дискуссии в нужное русло. Этот стиль лидерства основан на умении работать с группами и коммуникативных навыках. Сотрудники "открытых" организаций работают на условиях полного равенства и взаимоуважения, готовы проявлять инициативу и брать на себя ответственность. Корпоративная культура таких организаций помогает сформировать коллективное "мы".

"Открытая" модель организации полностью демократична и изменчива, но она не полностью вписывается в бизнес-структуру. Его можно накапливать или хранить, а можно только потреблять.

По мнению авторов, модель "мотивационной" организации характерна для религиозных сект, политических партий и различных типов идеологических коалиций. В основе такой организации лежит харизматичный лидер, который может привлечь людей на свою сторону и вдохновить их на достижение своих целей. Основой управления здесь является мотивация сотрудников и соединение личных интересов с интересами бизнеса.

Организационная структура организована в соответствии с поставленной целью. Отделы и сотрудники занимают свои позиции в общих движениях и понимают свою роль в достижении полных результатов. С точки зрения определенности и ясности позиции модель "мотив" близка к модели "закрытия", но здесь акцент делается не на страхе наказания, а на мотивации достижения желаемого результата.

Лидер продолжает свои идеи, объясняет людям направление выбранного движения и дает четкое видение будущего. Сотрудники этой модели требуют независимости и ответственности.

Модель "синхронизации" имеет серьезные недостатки. То есть у него мало возможностей для организационных изменений. Поэтому, по мнению российских исследователей, различные элементы различных моделей можно найти в организациях крупного и малого бизнеса. "Таким образом, анализируя проблему взаимосвязи между организационной формой и психологией взаимоотношений, мы можем выделить три основные идеи.

1. Организации в целом, особенно деловые организации, представляют собой особые объекты с уникальными свойствами и закономерностями развития, основанными в первую очередь на психологии людей и их взаимоотношениях.

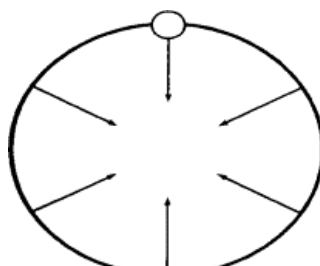
2. Четыре модели организационных парадигм, определенные Ларри Константином и в первую очередь связанные с характеристиками корпоративной культуры, обеспечивают понимание этих характеристик и позволяют вносить необходимые изменения в организационные взаимоотношения для проведения необходимых изменений.

3. Л. Согласно организационной парадигме Константина, во время организационных изменений можно наблюдать определенные закономерности изменения моделей, что позволяет менеджерам или консультантам управлять этим процессом.

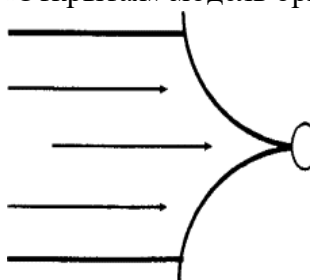
1. «Закрытая» модель организации



2. «Случайная» модель организации



3. «Открытая» модель организации



4. «Синхронная» модель организации

2. Устойчивость организации в бизнесе

Бизнес - динамично развивающаяся организация, и главной задачей бизнесмена является поддержание стабильности в различные периоды деятельности. Условиями эффективного функционирования организации являются стабильность и неизбежность. При внесении организационных изменений бизнесу необходим системный подход, поскольку все компоненты являются тесно связанными и взаимозависимыми системами.

Из-за всей динамики деловой жизни и именно этой динамики основной миссией бизнес-организации является необходимость поддерживать стабильность в различных временных интервалах деятельности. Организационная стабильность является необходимым условием для эффективной работы в любой момент времени. Чтобы

соответствовать этим условиям, необходимо учитывать системный характер организационной жизни при продвижении организационных изменений.

Мы имеем в виду системный характер организационной жизни, взаимосвязь всех аспектов и зависимость друг от друга. В общем, аналогия с живыми организмами, в которых существуют функции и системы, здесь очень уместна. Как и в организме, появление болезненных симптомов свидетельствует о дисбалансе внутренних процессов, поэтому локальные меры контроля в организации могут привести к сбою системы, поэтому следует учитывать только организационный баланс и системный анализ. Ситуация учитывает все разнообразие, основанное на реальности организации.

В некотором смысле, управлять организацией - все равно что управлять погодой, экономикой, страной. У людей, занимающихся таким управлением, могут быть самые благие намерения и лучшие идеи, но, в конце концов, у природы и экономики есть свои собственные законы, и если они будут их игнорировать, то всегда столкнутся с простой истиной. - Это всегда выходит наружу."Поэтому хороший менеджер всегда действует только в рамках законов существующей природной, экономической или организационной реальности и осознает, что его искусство подобно искусству человека на морозе. . Однако вам нужно лишь слегка изменить угол наклона волны с неправильного на волну. Тогда на вас сразу же обрушатся все силы в несколько тонн.

Для бизнес-организаций с их собственными моделями развития поддержание устойчивости является одним из этих правил. Может быть введен указ об усилении исполнительской дисциплины, и в ответ на это сотрудник может получить вариант "итальянской забастовки", когда все остатки предыдущей деятельности превращаются в активный саботаж каждого действия и цели. Вы можете решить открыть новое направление в перспективной нише, и это превратится в черную дыру, которая высасывает ваши ресурсы.

Благодаря исследованиям в области организационной устойчивости эксперты смогли разработать модель, получившую название "винт организационной устойчивости" (по аналогии с волчком или веретеном).

«Модель «Веретена» «закручена» вокруг оси, нижней точкой которой является исходная идея (замысел), под которую создавалась организация, а верхней - стратегические цели и миссия развития организации. Соответственно, нижняя половина «Веретена» представляет собой историю организации со сложившейся организационной культурой, тогда как верхняя - это сфера будущего, в которой и должны быть реализованы требуемые организационные изменения с учетом всех факторов, возможностей и ограничений, которые существуют в каждой конкретной организации. В центре модели отражен срез настоящего состояния организации и те главные сферы, в которых принимаются основные управленческие решения: финансы, производство, маркетинг и персонал».

Это центральный компонент всей модели, благодаря которому поддерживается стабильность организации. Рождение компании происходит из идеи, которая пришла кому-то в голову. Реализация этой идеи создает ось развития организации и связывает идеи организации с ее миссией и стратегией. Миссия соответствует целям, задачам, ценностям и философии организации.

Психологические моменты, которые возникают в российской деловой жизни, - это незнание сотрудниками компании или миссии компании, а также отсутствие единства между основателями относительно смысла бизнеса.

Стратегия в переводе с латыни означает "публичное искусство". Термин "стратегический менеджмент" был введен в 60-70-е годы прошлого века и означает управление развитием организации и выполнение долгосрочных планов по выполнению миссии организации.

В то же время, когда мы говорим о стратегии организации, это всегда означает принятие решений с определенной временной точки зрения (долгосрочной,

среднесрочной или краткосрочной), которые могут оказать значительное влияние на то, как организация живет и развивается.

Стратегическое развитие - важнейшая часть управленческой деятельности.

Стратегическое управление фокусируется на поиске новых возможностей в конкурентной борьбе и, таким образом, обеспечении долгосрочного выживания организации. Это включает в себя разработку и реализацию стратегий в рамках стратегического планирования, направленных на привлечение рынков сбыта, развитие потенциала компании, внедрение инноваций и реализацию миссии организации.

Психологические аспекты, связанные со стратегическим управлением, связаны с тем фактом, что, учитывая изменения экономической и политической ситуации и связанную с этим неопределенность, руководитель российской бизнес-структуры редко разрабатывает долгосрочные планы. Затрудняет работу нося. Некоторые предприниматели, как правило, предпочитают иметь свободу действий в изменившихся условиях, не ограничивая себя определением развития организации.

В стратегическом управлении важно координировать позицию лиц, принимающих стратегические решения, что играет фундаментальную роль в обеспечении устойчивости организации.

Корректировка ситуации связана с психологическими особенностями человека и необходима для преодоления амбиций, обид, претензий. В противном случае это может способствовать потере стабильности организации и стать началом конца.

Организационная (корпоративная) культура способствует устойчивости организации. Организационная культура, по мнению авторов модели, является наиболее "психологической" частью "веретена". Потому что описываемый им феномен традиционно относится к области организационной психологии. Организационная культура - это идеи, ценности, взаимоотношения внутри организации, имидж и т.д.

Таким образом, объединяя всю "психологическую" основу организационной жизни в одну группу, организационная культура становится истинной психологией организаций с уникальными характеристиками.

В настоящее время одним из главных принципов корпоративного успеха является гибкость и быстрое реагирование на изменения во внешней среде. В технологиях и менеджменте способность понимать и накапливать новое особенно важна.

Активность и стабильность команды также являются элементами благополучия, а последнее невозможно без быстрого реагирования и принятия инноваций, и здесь возникают противоречия, которые вызывают проблему инноваций.

Инновация - это новшество в инженерии, технологии, организации и управлении задачами, основанное на результатах деятельности и лучших научных практиках, а также использование этих инноваций в различных областях и направлениях деятельности.

Инновации приносят технологические изменения, индивидуумов, культуру и т.д. Все виды инноваций в образе жизни осуществляются через характер, взаимоотношения, ситуативные ситуации членов организации. Проблемы, возникающие в процессе инноваций, связаны с экономическими, финансовыми и этическими факторами. Однако основными факторами, препятствующими инновациям, являются психологические аспекты: система ценностей, творческие способности сотрудников, взаимосвязь с состоянием мобильных телефонов в организации и степень гибкости руководства.

При создании инноваций необходимо исходить из стабильности бизнеса, которая в основном проявляется в том, что изменения в отдельных частях системы приводят к изменениям во всей системе. Когда вводятся новые элементы, система выходит из строя, что приводит к временному дисбалансу. Люди должны адаптироваться к переменам, а менеджеры должны постоянно контролировать изменения во внешней среде организации и проводить необходимую реорганизацию во внутренней среде.

Эта новая вещь создает сопротивление состоянию людей. Сопротивление переменам - это любое действие сотрудника, направленное на недоверие, задержку и

противодействие внедрению изменений в рабочий процесс. Такое поведение повышает "стоимость" изменений, и необходимо учитывать причины такого поведения.

Часто сопротивление переменам возникает по следующим причинам: угроза потребности в безопасности; социально-личностные отношения; нестабильность социально-экономических, профессиональных, служебных, личных ситуаций; разочарование в способностях; угроза самоуважению.

Как изменить отношение сотрудников - непростая задача.

Основными рекомендациями по решению этих задач являются следующие:

- Полагайтесь на официальные и неформальные рабочие группы для создания механизмов изменений.

- Соблюдение принципов прозрачности посредством публичных слушаний и принятия организационных и психологических решений

- Укреплять связь между результатами индивидуальной или групповой работы и системой вознаграждения.

- Определите привлекательные цели

- Умение слушать и непротиворечивость людям, косвенное влияние на них;

- Обращайте внимание на чувства сотрудников.

- Обеспечивать постоянную обратную связь с сотрудниками

- Возможность участвовать в принятии решений.

- Демонстрируйте положительную оценку усилий и благоприятное поведение сотрудников.

Процесс трансформации - это этап, на котором руководство изучает новые идеи и практики, которые помогают сотрудникам освоить новые способы мышления и действий.

Поэтому самое главное - внедрить изменения.

- Вовлечение сотрудников

- Награды;

- Логическое и эмоциональное обоснование;

- Общение и обратная связь

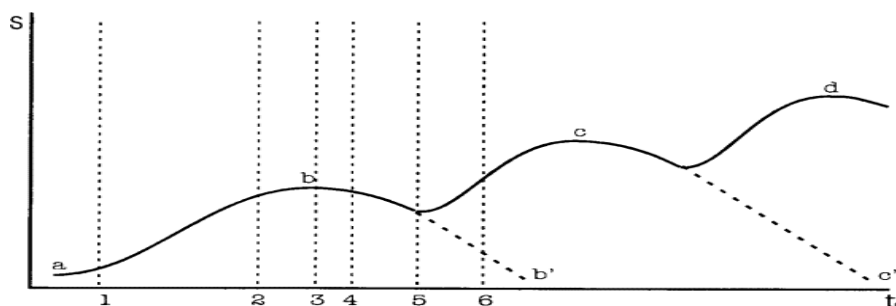
- Анализ всех этапов и уровней изменений

- Нейтральность этого анализа

В бизнесе анализ факторов устойчивости организации показывает единую цепочку идей-миссий-стратегий.

3. Жизненный путь организации в бизнесе

Ни одна организация не может развиваться бесконечно в режиме непрерывного выпуска, непрерывного роста показателей. Эти ИБП доступны только через определенные промежутки времени. Также выясняется, что организация хочет сохранить статус-кво, даже если она достигнет удовлетворительного положения. - Это невозможно, по крайней мере, в бизнесе. В таких случаях единственным последствием срыва разработки является низкая производительность или крах организации.



Развитие бизнес-организации на различных этапах ее жизненного цикла аналогично

долгосрочной картине жизненного цикла продукта. После периода роста за кризисом следует стагнация, которая может закончиться крахом или выходом компании на рынок. Качественно разные уровни активности. .

Жизненный цикл организационного развития

t — время развития организации

S — показатели успешности организационного развития a, b, c, d- цели развития организации на разных этапах Этапы организационного развития:

1 - формирование

2 - рост

3 – стабилизация

4 - стагнация

5 - кризис («хаос»)

6 - распад или реформирование

Однако после семи лет консультаций с российскими и западными бизнес-организациями, анализа и обобщения опыта авторы смогли обнаружить конкретные закономерности в серии чередующихся циклов.

По данным исследователей этой организации, средняя продолжительность существования современных организаций составляет 30-40 лет. Эта организация, как и все виды деятельности, имеет определенный жизненный цикл и включает в себя пять основных этапов: рождение, рост, зрелость, упадок и прекращение существования.

Первый шаг включает в себя создание тканей. Часто создание организации основывается на решении собрания учредителей и выполнении всех процедур, связанных с этим решением. Возникновение бизнеса предполагает выявление недостаточных или полностью неудовлетворенных потребностей экономики в некоторых товарах или услугах, а также поиск и занятие свободных рыночных ниш. На данном этапе главная цель бизнеса - выжить, то есть перейти к следующему этапу цикла. Вам нужны качества бизнес-лидера: вера в успех, готовность идти на риск, высокая эффективность. На этом этапе особое значение следует придавать поиску и применению всего нового и необычного.

На втором этапе происходит рост организации, она заявляет о себе и приобретает признание, славу и определенный имидж. Укрепите свои позиции на рынке и в бизнес-сообществе. Главной задачей на данном этапе является повышение конкурентоспособности бизнеса. Это внутренняя стадия высокого риска, поскольку в этот период часто происходит быстрый и плохо контролируемый рост тканей. На этом этапе многие стартапы терпят неудачу из-за незрелости и некомпетентности бизнесменов.

На третьем этапе осуществляется качественное развитие организации, связанное с поиском новых форм и направлений и совершенствованием деятельности. Этот шаг является продолжением ускорения и, в принципе, полным захватом той части рынка, которая разрешена для этого бизнеса. В то же время мы переходим от интегрированного управления, осуществляемого небольшими командами единомышленников, к дифференцированному управлению, использующему простые или более сложные формы планирования и прогнозирования. Интуитивных оценок рисков руководством организации больше недостаточно, что вынуждает менеджеров полагаться на аналитические оценки рисков, которые помогают им выделяться из числа узкоспециализированных сотрудников в своей организации.

Четвертая стадия характеризуется зрелостью, прочностью позиции, не стремлением к росту и не поиском нового, что неизбежно снижает активность. На этом этапе происходит насыщение. Развитие компании обычно осуществляется для сбалансированного системного роста, основанного на стабильной структуре и четком управлении. Опытные менеджеры участвуют в управлении, в то время как очень

талантливых профессионалов часто заменяют "покорными". Зрелость организации связана с проникновением, расширением и дифференциацией в новые сферы деятельности, но в этот период в управлении активно зарождается бюрократия.

Существует три стадии зрелости: начальная, промежуточная и заключительная. Период ранней зрелости характеризуется произвольным ростом компании, сбалансированным средним ростом, окончательным насыщением и стагнацией деятельности.

Пятая стадия, последняя, характеризуется ослаблением организации и уничтожением существования. Эти проблемы характеризуются потерей конкурентных позиций на рынке, углублением противоречий и конфликтов внутри компании, ухудшением финансового положения компании и снижением корпоративной стоимости. Главной задачей организации является борьба за выживание, сдерживаемая бюрократией, как во внутреннем пространстве компании, так и во внешней среде. На этом этапе новые идеи редко реализуются должным образом.

Ликвидация бизнеса может происходить в форме перевода капитала в другую отрасль или сферу деятельности, или в форме распыления капитала и, как правило, ликвидации капитала несколькими кредиторами. Наконец, банкротство владельцев бизнеса также возможно.

Решения, связанные с попытками управлять жизненным циклом конкретного бизнеса, направленные на ускорение или замедление перехода от одной стадии к другой, относятся к числу наиболее важных стратегических решений. Связь между корпоративной стратегией и корпоративными движениями на этапах жизненного цикла очень сильна. Неудачные решения могут иметь долгосрочные последствия в виде инициирования новых этапов.

Поэтому объективные закономерности эволюции и трансформации бизнеса очень важны при разработке стратегий и решении тактических управленческих задач. В бизнесе изменения можно разделить на две формы развития. Она революционна, характеризуется эволюционным типом с постепенными количественными и качественными изменениями и внезапным переходом из одного состояния в другое.

В операционных процессах бизнес-организации происходят следующие изменения:

- Создание новых департаментов и управлений, существующих отделов

- Реорганизация или ликвидация, изменение структуры финансовых потоков и структуры управления.

Крупная реорганизация приводит к реорганизации правовой системы.

Это можно назвать бизнес-инновацией. Основными типами преобразований являются слияние, объединение, разделение, выделение и трансформация.

Особым видом трансформации является слияние компаний, правовой статус которых не меняется.

3. Командообразования в бизнесе

Различные рабочие группы создаются для выполнения конкретных действий, которые необходимы для эффективной работы в качестве скоординированной команды в любой организации. Как правило, это официальные группы, созданные по воле менеджеров для достижения организационных целей. Группа - это более чем один человек, который взаимодействует друг с другом, и каждый человек влияет на другого и в то же время подвергается влиянию другого.

Совместная деятельность людей определяет официальную структуру группы, состав ролей, перечень знаний, навыков и умений, которыми должны обладать члены команды, время работы и степень контроля рабочей группы со стороны руководства.

Впервые для этой работы была задействована производственная команда.

От автомобильной империи Ford, которая стала сенсацией. Теперь команда стала неотъемлемой частью бизнеса. Какова популярность команды? Согласно практике, команды более эффективны, чем отдельные сотрудники, с точки зрения компетентности и результативности.

Команды обеспечивают позитивную синергию благодаря скоординированным действиям своих членов.

Процесс формирования команды - это процесс формирования культурного контекста (субкультуры) внутри команды. Культурный контекст внутри команды:

- Принимается и разделяется всеми членами команды.
- Способ распределения;
- Сплоченность и связь членов команды
- Характерные способы организации и поддержания командных взаимодействий (командные процессы: координация коммуникации, принятие решений, выстраивание внешних связей)
- Организация распределения ролей.

На командный процесс в значительной степени влияет стиль взаимодействия менеджера или лидера с другими членами команды. В связи с этим культурный контекст внутри коллектива управленческой группы имеет четыре основные формы: "союз", "группа", "круг", "команда".

"Комбинат" характеризуется безусловным подчинением членов лидеру. Причина - страх потерять свое место в группе и стать безработным. В группе соблюдается традиционная иерархия, поведение членов группы четко определено, решения принимаются быстро, лидер обладает всей полнотой полномочий и определяет правила группового взаимодействия. Групповые значения располагаются выше индивидуальных значений.

"Группа" состоит из людей, которые полностью доверяют лидеру. В контексте предпринимательства, на ранних стадиях организационного развития, лидер готов верить в себя и следовать за ним внутренне, потому что он впечатляет своих последователей видением будущего. Эта группа не имеет прочной внутренней структуры, нестабильна и в критических ситуациях легко делится на небольшие группы. Групповые ценности: Личная креативность, энергия для постановки новых целей и разработки проектов, готовность к инновациям, личные интересы имеют приоритет над интересами группы. Строгих правил для проведения мероприятий не существует. "Круги" характеризуются точным распределением привилегий и сфер деятельности, высоким уровнем формализации и стандартизации. Все виды деятельности регулируются правилами и процедурами. Каждый сотрудник должен выполнять предписанные задачи и отождествлять себя с организацией. Обычные сотрудники заинтересованы в безопасности, аккуратности, повышении профессионализма и самоэффективности. Задача руководителя - организовать коммуникацию между сотрудниками, и ее эффективность зависит от четкого распределения работы и личной ответственности исполнителя.

"Команда" характеризуется открытым обсуждением вопросов, хорошим потоком информации. Деятельность сотрудников направлена на решение поставленных задач и достижение определенных результатов. Для этого усилия соответствующих сотрудников и необходимые ресурсы объединяются для обеспечения максимально быстрого и качественного выполнения работы и постоянного контроля за ее сроками и стадией. Отношения между сотрудниками основаны на принципе взаимозависимости. Это руководство предназначено для группового взаимодействия и совместной работы. Эффективность команды определяется индивидуальным успехом и способностью сочетать личные цели сотрудников со стратегическими целями организации. Благодаря принципу матрицы устройств команды могут быстро и легко трансформироваться для выполнения конкретных задач.

Для управления группами требуется логическая структура. Руководителям нужны гибкость, уверенность в себе и самоуверенность сотрудников. Влияние в команде основано не на статусе, а на профессионализме и компетентности.

Тимбилдинг относится к превращению официальной структуры управления, одобренной руководством, в рабочую группу с "командной" субкультурой. Существует 5 этапов развития команды.

1. Совместимость. Этот этап характеризуется взаимной осведомленностью, вниманием к межличностному взаимодействию и поиском взаимоприемлемого поведения в группе. На данном этапе эффективность работы группы невысока, поскольку ее члены недостаточно хорошо знают друг друга.

2. Группирование. На этом этапе формируются небольшие группы, основанные на соперничестве и личном интересе. В период группирования групповое сознание формируется на уровне отдельных подгрупп и исходя из первых норм внутри группы. Существует процесс объединения членов подгрупп вокруг лидера, который может привести к некритическому восприятию второй группы отдельными членами группы. На данном этапе наличие групп является обычным явлением в группах управления задачами с субкультурами типа "клика".

3. Сотрудничество. В это время появляется осознание готовности работать сообща для решения проблем. Происходит открытый и конструктивный процесс общения, появляются элементы групповой сплоченности и солидарности. Формируется коллективное "мы". Инструментальная деятельность становится ведущей. На этом этапе члены группы хорошо подготовлены к внедрению, и организационная интеграция развита, но психологические связи недостаточно определены. В этом процессе присутствие групп является обычным явлением в группах управления задачами с такими субкультурами, как "круги", "объединения".

4. Распределение видов деятельности. На данном этапе разрабатывается принцип группового взаимодействия. Происходит процесс эмоциональной активности, личные отношения становятся особенно тесными, и важность отношений "я-ты" растет. Одной из особенностей группового развития на данном этапе является отсутствие межгрупповой активности.

5. Производительность. Этот шаг считается определяющим при попытке успешно решить проблему. Группа признает разнообразие стилей и подходов к решению проблем и открыта для разрешения конфликтов и самовыражения. Эта группа достигает наивысшего уровня социально-психологической зрелости и характеризуется высоким уровнем подготовки, организационным единством, небольшими культурными "командами".

Каждая группа проходит разные стадии в развитии, но порядок зависит от субкультуры группы.

Развитие групп с "групповыми" субкультурами осуществляется в порядке адаптации, группирования, сотрудничества, распределения видов деятельности, результативности. В группе эмоциональные отношения между членами играют важную роль и не приводят к решению проблемы, то есть к решению задачи, стоящей перед группой, до тех пор, пока член группы не убедится, что его или ее группа сформирована.

Порядок стадий развития группы, на которых возникает субкультура "склеивания": адаптация, распределение деятельности, производительность, группировка, сотрудничество. Для этой группы выполнение поставленных задач должно быть гарантировано, поэтому после адаптации группа нормализует деятельность, выполняемую наиболее компетентными членами группы. Затем, в строгих нормообразующих условиях, группа быстро переходит к выступлению, а затем создает благоприятную эмоциональную обстановку.

Группа с субкультурой "круга" имеет следующий набор шагов: адаптация, выполнение, назначение действий, группировка, сотрудничество. После адаптации каждый член группы определяет свою позицию в процессе решения проблем и

самостоятельно выполняет задания. Выполнение заданий сочетается с распределением действий в группе. После создания конструктивной зоны группа создает эмоциональную зону.

Группы с "командными" субкультурами развиваются в порядке адаптации, группировки, распределения, сотрудничества и результативности. По мере роста группы эмоциональная сфера заменяется инструментальной, и процесс заканчивается игрой.

Эффективные команды, такие как:

- Неформальная и спокойная атмосфера;
- Работа хорошо понята и принята.

Члены команды слушают друг друга.

- Обсудите задачи, выполняемые всеми сотрудниками компании.
- Выражайте свои мысли и чувства.
- Конфликты и разногласия существуют, но они выражаются и сосредоточены вокруг идей и методов, а не персонажей.

- Группа знает, что она делает, и ее решения основаны на согласии, а не на голосовании.

Основной подход к объединению в команду:

1. Подход к постановке целей позволяет членам группы лучше руководить процессом выбора групповых целей (стратегических или оперативных, направленных на решение внешних производственных задач или изменение внутренней среды).

2. Межличностный подход фокусируется на улучшении межличностных отношений внутри группы. С точки зрения такого подхода, доверие, совместная поддержка и общение внутри команды помогут повысить профессиональные возможности членов группы и успешно решать поставленные задачи.

3. Рольевой подход предполагает обсуждение и согласование ролей между членами группы. Поведение команды может измениться в результате перераспределения ролей внутри группы.

4. Проблемно-ориентированный подход предполагает работу психологов-консультантов и членов группы по решению командных проблем, развитию навыков межличностной командной работы и решению основных задач команды. В случае возникновения негативных ситуаций в группе, таких как доминирование лидера, враждебные подгруппы, строгие нормы группы и т.д., чтобы сформировать команду, необходимо помочь группе с психологом. Участники понимают свои процессы и совершенствуют навыки и умения группы.

Контрольные вопросы

1. Опишите организационные модели современных бизнес-организаций.
2. Что обеспечивает устойчивость организации в бизнесе?
3. Назовите основные этапы жизненного цикла организации.
4. Что такое командообразование в бизнесе?
5. Охарактеризуйте основные этапы формирования команды.

Тема 9. Рольевое поведение в организации

- 1. Роль в организации. Рольевая идентификация. Конфликты.**
- 2. Структура группы. Групповые нормы. Групповые санкции.**
- 3. Ситуационные переменные, влияющие на групповое поведение.**

1. Роль в организации. Рольевая идентификация. Конфликты.

Согласно теории различных типов ролей, обмен идеями, управленческими решениями и видами деятельности в современных рабочих процессах организации довольно сложен, но регулируется официальными нормами. Но люди, сотрудники, профессионалы стараются быть самими собой, забывают об ответственности ролей и выражают свое отношение к событиям и окружающим. То есть, как правило, это обязательно вступает в конфликтные отношения. Возможность противоречий и конфликтов, которые мешают взаимодействию между отдельными лицами и организациями, зависит от того, насколько успешно отдельные лица выполняют свои роли и насколько они удовлетворены характером, содержанием и результатами своей деятельности в организации и своим взаимодействием с организационной средой. Поэтому правильная формулировка ролей, соответствие целям, стратегиям и структурам организации и способность реагировать на запросы очень важны. И их ожидания. Это, прежде всего, ставит сотрудников, выполняющих эту роль/ сотрудников, занимающих определенное положение, не только в содержании работы и способах ее выполнения, но и во взаимосвязи с целями и задачами организации, а также в общей работе, выполняемой всей командой. Знать и понимать. Кроме того, он должен быть готов выполнять свою роль осознанно, потому что его исполнение может доставить ему удовлетворение и принести положительные результаты, и даже более того, у него не обязательно есть четко определенный результат еще до начала трудового акта. обладает материальными свойствами. Другими словами, прозрачность и принятие ролей являются предпосылками успешного ролевого поведения в организации.

Немного о статусе роли.

Официальный статус указывает на положение роли в иерархии организации, показывает полномочия, которыми обладает сотрудник, какова его позиция в иерархии официального распределения, влияет на деятельность организации. Роли на одном и том же иерархическом уровне могут иметь разный официальный статус, поскольку они определяются не только иерархическим уровнем, но и средой деятельности, к которой принадлежит данная роль.

Неформальный статус роли определяется окружающими ее людьми в зависимости от личных характеристик исполнителя или влияния роли в организации с неформально определенными ценностями. Личные характеристики, возраст и особенности способностей человека могут усилить желание признавать уважение и лидирующую позицию других, выходящую за рамки того, что определяется официальным статусом должности. Когда вы рассматриваете ролевое поведение в своей организации, вы также столкнетесь с концепцией набора ролей, набора ролей, назначенных для данной ситуации. Ситуация принадлежит человеку, ситуация принадлежит ситуации.

Одна должность имеет порядком несколько ролей, и один человек имеет в какой-то степени несколько должностей. Чем богаче значимая деятельность общества, чем демократичнее и шире его роль, тем шире выбор поведенческих моделей.

Двусмысленность смысла и концепции определенных действий при отсутствии неподобающих инструкций и двусмысленных выражений о работе, адекватных систем коммуникации и обратной связи внутри организации, желания сделать все возможное для выполнения человеком определенной роли, несмотря на прилагаемые усилия, будут иметь негативные последствия. Но это интересный момент. В некоторых ситуациях неопределенность ролей можно считать положительной чертой взаимоотношений внутри организации. Что касается его возможностей, то это создает чувство ответственности и целеустремленности у членов организации (не все воспринимают это позитивно, добавляет он).

Ниже приведены основные причины конфликтов в вашей организации:

- В определенные моменты сотрудники выполняют несколько несовместимых ролей.

- Наличие противоречивых команд или противоречивых заданий, которые должны выполняться в одно и то же время по правилам ролевого исполнения, и соблюдение этих правил приводит к достижению невозможных результатов

- Конфликт между личными ценностями и характером роли

- Изменения в содержании ролей с изменением вознаграждения за выполнение новых ролевых действий;

- Перегрузка ролью, когда обязанности сотрудника выходят за рамки роли.

Действительно, существуют способы и техники устранения противоречий и конфликтов.

- Смена обязанностей (изменение содержания и способа выполнения ролей)

- Развитие человеческого потенциала, смена ролевых игроков;

- Смена ролей сотрудников.

Человек, помимо прочего, признается профессионалом, который выполняет определенные задачи в организации и обладает знаниями и навыками, необходимыми для выполнения этой задачи. К тому же, даже если мы рассматриваем человека как актера в определенной роли, его характеристики нельзя сводить к профессиональным и квалифицированным. Ценность личных качеств человека иногда может быть решающей при его взаимосвязи с предприятием.

2. Структура группы. Групповые нормы. Групповые санкции.

Когда мы говорим об организации и людях в ней, мы должны помнить, что почти каждый является не только сотрудником в определенной роли, но и в некотором смысле членом группы. [Все] аргументы группы - это состав группы (или ее композиционный состав), структура группы, групповые процессы, групповые нормы и ценности, система санкций.

Каждый из этих аргументов зависит от типа группы. Вы можете учитывать возраст, социальные, профессиональные, гендерные и другие параметры.

Структура групп также различна: структура выбора, структура "полномочия", структура взаимодействия.

Важной особенностью является эмоциональная структура группы, то есть структура социальных взаимоотношений, связи с функциональными структурами групповой работы. В науке отношение двух структур трактуется как отношение "неофициальных" и "официальных" соотношений.

Другое понятие - групповые процессы. Это включает в себя процессы, составляющие групповую деятельность, и, предпочтительно, динамику совершенствования.

При изучении группы необходимо прояснить свою позицию как участника. Термин "статус" или "должность", указывающее на положение человека в системе коллективной жизни, нередко используется как синоним.

Еще одной особенностью человека в группе является "роль". Роли обычно определяются как динамические аспекты ситуации, которые раскрываются с помощью списка фактических характеристик, которыми группа наделила отдельного человека, наряду с содержанием деятельности группы. Невозможно представить себе неизменную роль. При сохранении состояния динамика видна в том факте, что соответствующий набор функций может отличаться в разных группах одного типа, и обе они также находятся в стадии разработки. Более широкая социальная структура, включающая в себя саму группу и коллектив в целом.

Важным компонентом характеристик положения индивидов в группе является система "групповых ожиданий". Этот термин относится к тому простому факту, что каждый член группы не только выполняет свою работу, но и что другие обязательно понимают и оценивают ее. В частности, это указывает на тот факт, что от каждой роли

ожидается выполнение определенных функций, и на особое качество выполнения этих функций. Группы контролируют действия своих членов определенным образом [с помощью системы ожидаемых моделей поведения, соответствующих каждой роли].

В некоторых случаях может возникнуть несоответствие между ожиданиями группы в отношении каждого члена и их фактическим поведением или тем, как они на самом деле выполняют свою роль. Чтобы как-то определить эту систему ожиданий, у группы есть две очень важные конфигурации: групповые нормы и групповые санкции.

Все групповые нормы являются социальными и представляют собой модели, необходимые стандарты с точки зрения общества в целом, групп, отдельных лиц, организаций. В узком смысле групповые нормы - это конкретные правила, которые группа должна создать, одобрить и соблюдать в отношении действий своих членов, чтобы обеспечить совместную деятельность своих членов. Нормы выполняют регулирующие функции в связи с этой деятельностью. Нормы связаны с ценностями. Потому что все правила могут быть сформулированы на основе принятия или неприятия какого-то важного социального явления. Групповые нормы обычно включают в себя действующие нормы и определенные нормы, разработанные данной конкретной группой или организацией, которые мы понимаем.

В целом они, вместе взятые представляют в качестве важных элементов, регулирующих организационное поведение и обеспечивающих порядок расположения в социальной структуре. Понимание отношений между личностью и группой зависит от того, какие нормы он признает и и какие не принимает в группе, (это весьма важно!) Это возможно только тогда, когда ясно, почему вы так поступаете. Это все становится особенно важным, когда происходит несоответствие между нормами и ценностями группы и коллектива, когда группа собирается целенаправиться на ценности, которые не соответствуют общественным нормам.

Таким образом, наша концепция группы является одной из самых базовых в социальной психологии, и первоначально она была перенесена в организационную психологию с минимальными вариациями.

Весьма любопытно узнать: на некоторых этапах группа является важным условием становления личности (в подростковом возрасте потребность принадлежать к группе является одной из наиболее важных для становления личности).

Обычно люди входят в разнообразные группы. Человек может работать, одновременно участвовать в туристической деятельности, стать членом спортивного клуба, выполнять общественные обязанности, участвовать в политической жизни, а также выполнять обязанности матери или отца в семье. В каждой группе он находится на определенной позиции, которая соответствует роли, где он по мнению других участников группы, придерживается, позволяющую им ждать от него определенных поступков. Как мы выяснили, человек может быть членом одного или более групп в одно и то же время, и уровень участия в группе разный. Некоторые группы - "ордена" - почти полностью впитывают характер своих членов, оставляя очень маленькую личную область, которая доминирует над ролями, выполняемыми в других группах. Однако часто принадлежность к группе включает в себя лишь некоторые личностные черты и определенный объем всей жизнедеятельности индивида.

Следовательно, мы уже знаем. Группа - это совокупность относительно стабильных людей, связанных системой взаимоотношений, которые контролируются и регулируются общими ценностями и нормами.

Существенными элементами любой группы являются цели, общие нормы, санкции, групповое сознание, взаимоотношения, совместная деятельность и материальное окружение.

У группы есть несколько основных особенностей.

- Наличие интегративных психологических особенностей, включая социальное мнение

- Психологический настрой;
- Групповые нормы;
- Групповая прибыль;
- Установки, которые формируются по мере роста группы.

В зависимости от количества людей он делится на большие группы, малые группы и малочисленные коллективы.

Небольшие группы (микрогруппы) состоят из 3 или 2 человек. Несмотря на небольшое число членов, эти группы все еще обладают определенными характеристиками реальной группы. Здесь преобладают неформальные отношения. К основным чертам этой группы относятся дружба, любовь, симпатия, совместные дела.

Мелкие группы - это главное социальное окружение индивида. Они знакомы друг с другом лично. Все наиболее важные общественные группы в жизни человека - это мелкие группы. Мелкие группы часто называют основными первыми группами. Это оказывает наибольшее влияние на потребности человека, его социальную активность и психическое состояние. Важность мелких групп определяется индивидуальными ценностями. Когда он руководствуется нормами, ценностями и мнениями членов группы, он служит ориентиром, по которому индивиды ассоциируют себя со стандартами, определяющими нормы. В то же время эта группа является источником социального отношения субъекта и его ценностной ориентации. Сосредоточившись на руководящей группе, индивид оценивает себя, свое поведение, образ жизни, идеалы. Перед референтной группой стоят две основные задачи: нормативная и сравнительная. Референтные группы также могут служить виртуальными сообществами. Группы также могут быть условными или реальными.

Условные группы людей объединяются в соответствии с определенными характеристиками (возраст, пол, род занятий и т.д.), выявленными исследователем.

Реальная группа - это группа людей, которые действительно существуют как сообщество в определенном пространстве и времени и связаны друг с другом определенными объективными отношениями.

Одной из наиболее важных областей классификации групп являются характеристики организации, которые регулируют взаимодействие членов группы. Таким образом, выделяются следующие группы реальных контактов: номинальные, ассоциативные, кооперативные, корпоративные, коллективные.

Номинальная группа (крупная компания) - это неорганизованная или случайно организованная группа. К ним относятся: зрители в театрах и кинозалах, случайные участники туристических групп и т.д. Членство в группе является добровольным, временным и определяется схожестью интересов.

Сообщество (ассоциация) - это группа, в которой отношения координируются только важными личными целями (группа друзей, компашка приятелей).

Групповое сотрудничество (кооперация) характеризуется по-настоящему успешной организационной структурой, высшей степенью подготовки и группового взаимодействия. Человеческие взаимоотношения в информационных технологиях - это чисто коммерческая форма, и высокие результаты должны быть достигнуты при выполнении определенных задач в определенных видах деятельности.

Компания (корпорация) - это группа, которая не выходит за рамки компании и объединяется только для внутренних целей. В этом случае группа обладает предпринимательским духом, который проявляется в противостоянии группы другим группам, в стремлении достичь групповых целей.

Группа (коллектив) - это группа людей, которые представляют часть общества, объединены общей деятельностью и подчинены целям этого общества.

Среди характеристик, определяющих уровень развития той или иной группы, - совместимость, сплоченность, координация, направленность, самоорганизация и т.д.

Совместимость комбинаторных эффектов - это взаимодействие индивидов, которое определяет максимальную удовлетворенность партнеров при достаточно высоких энергетических затратах и значительной взаимной идентификации (психологическая, социальная и психофизиологическая совместимость различаются).

Координационный эффект сочетания показывает максимально возможный успех (сотрудничество) при минимальных энергетических затратах (активность, взаимодействие) на фоне значительного субъективного удовлетворения и высокого взаимопонимания командной работы, как взаимодействия людей. Координация - это результат взаимодействия определенных людей в определенных видах деятельности.

Последовательность - это признак единства, взаимосвязи людей. Это проявляется как динамическая особенность развития отношений внутри группы (уровень эмоционального притяжения, ценностно-ориентированная интеграция, устойчивость к деструктивным (разрушительно подобным) воздействиям).

Группы рассматриваются в соответствии с их отношениями с обществом.

Позитивно-социальный или негативно-антисоциальный.

Все группы являются организованными социальными группами, потому что они по-прежнему ориентированы на интересы общества.

На групповое поведение влияют многие факторы. Среди них зональные факторы, характеристики задач, организационные системы управления, в которых существуют группы или считаются большими группами.

Агенты зоны - отдельные лица и группы часто полагают, что они имеют право на доступ к определенным объектам или местам, которые на самом деле им не принадлежат. Этот объект или территория оккупируются и используются так, как если бы они принадлежали этой группе, а неевреи изгоняются, и если они теряют эту территорию, они стараются вернуть ее как можно скорее.

Личное пространство - это пространство вокруг человека, которое принадлежит ему и не может быть доступно никому другому. Люди испытывают негативные эмоции по отношению к тем, кто вторгается в их личное пространство и совершает подобные нападения.

Пространственное расположение - как местоположение влияет на взаимоотношения в процессе взаимодействия людей друг с другом. Например, люди, которые хотят сотрудничества, обычно сидят рядом друг с другом, в то время как те, кто выступает против друг друга, предпочитают сидеть друг напротив друга. Обязанность. Другой ситуационной переменной, которая в значительной степени влияет на структуру и деятельность группы, является тип задачи, которую выполняет группа.

Задача - это требование, предъявляемое к группе, и если оно выполнено, задача считается выполненной. Задачи различаются по степени взаимодействия между членами группы, которое требуется для выполнения задачи. Ситуации, требующие тесного взаимодействия, называются взаимозависимостями.

3. Ситуационные переменные, влияющие на групповое поведение.

Вдобавок к ситуационным переменным, упомянутым выше, поведение отдельных лиц в группе/организации может варьироваться в зависимости от индивидуальных характеристик членов.

Долгое время исследователи сталкивались с проблемой влияния различных характеристик членов группы на внутреннюю среду. Было доказано, что соответствие групповой организационной нормы проявляется при молодости членов группы, средних умственных способностей и высоком авторитете. У женщин сильное доверие к нормам, чем мужчинам, хотя может быть, это может просто отражать культурные различия в половой роли, а не природные различия между женщиной и мужчиной. Весьма важной характеристикой является способность идентифицировать лидера. Проблемы с

совместимостью серьезны. При выполнении задач члены вашей организации должны взаимодействовать с другими членами вашей организации, и очень важно знать и понимать, совместимы ли их личности. Эта проблема возникает при сравнении доминирующего типа личности с подчиненным типом личности.

Конвергенция и гетерогенность организации/группы – может ли ее члены иметь кривые расы, разные социальные слои, разные пола, придерживать разные взгляды, или идентичность по этим показателям предпочтительнее? Обычно предпочтение уделяется частичной гомогенности и частичной гетерогенности групп.

При подготовке к работе для только что формирующейся группы возникает вопрос о том, сколько человек лучше всего подходят для выполнения этой работы. Здесь есть несколько аспектов. Масштаб и взаимодействие. Малые группы обладают более высоким уровнем согласия и взаимного доверия, в то время как большие группы, как правило, предоставляют советы и обмениваются информацией. Существуют также различия между четными и нечетными группами. Поскольку легче сформировать большинство, во втором случае легче достичь консенсуса, чем в первом. Масштаб и удовлетворенность забавны, но вы должны помнить, что число с наибольшим количеством участников в группе равно пяти. Очевидно, что меньшее количество участников делает отношения более напряженными, в то время как у большего числа участников не всегда хватает времени поговорить со всеми.

Размер и производительность. Отношение между размером и производительностью зависит в первую очередь от характера деятельности, выполняемой группой или организацией. Часто существует прямая зависимость между размером и производительностью.

Коллективную сплоченность можно определить как степень притяжения группы к члену группы. Чем лучше отношение к группе членов, тем больше сплоченность группы, и наоборот. Сплоченность зависит от групповых переменных, то есть от соотношения всех членов группы. Групповая сплоченность отличается от всех других переменных тем, что она влияет на эффективность работы группы и зависит от нее.

Контрольные вопросы

1. Сущность теории роли организации.
2. Что такое определение роли?
3. Почему возникают конфликты.
4. Какова структура группы?
5. Что такое коллективные нормы и коллективные санкции?
6. Опишите характеристики переменных ситуации, которые влияют на поведение группы.

Тема 10: Психологические и этические аспекты коммерческих отношений в бизнесе

- 1. Деловые отношения: основные психологические аспекты**
- 2. Особенности взаимопонимания с партнером**
- 3. Установите психологическую коммуникацию**
- 4. Принцип механизма распознавания**
- 5. Эмоциональные элементы общения**
- 6. Развивайте коммуникативные навыки**

Пока что эксперты подробно рассматривают психологию и этику деловых отношений. Изучая этот предмет, обучающиеся должны уметь разбираться в

психологических аспектах деловых отношений и принципах невербальной коммуникации, придерживаться этических принципов и норм делового общения и применять свои знания психологических принципов во время деловых бесед. С иностранными деловыми переговорами. Это также должно предоставить обучающимся возможность овладеть различными стилями делового общения и использовать навыки невербального общения особенно во время деловых переговоров.

Деловые отношения: основные психологические аспекты

Как показывает опыт, неудача или успех коммуникации зависит от готовности. Таким образом, эксперты выделяют этапы подготовки, передачи и пост-передачи резюме делового общения. С одной стороны, это плавный, а иногда и непрерывный процесс. Но его можно считать беседой с определенной аудиторией, обсуждением определенных вопросов с определенной группой, информационной речью на встрече, перед аудиторией, во время переговоров.

Во всяком конкретном случае есть три этапа. Выявляйте ситуации, обсуждайте проблемы, принимайте решения и достигайте целей. Отсоедините контакт. Эти стадии развиваются в повседневном общении. Однако все эти шаги уместны независимо от того, с кем вы взаимодействуете. Общение всегда начинается с общения.

Деловые коммуникации начинаются с традиционных приветствий. Первый момент звонка должен показать, что он открыт для общения и дружбы. Это делается с помощью легкой улыбки, легкого наклона корпуса, головы в сторону аудитории, внимания и пристального взгляда в глаза. Важно, чтобы пауза была короткой (до 3 секунд). Если ваш партнер не смотрит на вас, мы рекомендуем использовать его фамилию и отчество. Традиционно они говорят "Привет" или "спокойной ночи". После паузы начинайте общение, когда собеседник ответит. Если у вас несколько партнеров, вам следует отводить глаза по очереди.

Примечание 1. При вызове группы после приветствия также требуется пауза. После этого вам нужно представиться. Темп не быстрый, слова четкие, а тон спокойный. Заложите основу для более активного общения и проявляйте честность, доброжелательность и интерес к общению.

Особенности распознавания партнеров

Контакт напрямую связан с первыми впечатлениями о партнерах, а также с восприятием самих партнеров. Однако понимание цели общения всегда начинается с ознакомления с определенной информацией о конкретном человеке. Получение информации от других формирует мнение о будущем объекте, отношение к тому, как его воспринимать. Еще один способ получить актуальную информацию о цели общения - всегда понимать, когда вы вступаете в прямой контакт.

Примечание 2. Вы можете многое увидеть в одном человеке, просто оглянувшись вокруг. Например, его внешность и выражение лица, осанка и форма головы, одежда и поведение. Все это в какой-то степени подтверждает факт. Человек опрятен, каков его уровень культуры?

Социальные психологи, изучающие когнитивные процессы, отметили несколько распространенных искажений представлений о том, кого менеджеры должны знать и учитывать. Среди них - эффект ореола. По-видимому, это относится к человеку, у которого есть положительные мнения, положительные отзывы и качества, которые в настоящее время не зафиксированы. Напротив, например, если общее восприятие негативное, то доброе дело также интерпретируется негативно.

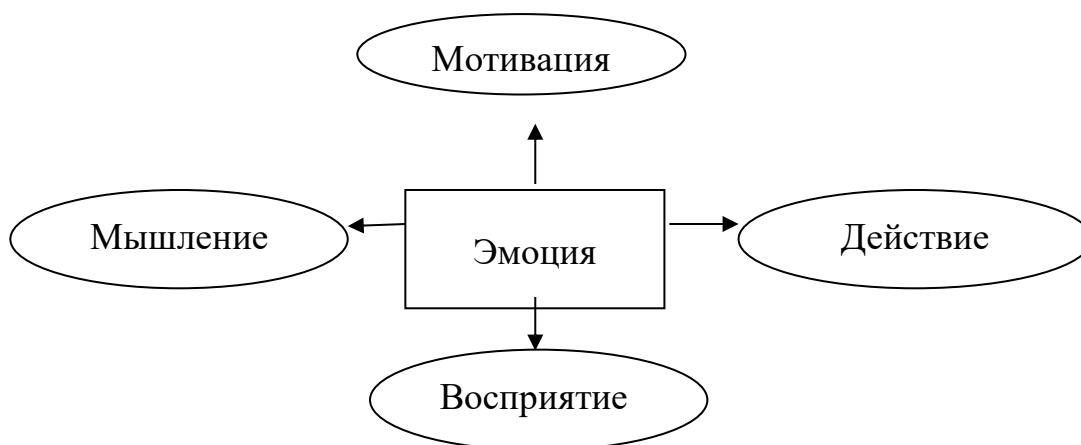


Рисунок 1. Роль эмоций в организации переговоров

Воздействие стереотипов заключается в том, что мы судим о человеке на основе ограниченного опыта или устоявшихся мнений других людей. Этот стереотип упрощает процесс знакомства с окружающими вас людьми. Это приводит к ложному восприятию и предрассудкам, которые создают мнения. Эффект инноваций и совершенства сильнее, чем эффект последнего. Поэтому исправить первоначальное впечатление очень сложно.

Установление психологического контакта

Установление психологического контакта систематически переходит к следующему этапу делового общения, называемому ориентацией. Определяйте проблемы и решения. На этой стадии руководитель пытается понять цели, мотивы поведения сотрудника, их переживаний и установок, состояния ждатель поддержки, благодарности, внимания окружающих, сомнений и опасаний, не дающие покоя.

Уместность восприятия, наряду с пониманием целей сотрудника, в рамках которого происходит общение, напрямую связана с его характеристиками и навыками, которые лежат в основе наблюдения руководителя. В этом отношении женщины часто превосходят мужчин. Они могут более глубоко и полно понять волевые и интеллектуальные характеристики человека, черты его личности, отношение к другим и к самому себе. Мужчины, как правило, лучше проявляют личностные качества для социальной работы и на производстве.

Основы механизма познания

Главные механизмы осознания человека, яркие на данном этапе коммуникации проявляются на этом этапе общения, являются эмпатия, уравнивание и самоанализ.

Эмпатия - это эмоциональное понимание. Это касается умения поставить себя в положение другого человека и рассмотреть ситуацию, которая является мотивом действия. То есть способность видеть ситуацию глазами других. Это важная часть общей культуры. Существует два способа внедрения этих технологий: идентификация и самоанализ.

Идентификация включает в себя представление себя на месте партнера в общении. Человек принимает на себя роль другого человека. Другими словами, существует конфигурация поведения, уникальная для партнера, который присоединяется к их ситуации. Но это не проще, чем вы думаете, и представление себя в другом месте не дает хороших результатов и может осложнить взаимопонимание. Это потому, что это не настоящая привлекательность, а ошибочное представление о взгляде со стороны.

Основное отражение формулы вопроса происходит от латинского слова "return". Это означает, что соответствующий партнер по общению знает, как он это воспринимает. Модификация поведения связана с возможным поведением других людей. Примером рефлексии является размышление о намерениях собеседника и обсуждение спорных проблем.

Примечание 3. Как и в случае с идентификацией, рефлекс является важным механизмом, позволяющий вам проникнуть во внутренние положения, мотивы, намерения, чувства и ценностные ориентации других людей.

Эмоциональные элементы общения

Расставание также играет важную роль в общении. Вам также нужно быть дружелюбным. Вы должны видеть и чувствовать аудиторию. В конце деловой беседы необходимо выразить надежду на будущие встречи и дальнейшее сотрудничество. Накануне важной даты или предстоящего праздника - поздравьте участников беседы и выразите им наилучшие пожелания. Соблюдайте правила этикета, на которые вы обращаете внимание при прощании. Независимо от результата вашего общения, будьте вежливы, когда оставляете соответствующие контакты.

Научно-экспериментальные методы напрямую не доказывают существование биологических связей между полом и определенными моделями поведения в процессе общения. Если тот факт, что женщины не умеют парковаться, а мужчины не умеют слушать, является просто гендерным различием, это затронет всех. Но, на самом деле, все по-другому. В конце концов, мужчины работают психотерапевтами, а женщины часто становятся водителями такси или автобусов.

Ситуация в сфере делового общения аналогична ситуации со слухом и парковкой. Можно выявить определенные тенденции, присущие специфическим людям. Однако не существует определенных типов поведения, которые были бы характерны только для мужчин или женщин.

Заклучения, которые содержатся в этих формулах, описывают, что имеется определенный набор действий относительно в ситуациях общения, а навыки ведения беседы в равной степени используются представителями разных полов. Несмотря на равные условия для такого выбора, все же можно выделить желания так называемых мужчин и женщин. Поэтому женщина больше улыбается во время разговоров, смягчает заявления об уверенности вопросительным тоном, часто показывает действия, которые они внимательно слушают, более отчетливо и на самом деле слушает, и постоянно старается поддерживать общение более активной.

У мужчин есть особое желание преобладать, первенствовать. Их поведение часто более оскорбительно, стремление преуспеть, большой успех в разговоре. Они стараются поддерживать активный виртуальную связь и занимают как можно больше места. Хотя здесь есть небольшие различия. Многие мужчины и женщины ведут себя по-разному. Часто можно увидеть людей, которые стремятся к господствованию, независимо от пола, и наоборот. Поведение в коммуникативных ситуациях часто зависит от социальной роли, где выступают те или иные участники общения.

Примечание 4 В результате сходство между женщинами и мужчинами, которые осуществляют сходные общественные функции, мощнее, чем сходство между ними у представителей одного пола при осуществлении других общественных функций.

Следовательно, ситуации общения между руководителями отделов, такими как боссы, и поведенческие проблемы, связанные с использованием навыков ведения беседы,

могут быть более схожими, чем у руководителей отделов, например, водителей вилочных погрузчиков, являющиеся представителями мужского пола.

Развитие коммуникативной компетенции

Общение происходит заученно и не зависит от биологического пола. Современное общество и культура оказывают решающее влияние на развитие высоких коммуникативных навыков. Благодаря культурным и социальным изменениям женщины, как и мужчины, также развиваются. У них есть свобода выбора. Такова и их профессия. Эта возможность не имеет границ. Но вот каковы последствия.

В дополнение к моделям поведения в ситуациях общения растет число мужских и женских профессий, требующих овладения различными навыками ведения беседы. Однако учитывается не биологический пол, а профессиональные потребности и ориентация на определенные ситуации

Примечание 5. Вопросы, которые непосредственно определяют выбор того, как продолжить беседу, - это "Что необходимо или что требуется для достижения этой цели" и "Какие поведенческие модели помогают в этом?".

Сегодня мужчины и женщины должны обладать навыками, которые ранее были разделены. Сейчас важно, чтобы каждый мог прислушиваться к природе вещей и справляться с ними, а также добиваться успеха вместе с другими. В то же время важно научиться самостоятельно действовать, критиковать, принимать в свою сторону критику, признавать свои ошибки, и уступать в определенных ситуациях.

Речь также идет о достижении целей, делегировании полномочий другим, мотивации, сборе, организации, консультировании, принятии ответственности за поставленные задачи, определении спорных вопросов, достижении компромиссных решений и конструктивном разрешении всех необходимых конфликтов. Только такой принцип может привести к успеху в деловых взаимоотношениях, связанных с построением современного бизнеса, независимо от пола.

Контрольные вопросы

1. Каковы особенности коммерческих отношений в бизнесе?
2. Раскройте основные психологические аспекты деловых отношений
3. Каковы особенности взаимопонимания с партнером?
4. Как насчет психологического общения?
5. Что лежит в основе механизма распознавания?
6. Каковы эмоциональные элементы общения?
7. Объясните, как развиваются коммуникативные навыки.

Тема 11. Психология профессионального успеха

1. Психологические предпосылки успеха
2. Психологические черты личности, влияющие на карьерный успех

1. Психологические предпосылки успеха

Успех - это непрекращающийся путь. Суть профессионального успеха заключается в том, что никто не может сознательно сказать: "Я достиг истинного пика своего профессионализма, и здесь нет места для развития и роста". Чего я не знаю" - вот

истинная характеристика мастера своего дела. Совершенству нет границ, и любой, кто стремится к успеху, четко знает это. В данной теме мы рассмотрим, что такое профессиональный успех и от чего он зависит, психологические и когнитивные характеристики человека, влияющие на профессиональный успех, подробно проанализируем факторы успеха и ответим на вопросы, связанные с нашим временем. - Как добиться успеха?

В чем суть профессионального успеха?

В нынешнем обществе в нас подсознательно внедряется культ "успеха", и мы все хотим, чтобы это было так. Термин "успех" не совсем новый. Потому что мы всегда говорили, что желаем успеха, удачи друг другу. Сегодня, когда люди говорят о человеке "успешная личность", это считается авторитетным.

Каждое третье объявление в Интернете вдохновляет молодое поколение: "Перестаньте работать. Теперь пришло время зарабатывать деньги. Термины "успех" и "достижение", по-видимому, противоречат термину "работа". Это приводит к разрушению общепринятых представлений о работе. Если с раннего детства воспитывалось уважение к труду как к источнику средства к существованию, то сегодня нам предлагают зарабатывать деньги, не прикладывая усилия работать.

Если вы заглянете в толковый словарь С.И. Ожегова, то сможете найти описание "успех - с успехом, с удачей". Успех - это слово, которое имеет множество толкований. В большинстве случаев это слово включает в себя такие значения, как успешная карьера, материальные блага и высокий социальный статус.

Что такое профессиональный успех? Профессиональный успех - это ряд положительных результатов, накопленных в течение вашей карьеры, как психологически, так и объективно, с точки зрения профессиональных достижений. Профессиональный успех включает в себя не только ведение прибыльного бизнеса, но и деятельность, которая придает смысл жизни, истинную радость и счастье, самосознание и раскрытие своих творческих способностей.

Новейшие исследования фокусируют все внимание на нижеследующих психологических предпосылках того как добиться успеха:

- * Думайте с точки зрения успеха - перезапустите "мыслительный процессор" и прислушивайтесь только к успеху.

- * Будьте уверены в себе, верьте в себя, принимайте и отстаивайте свои мнения и требования.

- * Способность активировать мощную мотивацию для достижения планов действий, которые приведут к успеху

- * Убедитесь, что вы знаете, чего хотите достичь.

- * Способность иметь четкий план выполнения с позитивным отношением к будущему бизнесу

- * Превратите все препятствия в строительные леса, чтобы приблизиться к своей цели.

- * Будьте внимательны и радуйтесь даже самым маленьким шагам и успешным достижениям.

Как добиться успеха: Что определяет успех профессиональной деятельности?

Добиться успеха в карьере и профессиональной деятельности, несомненно, является одной из наиболее эффективных мотиваций на различных этапах карьерного роста. Прежде всего, профессиональный успех связан с личностными характеристиками, такими как целеустремленность и самодисциплина.

Нужно не только ставить перед собой цели, а должно быть достижимо разнообразными путями и требует самодисциплины с самодостаточностью, постоянного

самосовершенствования. Человек, которому недостает этих качеств, по преимуществу не добивается успеха, даже если полон страсти или амбиций.

Если первоначальный выбор профессии был правильным, у индивида появляется прекрасная возможность полностью реализовать себя в профессиональной работе. Сделав правильный выбор, вы сможете избежать разочарований, получать достойный доход и быть уверенным в ближайшем будущем.

Когда вы начинаете свой карьерный путь, вам требуется сделать следующие действия:

- * Определите цели, которые должны быть позитивными (умноженными на хороший показатель), конкретными и реалистичными.

- * Правильная оценка своих способностей (интеллектуальных, физических, возрастных, финансовых и т.д.);

- * Соотнесите эту способность с вашими целями.

Успех в профессиональном отборе гарантирован, если:

- * Учитывается наличие набора важных профессиональных характеристик, необходимых для профессиональной деятельности (интеллектуальных, личностных, физических).

- Выбранная сфера деятельности востребована на рынке труда.

- * Работа приносит полное удовольствие и удовлетворенность, причем не единожды.

В качестве показателя успеха для уже налаженной профессиональной деятельности вы можете определить:

- Соответствуют ли отдельные лица требованиям данной профессии и вносят ли сотрудники существенный вклад в социальную практику? ;

- * Адаптировать профессию к индивидуальным требованиям: мотивации, желанию, удовлетворенности в сфере деятельности;

- * Использование социально приемлемых методов, техник и приемов для достижения высококачественных результатов на рабочем месте;

- * Желание человека индивидуализировать свою работу и удовлетворять свои личные потребности;

- * Достижение высокого уровня компетентности отдельными лицами;

- * Наличие перспектив роста в профессиональной деятельности;

- * Готовность принимать опыт других людей и демонстрировать свою профессиональную открытость;

- * Желание человека обогатить свою профессию личным творческим вкладом

- * Способность привлекать внимание сообщества к результатам работы

- * Способность людей уважать честь и достоинство своей профессии и видеть в своей профессии свой уникальный вклад в общество.

2. Психологические особенности личности, влияющие на успешность в профессии

Профессионализм в нынешнем обществе - это наличие определенных профессиональных навыков и характеристик, которые определяют и характеризуют активных профессионалов, которые формируются в контексте профессиональной деятельности с течением обстоятельств.

А. А. Деркач и Н. В. Кузьмина обосновывают важные профессиональные характеристики как проявление психологических черт личности, необходимых для приобретения определенных знаний, умений и навыков и достижения социально

приемлемой эффективности в профессиональной деятельности. Успех профессиональной деятельности зависит от характеристик человека, призванных обеспечить успешное начало работы и высокие производственные качества.

В сфере профессиональной деятельности критериями успеха считаются следующие психологические характеристики:

Способность человека работать в определенной области. Посредством деятельности человек решает проблемы координации, измерения объективных и субъективных элементов деятельности. Мобилизуйте активность в необходимой форме, а не в несвоевременной и хаотичной форме, в зависимости от мотива.

Степень развития мотивации, в которой входит увлеченность профессии к другим людям, стремление к развитию себя в качестве профессионала, слаженному преодолению всех профессиональных этапов, от адаптации до мастерства.

Разработка "Я-концепции" и ее компонентов. Успех профессиональной деятельности - это не внешний результат, а внутренняя причина. Это означает, что достижение успеха полностью находится в ваших собственных руках. Осознание собственной важности дает человеку возможность создавать вокруг себя атмосферу удовлетворения. Способность к самостимуляции помогает сформировать независимость от поддержки и одобрения других. Инициатива и предприимчивость таких людей приводят в действие социальные механизмы, в результате чего общество получает больше выгод.

Коммуникативные навыки и успех

Высшие коммуникативные навыки являются необходимым условием взаимоотношения людей, частью культуры общения, необходимой каждому, и становятся профессиональной характеристикой человека во многих профессиях.

Их самоконтроль означает, что они могут осознавать природу своих действий и расставлять приоритеты в своих списках дел. Самоконтроль позволяет вам сосредоточиться на решении наиболее насущных задач с помощью самодисциплины, не вмешиваясь в неприятные ситуации.

Способность планировать точную последовательность задач и управлять временем снижает вероятность выполнения бесполезных задач.

На успех профессиональной деятельности непосредственно влияют профессиональные и личные решения.

В современной психологии самоопределение понимается как адаптация к нормам и ценностям окружающей действительности, выбор только осознанных поступков или таких видов деятельности, нахождение баланса между восприятием субъективных характеристик и требованиями общества. Человек воспринимает себя таким, какой он есть.

В психологической и педагогической литературе этот термин используется в разных значениях. Наиболее распространенные понятия отражают различные виды самоопределения, профессионального, личностного и жизненного самоопределения. Давайте проанализируем первые два понятия более подробно.

Профессиональное самоопределение - это независимая, сознательная и добровольная организация, регулирование и реализация профессионального видения, которое включает в себя выбор профессии, получение профессионального образования и совершенствование этой профессиональной деятельности. Профессиональное самоопределение - это часть личностного самоопределения в самом широком смысле. Она предполагает определенные виды деятельности, которые определяются определенными темами, условиями, средствами работы, особенностями межличностных отношений и ответственностью за эту работу.

Самоопределение считается подтверждением между постоянным развитием этого образа и окружающими людьми, ищущими оригинальный образ своего "я". Высший тип

самоопределения - это когда человеку удастся стать хозяином своей ситуации и всей своей жизни.

Н. С. Пряжников обращает внимание, что в современном обществе, где взрослые большую часть своего времени проводят на своей работе, самоопределение индивида в большей степени связано с профессиональным самоопределением, наряду с "основным делом" жизни. Следовательно, основной (идеальной) целью профессионального самоопределения является постепенное формирование самостоятельного и осознанного планирования, внутренняя подготовка к реализации регулятивных и развивающих видений, желание считать себя постепенно развивающимся во времени, пространстве и в особом смысле, постоянно расширять способности и максимизировать реализацию.

Познавательные характеристики личности, влияющие на профессиональный успех относятся к характеристикам когнитивной сферы человека и содержит психические процессы, связанные с пониманием и обработкой полученной информации: чувство, перцепция, память, репрезентация, воображение, язык, мышление и т.д.

Невзирая на разновидность профессий, можно выявить значительные познавательные способности, и хорошее развитие этой способности играет важную роль в профессиональном успехе.

Память играет главную роль в познавательной области человека и является важным показателем интеллектуального ума, и ее функция гораздо шире, чем "запоминание как можно большего количества информации". В зависимости от временных критериев выделяется кратковременная, долгосрочная, рабочая и среднесрочная память. В зависимости от показателей содержимого, память может выполнять следующие действия:

- * Эмоциональный - надежно сохраняет эмоции, которые испытывает человек.
- * Поддерживать движение и воспроизводить его (в области обучения навыкам ведения домашнего хозяйства, спорта, работы и т.д.);
- * Вербально-логический - удерживающий мысли, концепции, суждения, выводы, шаблоны;
- * Виртуальный позволяет сохранять визуальные и звуковые образы, которые представляют собой запахи, ассоциирующиеся с данной средой (присущие художникам, писателям и музыкантам).

Все типы памяти нельзя рассматривать по отдельности, они в какой-то степени связаны.

Внимание - это направление ума, которое позволяет вам отделять определенные предметы от множества раздражителей. Внимание характеризуется такими характеристиками, как концентрация, распределение, стабильность, изменчивость, объем.

Восприятие характеризуется всесторонним отражением объекта окружающего мира через восприятие идентификационных функций. Задача восприятия состоит в том, чтобы скорректировать и закодировать основные эмоции для формирования смысла, который получается не только из внешней среды, но и из внутренней.

Познавательная ориентация позволяет человеку видеть внешнюю среду или причины своего поведения.

Метапознавательность проявляется в способности личности обдумывать, регулировать и контролировать свои знания, эмоции и другие умственные действия.

Потратьте время, используя свой мозг! Хотите улучшить память и другие базовые познавательные навыки? Тренируйте базовые навыки своего мозга с помощью индивидуального когнитивного тренинга! Программа CogniFit сразу определяет наиболее нарушенные познавательные функции и обеспечивает подходящий режим тренинга! Занимайтесь регулярно 2-3 раза в неделю по 15-20 минут, и через несколько месяцев вы увидите улучшение. Программа рекомендована для детей и взрослых старше 7 лет.

Как добиться успеха: Факторы успеха.

Каковы факторы успеха? Эти показатели предназначены для организации высокоэффективной деятельности, обеспечивающей положительную динамику и успех в будущем.

В качестве фактора успеха в профессиональной деятельности можно выделить нижеследующее подходы:

- * Мотивация - один из важнейших факторов, обеспечивающих успех профессиональной деятельности. Мотивированные сотрудники выполняют свою работу все лучше и эффективнее. Чем ниже заинтересованность сотрудников, тем ниже эффективность рабочей силы.

- * Стрессоустойчивость позволяет личности выдерживать стрессовые ситуации, не испытывая негативных последствий. Стрессовые состояния могут быть связаны с производительностью и возникновением трудового поведения, поэтому современным специалистам необходимо уметь принимать ответственные решения при недостатке информации и времени.

- * Экспертиза означает высочайший уровень профессионального развития, который позволяет вам в полной мере выполнять профессиональные функции и решать профессиональные задачи.

Давайте рассмотрим несколько критериев профессионального мастерства.

- * Солидный опыт;
- * Ряд сформированных экспертных заключений.
- * Системы ценностей и убеждения в отношении профессиональной деятельности;
- * Наличие необходимых профессиональных качеств (в зависимости от сферы деятельности, но есть и общие направления): ответственность, милосердие, терпимость, терпеливость, честь и т.д.
- * Оптимальный стиль общения или управления командой
- * Профессиональная творческая ориентация.

Вы не можете приобрести профессиональные навыки с помощью сертификата об обучении/свидетельства об окончании. Это путь к непрерывному росту и формированию индивида, которому нет конца.

Понятие баланса и уравновешенности регулирует отношения людей во всех сферах деятельности, а не только в профессии. Чтобы получить что-то для себя, вы всегда должны отвечать взаимностью чуть больше: знаниями, физической помощью, моральной поддержкой, материальными благами. Этот принцип основан на принципе обратной связи, и его грамотное использование, наряду с другими факторами, обрекает человека на успех.

Познавательные навыки имеют первостепенное значение для достижения профессионального успеха.

- * Планирование - это наиболее важный познавательный индикатор, выражающийся в способности человека прогнозировать результаты и выбирать логичные способы достижения конкретных целей.

- * Мониторинг является познавательной способностью в контроле поведения человека. Благодаря этому человек проверяет точность выбранных шагов для достижения цели.

- * Ингибция. Торможение включает в себя способность контролировать импульсивные реакции и сохранять здравый смысл в любой ситуации.

- * Принятие решений - определите пути достижения ваших целей;

- * Познавательная гибкость позволяет человеку быстро адаптироваться к новым условиям и корректировать поведение.

- * Рабочая память позволяет вам запоминать набор информации, необходимый для решения текущей задачи.

Как преуспеть и преуспеваешь ли ты? Практические советы

Становитесь самым настоящим фанатом своей профессии! Это не только путешествие на работу со страстью к профессиональной деятельности, но и как волшебник, относитесь к этому как к захватывающей миссии по визуализации всех ваших идей. Пытаться преуспеть в простых вещах, которые вас не волнуют, бессмысленно.

Страсть может служить качественной мотивацией на пути к успешной деятельности. Правильный менеджер высоко оценит позитивное отношение к работе и проявление творческого потенциала и не оставит этот момент без поощрения.

Не останавливайтесь на достигнутом даже после получения диплома об образовании! Время не останавливается. Каждый день распространяется новая информация, обновляются понятия, информация, задачи и т.д., поэтому вы не можете получить наилучшие результаты от приобретенных вами знаний. Не стесняйтесь участвовать в лекциях, тренингах, семинарах, дополнительных учебных курсах, предлагаемых руководством организации.

Другим способом развития является самостоятельное укрепление знаний и навыков. Выделите часть своего личного времени и бюджета на поиск и посещение профессиональных мероприятий, которые находятся рядом с вами. Единственное, что нужно помнить, - это то, что вы не должны злоупотреблять этим.

Уделение внимания соответствующей профессии и овладение ею пополняет не только запас знаний, но и кошелек. Вы можете изучать иностранный язык различными способами, например, посещая курсы, частные уроки с преподавателями, онлайн-занятия или дистанционное обучение.

Примитивное средство для обогащения своих знаний - это чтение книги. Помните, что в книжных полках магазинов регулярно появляются новые высококачественные литературы, прямо так и связанные с вашей профессией. Чтобы найти нужную литературу, не нужно ходить в книжную лавку, просто откройте браузер на своем компьютере или смартфоне и закажите необходимые книги курьером или приобретите их в онлайн-библиотеке.

Успех работы в профессиональной сфере прямо определяется тем, насколько человек хорошо знает о себе. таким образом, начинайте развиваться изнутри, потихоньку подключая внешнюю информацию. Вам придется добиться многого - социум постоянно находится в движении, и ваше дело того стоит! Продвижение на одну ступень выше, обогащает не только в финансовом плане, но и придает уверенности в себе и свободе самореализации. Если профессиональное занятие может принести в вашу жизнь положительные эмоции и уверенность в будущем, и вы можете выбрать развитие своего потенциала - что было бы лучше?

Контрольные вопросы

1. Психологические предпосылки достижения успеха
2. Что такое профессиональный успех?
3. Как добиться успеха: от чего зависит успех в профессиональной деятельности?
4. Что необходимо в самом начале пути выбора профессии ?
5. В чем обеспечен успех профессионального выбора?
6. Психологические особенности личности, влияющие на успешность в профессии
7. Коммуникативные навыки и успех.
8. Что такое профессиональное самоопределение
9. Познавательные особенности личности, влияющие на профессиональный успех

Тема 12. Психология деятельности: общее понятие и структура

1. Понятие и особенности психологии деятельности

2. Трактовка понятия «деятельность»
3. Показатели психического опыта

1. Понятие и особенности психологии деятельности

Психология деловой активности - одно из основных концепций и базовых понятий всей отечественной психологии. Активность и действенность не отделены от категорий самой психики (психических компонентов), включая научные методы изучения, проблемы с проявлением и развитием психики, определение термина "личность" и анализ всего, что ее составляет. Улучшает внешний вид. Необходимо более точное описание деятельности как специфической психологической действительности.

Становление этой научно-исследовательской категории связано с философией диалектического материализма. Изначально это понятие рассматривалось Л. С. Выготским, С. Л. Рубинштейном, А. Н. Леонтьевым, Б. Ф. Ломовым. Понятия и направления этих исследователей были очень разнообразны, иногда неоправданно противореча усилиям некоторых ортодоксальных последователей и обучающихся.

Почти все известные советские психологи, включая известных философов и методологов 20-го века, по-своему восприняли понятие и феномен "деятельности" и участвовали в последующей работе. Термин "деятельность" было предметом многочисленных теоретических и методологических дискуссий, определяющих универсальные "объяснительные принципы" (например, Юдин). Это становится одной из "единиц" изучения психики, поведения, личности.

Примечание 1 Несмотря на специфические различия во многих интерпретациях, методологические аспекты наиболее выдающихся психологов советской эпохи характеризовались преемственностью, открытостью и необходимой оценкой. Психологическую концепцию современной деятельности нельзя считать полной и непоколебимой, но нельзя молчаливо забывать о достигнутых результатах.

2. Толкование понятия "деятельность"

Наиболее полным психологическим определением деятельности является теория Леонтьева, которая дополнялась, видоизменялась, трансформировалась и развивалась с середины 1940-х годов. Он редактировал множество комментариев к деятельности.

Определение 1. Деятельность - это активная система процессов, которая удовлетворяет конкретные потребности, мотивирует и реализует независимое отношение человека к миру.

Активность не может быть проявлена в форме человеческой деятельности. А. Н. Леонтьев подчеркивал отличие этих понятий от деятельности. Деятельность включает в себя преднамеренные действия, присутствующие в психологическом общении о личности, потребностях, мотивах, целях и постановках задач. Следовательно, реализуемость следует за психологическим выражением в деятельности независимого отношения индивида к окружающему миру.

По определению, деятельность можно считать тройной. То есть его существование, реализация, проявление происходят одновременно в трех плоскостях.

Личностный уровень (тема деятельности),

Объектный уровень (тема деятельности),

Уровень внешней задачи (различные типы активных процессов).

Для наглядности психологическую структуру деятельности можно представить в виде простой плоской и линейной системы, содержащей базовые блоки и блоки конфигурации системы (рис. 1). Они образуют интегрированную деятельность, но не ее элементы или подразделения. Рассматриваемые блоки соединены горизонтально в виде двух вертикальных "колонн". Левая сторона представляет намеренную (объективную) сторону действия, а правая сторона представляет операционную (исполнительскую) сторону.



Рисунок 1. Психологическая структура деятельности

А. Н. Леонтьев неоднократно указывал, что сформулированная им психологическая структура не может быть морфологической и отражая функции, взаимосвязи, динамику всех компонентов. Психологически этот дизайн представляет собой модель деятельности, которая включает в себя аспекты существования, функции, а не анатомию или механизмы.

Этот момент также следует отнести к методологии описываемой концепции, которая включает в себя тот факт, что психологическая структура деятельности не характеризуется дополнительными свойствами. То есть сумма некоторых простых компонентов не совпадает с более сложными системными блоками, которые существуют и работают с помощью предыдущих компонентов, но включают в себя психологически и качественно иные интегрированные компоненты. Поэтому, с психологической точки зрения, эти желания нельзя рассматривать как сумму мотивов, с которыми он сталкивается и которые удовлетворяет в своей деятельности. За этими желаниями стоит неутомимое состояние ума психологически неузнаваемой ментальной природы в сумме математических мотивов.

Наличие человеческих желаний может привести к активизации деятельности, психики и личности. Это связано с достаточно иным общим стимулом, которым является активация направления на поиск предмета реальной потребности. Появилась специфическая психологическая склонность к случайным и необходимым действиям. Деятельность также влияет на существующие требования и изменяет их качественным и количественным образом. Дополнительные виды деятельности не исключают наличия других видов деятельности и могут быть активными в разной степени.

Ниже приведены психологические ситуации, в которых потребность характеризуется определенной темой или мотивом. Психологически это превращение поисковой деятельности в специфическую и обособленную деятельность. Это, конечно, может привести к удовлетворению основных требований, которые на самом деле содержатся не в одной, а в нескольких темах. В общем, реальная деятельность имеет разнообразный и сложный характер мотивов.

Пример 1. Человек должен воплотить путешествие в реальность и укрепить его. Благодаря этому он гармонирует с новыми условиями жизни, внутренне у него возникает интерес и волнение, но это не всегда проявляется внешне. Ментально это выражается в типичной "внутренней усталости", неудовлетворенности. Это начало осознания того, что

нужно найти выход из возникшего психического дискомфорта и активировать правильное направление. Далее совершается "особый акт, определяющий потребность" (А.Н. По Леонтьеву). Например, ему звонит друг и предлагает поездку, в то время как психологически потребность становится реальной мотивацией в виде поездки. В результате он путешествует, планирует, создает и реализует специальные мероприятия.

Вам нужно внедрить те мотивации, которые начали работать, поставить цели и выразить порядок, ориентированный на события. В то же время цель - это всегда обдуманное представление о последствиях будущих действий (в будущем и в процессе), при котором человек принимает смысл действий.

Мотивы выражаются в виде целей. Чтобы путешествовать, вам нужно купить билеты, собрать вещи, отправиться куда-нибудь, съездить неизвестно куда. Все это указывает на цели, которые осознаются, ставятся и принимаются природой, потому что они входят в сферу мотивации. В противном случае тема теряет смысл.

Задача - это часть действия, к которому применяется цель. Цель действия обозначается осознанной целью, которую вы хотите достичь. Однако действия мотивируются не целями, а мотивами совместной деятельности. Цель - это "функция", не включающая в себя функцию мотивации, выполняющая действия, диктующая и определяющая результат. Поэтому, анализируя фактическое поведение или деятельность, психолог должен определить, какая деятельность или поведение и чему соответствуют эти процессы (мотивы или цели).

Пример 2 Перед экзаменом обучающийся читает статью в журнале "Химия в школе". Один из пришедших к нему студентов утверждает, что для сдачи экзамена достаточно знать лекции и не важно читать журналы. В будущем студент может сделать две вещи: прекратить или продолжить чтение журнала. В первом случае чтение было психологически актом, частью деятельности, мотивированной предстоящим экзаменом. Цель, не связанная с этим мотивом, становится бессмысленной, и, соответственно, действие прекращается. Если студент продолжает читать журнал, мотивационная поддержка проявляется по-другому. В данном случае знание эссе как цель относится к более широкому спектру мотивации, чем сдача экзамена. Знания имеют для студента другое значение, поэтому он продолжает читать журналы для более широкой деятельности, чем подготовка к определенным экзаменам.

Динамическая взаимосвязь между мотивацией и целями очень важна с точки зрения структуры психологии, сознания и деятельности. Одно и то же поведение входит в состав различных видов деятельности, в то время как одной и той же цели могут соответствовать разные мотивы, которые придают цели личную "ценность". По этой причине с психологической точки зрения сумма целей - это не то же самое, что мотивы, и в то же время механическая сумма действий не определяет всестороннюю деятельность. Один и тот же мотив может быть выражен в разных целях и разных значениях. Как действия, так и бездействие меняют характер.

Процесс объединения или корректировки мотивов и целей может быть "вторичным" как целостное психологическое "событие", как определенный этап деятельности, мотивации и личностной динамики. В частности, это, по-видимому, хорошо известное явление, при котором мотивация меняется на цель, когда существующая цель характеризуется функцией независимого мотива. Это может быть изменение, повышение целевого психического состояния, формирование новых мотивов рождения, деятельности и личности.

Пример 3 Учитель ставит перед учениками цель прочитать книги по истории. Они принимают это, потому что цель связана с конкретными личными мотивами ученика,

например, с выполнением заданий. ученик читает эту книгу, откладывая в сторону все остальное, и проявляет необходимые интеллектуальные и добровольные усилия. Затем учитель дает задание прочитать другую книгу. Ученикам пора больше не выполнять задания, а выбирать и читать книги о своих любимых историях. Происходит психологическое изменение цели чтения книг с новой мотивацией формировать смысл. На основе этого создаются новые виды деятельности. Учащиеся делятся на ситуации, основанные на потребностях, мотивационные, деятельностные, смысловые и личностные.

В жизнедеятельности человека можно наблюдать противоположное явление, которое связано с изменениями, превращающими цели в мотивы. Здесь мотивы исчезают и преходящи, и психологически их можно "свести" к категории целей. Мотивация может быть исчерпана и потерять личностный смысл. Поэтому связанная с этим деятельность психологически прерывается, а требования и личность меняются, включая личностное поведение и ментальное отношение к тому, что делается.

Мотивы и цели возникают одновременно с тем, как человек понимает мотивы, которых он раньше не понимал. Этот процесс А.Н. Леонтьев назвал рождением мотивационных целей, которые, возможно, автоматически переведут необходимую работу на позицию осознанных и мотивационных ценностей и обретут надежный личностный смысл. Для индивида это представляет собой новую фазу самоуправления с активностью и действием, расширенное качество осознанного мирового пространства.

Задача - это конкретное условие, у которого есть цель. Определяет, как выполняется операция, называемая operation.

Пример 4 Перед личностью ставится цель получить определенную книгу, но работа в виде условий может отличаться объективно и субъективно. Ходить по магазинам, посещать библиотеку, брать займы у друзей. Способ выполнения работы указывает на последовательность последующих действий (перемещение в пути, укладывание нужной книги в сумку и т.д.).

Выбор целей, соответствующий мотивации и постановке задач, не может быть случайным для человека, определяемым только внешними условиями. В системе работы мотивация, смысл и личность обычно проецируются на одно из двух. Деление целей и задач, действий и операций также принципиально важно в психологическом анализе деятельности и личности.

Пример 5 Психология инженерии доказала, что при делении задач между человеком и техникой (технологией) важно дать человеку уровень сознательного поведения, за которым должна следовать цель. Кроме того, на психологическом уровне эксплуатации машинное управление можно считать более эффективным и надежным, чем использование людей.

Цели и задачи, действия и поручения имеют особую взаимосвязь с возможностью взаимной передачи. Такая система создает модели и образы динамических существ, очень активной "жизни", сознания и психологической интеграции с личностью. Мотивация раскрывается и осознается людьми в процессе личной деятельности. Он может изменять предыдущие действия, чтобы создавать новые. Все они существуют вместе как одна неразделимая личность, рожденные, ушедшие, выросшие или павшие. Подобно потребностям, мотивам и смыслам, деятельность может формировать свою собственную иерархию, которая определяет фактические и поведенческие стороны ориентации индивида.

Чтобы объяснить психологическую структуру деятельности, важно ввести три общих понятия: навыки, способности и привычки. Они органично включены в систему анализа, но официально не включены в систему анализа.

Определение 2 - Навык это действие, который становится автоматическим и устанавливается в процессе формирования, неотъемлемая система задач, включаемая в наиболее трудные действия.

Это определение относится к динамичной, психологической истории технологии, которая изначально существует как действие, то есть подчинена сознательным целям. Автоматизация поведения психологически превращает его в технологию, которая мешает вам распознать цель. При этом внимание высвобождается для определения других целей, и происходит тщательная систематизация за счет сокращения задач, формируемых в структуре новых и более сложных задач.

Пример 6 В ходе тренировки по спортивному плаванию человек сначала сознательно и обдуманно двигает руками, головой и ногами. Для него эти действия зависят от цели поступить правильно. По мере продвижения обучения эти действия учащихся постепенно сокращаются, обобщаются и, наконец, выполняются автоматически, без привлечения внимания. Каждый из них, объединенный с другим, передается на операционный уровень, который реализует поведение при плавании. В результате развиваются необходимые навыки, и новая осознанная цель пловца - не выполнять правильные движения, а добиваться определенных результатов, побед.

Чем сложнее технология, тем больше усилий и времени требуется для ее разработки. Этот навык обычно является результатом кропотливой работы моторики, памяти, мышления, воли, духа и личности. Различные технологии помогают вооружать и опосредовать человеческую деятельность. Без них это просто невозможно, не говоря уже об эффекте от мультитематических и комбинированных мероприятий.

Определение 3 Умение - это высшая форма навыка, которая в сочетании с другими операциями и действиями позволяет перейти к стабильному уровню личностных качеств.

Эта методика обеспечивает способность осознавать возможности, цели и поручения, навыки и действия, виды деятельности и все поступки человека в постоянно меняющихся условиях жизни. Способности можно рассматривать как практический аспект ориентации личности. Технологию нельзя считать врожденной и случайной, поскольку она отвечает потребностям человека, включая его способности, характер, профессию и социальный статус. У каждого человека есть система личных навыков, которые в большей или меньшей степени развиты и реализуются в различных видах деятельности, поступках и жизни. Однако личностные качества не следует приравнивать только к практическим аспектам психологического поведения.

Пример 7 То, что кто-то не умеет водить машину, не обязательно означает, что у него нет никаких особых способностей. Возможно, он вообще не хочет этого делать, он просто не хочет садиться за руль. Это происходит потому, что взаимосвязь между навыком и способностью неоднозначна и динамична. Они представляют собой психологическую взаимозависимость.

Технология может характеризоваться многими психологическими параметрами, которые включают направленность, масштаб, эффективность, гибкость, универсальность, силу, восприятие и смысл. Система и качество технологий в значительной степени демонстрируют и реализуют опыт человека как важный компонент психологической структуры личности, одну из ее подсистем. Эта привычка представляет собой психологическое и глубоко личностное слияние между направленностью личности и всеми видами деятельности, всеми социальными действиями.

Определение 4 Привычка - это традиционное и закрепившееся за человеком стремление в виде приемлемых и комфортных форм поведения. Это стили, особенности переживания (эмоциональный опыт), отношения с миром, включая некоторый личный опыт.

Люди во многом все выполняют по привычке, "не задумываясь", что психологически облегчает жизнь. Это в особом случае относится к ситуациям ментальных и объективных проблем, внезапных изменений в существовании. Привычки могут стабилизировать, организовать и систематизировать жизненный путь. Они представляют собой своего рода психологическую защиту от чрезмерно изменчивого объективного мира, один из аспектов психологической и важной стабильности человека.

Невозможно говорить о человеке без привычек. Потому что это связано со всеми аспектами его деятельности, включая базовое самообслуживание, повседневные и нормальные формы, проблемы общения, опыт, карьеру и семейное поведение. В то же время относительное постоянство, косность привычек приводит к неизбежным конфликтам с меняющимися условиями жизни и деятельности человека. Слишком фиксированное и нормальное поведение может стать жестким, неуместным и скучным. Важно время от времени менять привычки, но привычки должны снова исчезать и возрождаться по-другому. Поведение человека может быть ненормальным, внезапным, особенным, а в некоторых случаях и должно быть особенным. Затем принимаются меры с учетом важности личных действий и достижений. В психологии все это относится к процессу, посредством которого личность может быть сформирована (изменена).

Привычки, которые объединяют и систематизируют навыки и умения индивидуальным образом, наряду со всей психологией жизненного процесса, привычки являются не только важной частью деятельности и поведения, но и компонентом, определяющим весь психический опыт человека. и другой ментальный облик централизует и включает в себя параметры инфраструктуры.

3. Показатели психического опыта

Обретение опыта проистекать не только в тематической деятельности, но и в социальном существовании и судьбе, в планах и размышлениях человека, в его переживаниях и фантазиях. Субъективный опыт индивида условно имеет несколько многомерных и тесно взаимосвязанных параметров.

- Психологические и биографические параметры (по Ананьеву), психология жизненного пути (по Рубинштейну), мысли человека о прошлом, настоящем и будущем, психология планирования жизни, психологические стратегии и психологический стиль жизни (по Абульхановой)

- Качество экспертизы и других человеческих знаний, включая усвоение, концепцию, замысел, широту, силу, концентрацию, эффект, осведомленность, гибкость;

- Общая эффективность профессиональной деятельности, включая постановку сложных и фиксированных задач, формирование навыков и умений, гибкость и обобщение, прогнозирование ошибок и экстремальных условий, профессиональные навыки и прогнозирование и т.д.

- сложные формы ментальной подготовки индивида (желания, ценности, опыт, интересы, взаимодействия и коммуникация), а также система привычек, включая стереотипы или изменчивое поведение, и их влияние на всю жизнь индивида.

Психологически активность - это не только внешний акт, проявляющийся в форме активных действий, но и выражение личности и процесс формирования личности. По этой причине детальное изучение деятельности, в принципе, может быть объединено с полным ментальным исследованием. По какой-либо причине эта деятельность приобретает

общетеоретический и методологический статус базовой концепции российской научной психологии. Но все в человеческом духе не может быть сведено к данному явлению и концепции.

Деятельность, личность и сознание представляют собой неразрывную диалектическую триаду без первичных (первостепенных) и вторичных (последовательных) элементов. Точно так же, как нет сознания вне определенной связи с деятельностью, нет психологии деятельности вне сознания. Все они представляют собой формирование индивидов исключительно в виде сложных и интегративных психологических структур..

Контрольные вопросы

1. Объясните понятие и особенности психологии деятельности
2. В чем суть трактовки понятия «деятельность»
3. Приведите примеры психологии деятельности
4. Охарактеризуйте показатели психического опыта

Тема 13. Психологическое консультирование: особенности, техники, стадии

1. Особенности психологического консультирования
2. Техники и стадии психологического консультирования
3. Основные проблемы, решаемые в ходе консультирования

1. Особенности психологического консультирования

Сегодня существует обширный перечень видов и методов психологической поддержки, которые могут использовать руководители, распорядители и предприниматели для решения сопутствующих психологических проблем. Наиболее популярным психологическим консультированием пользуются коммерческие организации с существующими должностями психологов, организованные специализированные психологические службы, кабинеты психологической помощи.

В отличие от психотерапевтических поддержек, психологическое консультирование не предусматривает углубленных механизмов влияния на человека.

Примечание 1. Во время консультации в основном рассматриваются условия межличностной беседы, взаимоотношения в компании, личные и эмоциональные проблемы клиента.

Анализируя различные определения консультирования, можно выделить основные аспекты:

1. Помогите человеку сделать выбор в трудных ситуациях, а затем выберите самостоятельные действия.
2. Способствуйте развитию личности клиента, независимо от решаемой проблемы.
3. В психологическом консультировании акцент на ответственности клиента признает, что, в отличие от работы учителя, независимый и ответственный человек может принимать самостоятельные решения в нужных обстоятельствах и создавать условия, поощряющие волевое поведение консультанта.
4. Это может быть основой психологического консультирования (консультационный контакт) и основано на клиентоориентированной терапевтической философии.

5. В психологии консультирования используется относительно широкий спектр психологических приемов и методик, в то время как основным средством консультирования является характер консультанта.

Психологи, дающие советы, должны придерживаться этических принципов, которые поддерживают психологическое воздействие их профессии.:

- Дружба и отношение к клиентам без оценки;
- Запрет на консультацию по ориентации (критике) на ценности и нормы клиента (психологи ответственности не несут);
- Анонимность и конфиденциальность при встречах и будущих;
- Разделение личных и профессиональных взаимоотношений (запрет на вступление в личные отношения с клиентами);

2. Техники и стадии психологического консультирования

Часто период психологической консультации составляет около часа, один раз в неделю. В 70% случаев психологическое консультирование проводится однократно, то есть клиент посещает только один раз. Если проблема требует более длительной работы, возможны многократные встречи с клиентом (до 4-6 раз). Если необходимо работать дольше и глубже, клиента направляют на психотерапию.

Алешина предложила следующую структуру психологического консультирования.:

Этап подготовки к консультации (20-30 минут).

Контакт с нами для ознакомления и настройки (10 минут).

Рекомендации и вопросы от клиентов (25 минут) с подтверждением наличия консультативных заключений.

Корректирующие меры (10-15 минут).

Отход от контакта и завершение (5-10 минут).

Оцените результаты консультаций, мониторинга (если это возможно).

Методы психологического консультирования - это специфические приемы, использующие психологи-консультанты для поэтапного проведения консультации на соответствующем этапе.

Следует отметить, что ключевое различие между психологическим консультированием и беседой с глазу на глаз по душам заключается в сознательном и осмысленном выборе навыков, которые в настоящее время находятся под контролем профессиональных и личных позиций, включая планирование и управление консультантами. Профессиональные личностные позиции проявляются в виде специфической личностной структуры, формирующейся в процессе специализации психологов и интеграции набора знаний, умений и навыков. В ходе консультации психологи должны занимать профессионально-личностную позицию (так называемую метапозицию). Это позволяет вам одновременно участвовать в процессе и отслеживать (контролировать) происходящее.

Основные методы, используемые при консультации:

1. Постановка вопросов. Имеются закрытые и открытые вопросы, но на консультации используются открытые типы вопросов, где не получится дать четкий ответ. Использование их в начале консультирования более активно, чтобы побудить клиента продолжить или дополнить то, что было сказано, и обновить разговор об эмоциях ("Что вы чувствовали в тот момент?"). Открытые вопросы помогают усилить угрозу и беспокойство, и они задаются в нужное время и строго регламентированы. Важно исключить чрезмерный допрос. Это превращает консультирование в допрос и реализует защитную реакцию клиента.

2. Сближение к речи клиента. При подходе к речи клиента во время консультирования клиент говорит в основном сам, а консультант отвечает "на языке клиента" и подстраивается под него стилем и скоростью, громкостью речи.

3. Поощрение и заверение. Применение кратчайших фраз для укрепления контакта, что обозначает единомыслие и взаимопонимание (да, прогресс, взаимопонимание, ну и ну). Благодаря поощрению увеличивается взаимная поддержка, лежащая в основе запроса на консультацию.

4. Отражение содержания. Перефразирование и обобщение. Перефразирование (paraphrase) - важный прием, направленный на укрепление консультационных контактов и проверку взаимопонимания консультантом того, что говорит клиент. В процессе составления предложения первоначальная идея клиента выражается с помощью разных слов, но сохраняется смысл сказанного. Обобщающее выражение основной идеи - это какая-то сбивающая с толку идея или утверждение. Обобщение выражает весь разговор в целом. Основными целями этого приема являются:

- Интерес и понимание консультанта.;
- Кристаллизация мыслей клиента. ;
- Проверьте точность мыслей клиента.

5. Позитивное самовыражение. При использовании жалоб или комментариев клиентов консультант изменяет их таким образом, чтобы негатив становился положительной причиной эмоций.

6. Альтернативные формулировки. Когда клиент не в состоянии выразить свои чувства, ему предлагают 2-3 альтернативные выражения. Цель состоит не в том, чтобы найти правильный ответ, а в том, чтобы стимулировать его и показать несколько примеров, потому что так легче объяснить свои чувства.

7. Отражение эмоций. Это фраза, которая фокусируется на эмоциях, а не на содержании. Клиенты акцентируют внимание на большинстве фактов, поэтому вопросы об эмоциях являются приоритетными (нужен баланс фактов и эмоций)...?"Важно учитывать всю эмоциональную реакцию клиентов, отражающую их эмоции. Использование обобщения характеризуется показом клиенту истинного единства другой стороны в контексте эмоций.

8. Сосредоточение на эмоциональных переживаниях. При выделении используются глаголы и прилагательные, наречия, которые указывают на отношение к чему-либо, качество поведения. В процессе разъяснения этих слов консультант может выйти на уровень эмоций, и с помощью постоянного акцента на эмоциях беседа углубляется.

9. Использование противоречивых вопросов Вопросы, основанные на следующих типах: "Почему бы и нет...?" - это может побудить вас задуматься о проблемах, о которых вы раньше и не подозревали.

10. Уточнение и углубление формулировок. То, что говорят клиенты, становится яснее и глубже. Это может быть четкий вопрос, поправка к сказанному. При этом, здесь важно не переступать за рамки того, что понятно заказчику, и каждый шаг должен логически переходить за рамки предыдущего шага. Цель объяснения состоит в том, чтобы предоставить более полное и многомерное представление о том, что происходит с человеком, включая передачу фактов и взаимоотношений с другими людьми.

11. Прекратите молчать. Консультирование включает в себя два вида молчания:

- Многозначительное молчание, которое обычно наступает после момента содержательной и эмоциональной беседы, означает, что клиент оценивает ситуацию, что является "автоматическим обобщением", и в данном случае пауза не прерывается;

-Бессмысленное молчание, сопровождающееся чувством неловкости, когда два участника во время разговора не знают, что сказать, здесь пауза возникает из-за ошибки консультанта, нарушения вызова на консультацию, необходим выход из такой паузы.

12. Тон и звук громкости голоса Для получения рекомендаций по тону и громкости необходим дружеский тон, в то же время относящийся к тому, что говорится.

Громкость голоса не может быть слишком громким, удушающим, что создает ощущение доверия, близости. Разница в громкости голоса должна возникать в соответствии с изменением эмоционального состояния клиента.

13. Предоставление информации. Психологи не консультируются, но в некоторых ситуациях предоставляют информацию, которой не владеет. (Информация о ходе консультации, поведении консультанта, условиях консультации и т.д.).

14. Интерпретация - Устный перевод. Понятие "интерпретация" - это разновидность значения. Это помогает установить причинно-следственную связь между поведением клиента и его опытом. В результате они видят себя и свои проблемы по-новому. Существует несколько видов интерпретаций:

- Устанавливать связи между различными вопросами, заявлениями или инцидентами;
- Акцент на эмоциях, чертах характера или поведенческих противоречиях;
- Методы психологической защиты и их интерпретация;
- Соотнесение текущего опыта, событий, мыслей с прошлым; предоставление клиентам еще одной возможности понять свои чувства, действия или проблемы.

15. Выяснение отношений - конфронтация. Этот прием используется в сложных случаях, чтобы показать клиенту метод психологической защиты. Используется в случае хорошего контакта и взаимного доверия. Конфронтация применяется для следующих целей:

- Привлекать клиентов к противоречиям мыслей, действий (в отличие от интерпретации, в случае конфронтации прямо указываются причины и источники противоречий);
- Помогает приспособиться к ситуации на самом деле, независимо от того, что показывает клиент в контексте своих потребностей;
- Привлекать внимание клиентов, чтобы не обсуждать конкретные вопросы;

16. Самораскрытие Эта техника выполняется строго под контролем профессионального личного положения, без обмена проблемами с клиентом. Самораскрытие - это:

- Выражать свою непосредственную реакцию по отношению к клиенту или ситуации "здесь и сейчас".;
- Рассказать о своем жизненном опыте, который в чем-то похож на ситуацию клиента.

17. Консалтинговая структура. Это проявляется в форме организации отношений между консультантами и клиентами, включая формирование отдельных этапов консультирования, оценивание результатов, предоставление клиенту информации о процессе консультирования. Этот метод применяется на протяжении всего процесса консультации, и каждый шаг начинается с оценки того, что было достигнуто.

Техники консультирования на отдельных этапах

Этап	Техники
1. Установление контакта	Уточнение, перефразирование
2. Расспрос: а) первая фаза - формулирование гипотез; б) вторая фаза - проверка гипотез	а) Нереплексивное слушание (эхо, угу-ага, невербальное отзеркаливание), б) техники рефлексивного слушания (уточняющие вопросы, парафраз, пересказ, отражение чувств, резюмирование)
3. Воздействие	Развитие мыслей, интерпретация, конфронтация, информирование, самораскрытие

4. Выход из контакта	Резюмирование, обобщение

3. Основные проблемы, которые решаются во время консультации

Существует несколько проблем, с которыми сталкиваются клиенты в бизнес-организациях.

1. Проблемы карьерного роста.

Сегодня развивается профориентационное консультирование. Его целью является поддержка людям решать проблемы карьерного роста, которые включают в себя процессы выбора профессии, овладения мастерством, адаптации и развития. Эти события могут проявляться как целостный жизненный процесс, который динамично взаимодействует с другими аспектами. Широкий спектр проблем, связанных с профессией, включает устранение нерешительности и неопределенности при выборе, повышение эффективности деятельности, преодоление стресса, адаптивность и т.д.

2. Адаптироваться к изменяющимся условиям окружающей среды, включая смену вида деятельности, открытие нового бизнеса.

3. Выбирайте и принимайте решения в самых сложных ситуациях

4. Личные проблемы, связанные с кризисами или стрессом в вашей жизни.

5. Эмоциональные проблемы, связанные с негативными состояниями, такими как стресс, депрессия, тревога и т.д.

6. Межличностные вопросы, связанные с разрешением конфликтных ситуаций и других проблем межличностного общения с коллегами, подчиненными, партнерами и т.д.

Эта классификация считается относительно условной. Потому что психологи часто работают на пересечении ряда взаимосвязанных проблем. Например, проблемы с карьерным ростом часто коренятся в личных или межличностных проблемах клиента.

Важно не забывать о пределах профессиональных возможностей психолога, при необходимости используя перенаправления. Это особенно важно, если у вас есть личные или эмоциональные проблемы. В первом случае, возможно, потребуется инструктировать психотерапевта, поскольку для решения проблемы требуется углубленная личная работа. На втором этапе, в зависимости от тяжести ситуации и потери памяти, обратитесь к психотерапевту или психиатру.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается особенность психологического консультирования
2. Раскройте суть техники и стадии психологического консультирования
3. Какие основные проблемы, решаются в ходе консультирования

Тема 14. Психология налогообложения

1. Основные понятия налоговой психологии
2. Психология личности добросовестного налогоплательщика
3. Налогоплательщики глазами психолога

1. Основные понятия налоговой психологии

Сегодня в налоговой психологии применяются несколько концепций, выражающих своеобразие понимания личностью государственных доходов и налоговой системы. К ним

относятся "налоговое бремя", "сопротивление налогообложению", "налоговый разум" и "налоговое мошенничество".

Налоговое бремя означает психологическое чувство обязанности физического лица регулярно выплачивать часть своих налогов правительству. Многие люди воспринимают это как факт того, что они теряют льготы. Налоговое бремя имеет объективное и субъективное измерение. В первом случае речь идет о фактическом процессе уплаты налогов. Во втором случае учитывается субъективное представление индивида об этом процессе, роль этого вопроса в общем налоговом процессе страны.

Исследования, которые были проведены в Западной Европе и Соединенных Штатах, были направлены на то, чтобы определить, является ли субъективное представление налогоплательщиков о тяжести налогового бремени объективно правильным. Опрос показал, что существует лишь горстка налогоплательщиков, которые точно отображают платежи в виде подоходного и косвенного налогов. В то же время восприятие косвенных налогов отличается от отношения к прямым налогам. По мере увеличения дохода физического лица восприятие косвенного налогового бремени недооценивается, в то время как бремя подоходного налога четко осознается.

Существуют отличия в восприятии налогового бремени представителями различных экспертных групп. Самое главное - это нагрузка на предпринимателей, особенно на тех, кто работает в гостиничном бизнесе и на транспорте. В экономической ситуации страны представители малого бизнеса испытывают на себе наибольшую налоговую нагрузку.

Другим важным фактором налогового бремени является ощущение того, что его бремя неоправданно велико по сравнению с другими социальными классами. Исследования показывают, что значительная часть населения считает налоги слишком высокими. В то же время многие из них, похоже, не получают достаточного количества государственных пособий. В связи с этим перед правительством стоит задача информирования и повышения осведомленности общественности об истинной роли правительства в решении социальных проблем.

Налоговое сопротивление - это совокупность психологических реакций и моделей поведения, связанных с налогами, желание открыто и скрытно уклоняться от уплаты налогов. Такая реакция обусловлена тем, что у большинства людей налоги ассоциируются со штрафами и в связи с этим вызывают различные формы противодействия, чрезмерное или оправданное желание избежать уплаты налогов.

Существует два вида уклонения от уплаты налогов: уклонение от уплаты налогов (в принципе, в форме мошеннического использования налоговых льгот, просрочки платежа, представления документов, необходимых для расчета, и т.д.) и уклонение от уплаты налогов при отсутствии сокрытия или учета прибыли. Не облагается налогом.

Индивидуальностью налогового сопротивления является то, что оно редко проявляется в активной форме протеста против правительства и часто в скрытой форме незаконного уклонения от уплаты налогов. Вот почему трудно подтвердить эту тенденцию. Для исследования поведения налогоплательщиков существуют такие методы, как экспериментальное моделирование налогового поведения физических лиц (обычно, они не дают реальных результатов), техника самоотчета, сравнение самоотчетных и налоговых документов.

Более доступным методом исследования является экономический и психологический анализ налоговых документов определенных ведомств. Так, социологического опроса, проведенного в Беларуси в 2000 году, показало, что доход 20% самых богатых семей страны в 1,3 раза превышает их доходы. Этот факт показывает, что значительная часть доходов этих домохозяйств скрыта от налоговых расследований. Однако этот метод также не применяется в некоторых странах (например, в Германии). Потому что право налогоплательщика на налоговую тайну имеет преимущественную силу. Этот аудит может быть проведен финансовыми органами, но не учеными.

По словам Г. Шмолдерса, что может сделать налоговая психология, чтобы помочь правительствам обеспечить поведение налогоплательщиков при подготовке платежей и при внесении средств в бюджет, так это решить проблемы уклонения от уплаты налогов.

Налоговая психология и налоговая этика определяют отношение к налогообложению населения разных стран и разных классов населения одного государства. Налоговый склад ума - это отношение человека к налогам. Налоговая этика отражает их позицию в отношении налоговых преступлений. Как показывают исследования, налоговый менталитет проистекает из общего менталитета страны. Социологические исследования, проведенные в европейских странах в середине 20 века, показали, что наиболее благоприятная налоговая психология и налоговая этика были в Великобритании. По этому показателю второе место занимает Германия, а третье место - Италия.

Изучение отношения к налогообложению, проведенное в России в конце 1990-х годов, выявило следующие особенности налогового настроения россиян:

- во-первых, налогообложение понимается как неизбежное и рациональное явление экономической жизни, но респонденты считают, что налоговая система несправедлива.

- Во-вторых, респонденты отметили, что каждый гражданин имеет право получать информацию о распределении средств от налогов, в то же время обнаружив, что они мало знают о принципах существующей налоговой системы.

- В-третьих, при определении справедливых налогов использовались сравнительные механизмы в различных выражениях (доходы и расходы физических лиц со схожими показателями с другими, сравнение финансового настоящего и прошлого), а также механизмы определения их экономического статуса. Наряду с экономическим статусом страны.

- В-четвертых, концепция рынка как общества, в котором доход индивида зависит пропорционально силе и качеству работы, характерна для респондентов из числа меньшинств.

- В-пятых, механизм равенства депозитов и доходов, по-видимому, является причиной уклонения от уплаты налогов, благодаря тому, что сами люди получают "то, чего не дает правительство".

- В-шестых, респонденты, которые удовлетворены своим потреблением, с большей вероятностью согласятся с неизбежностью и рациональностью своего дохода, чем респонденты, которые не удовлетворены своими потребительскими возможностями. Это последнее часто считается источником получения властями налогов.

В последние годы в развитых странах участились случаи нарушения налоговой этики. Так, в Великобритании налогооблагаемый доход остается незадекларированным - 7,5%, а в Бельгии - 17%. В Соединенных Штатах в течение нескольких лет "налоговый разрыв" превышал дефицит федерального бюджета.

Из-за негативных факторов в понимании людьми налогов правительство пытается усовершенствовать механизмы сбора налогов. Например, налоговый кодекс Германии не столь позитивен, как в Великобритании, но немецкие методы сбора налогов более совершенны. В результате уровень собираемых налогов в обеих странах одинаков. Тем не менее, невозможно бесконечно развивать навыки сбора налогов. По результатам многонационального исследования законов о налогоплательщиках, проведенное в 60-х годах, жесткое принуждение со стороны правительства бесполезно и даже вредно, поскольку сопротивление оказывается сильнее, чем ожидалось.

Одной из главных причин разрушения налоговой этики является тот факт, что средний класс, в отличие от бедных своих соотечественников, платит больше налогов, чем получает государственных пособий. Бедные люди редко платят из-за низких доходов, а богатые люди имеют возможность использовать законные средства, чтобы избежать налогообложения (например, переводить капитал, используя различия в налоговых системах конкретных стран). Штрафы также теряют свою силу, если нарушается

справедливое распределение доходов между социальными группами. Одним из эффективных способов решения этой проблемы является рассмотрение правительством элементов правосудия. Экономическая политика, направленная на распределение налоговых доходов группы, повышает готовность соблюдать налоговое законодательство. Кроме того, справедливое распределение требует от налоговых органов меньших усилий по обеспечению соблюдения правил.

Таким образом, правительство должно помочь объединить осведомленность людей с доверием к властям и пониманием объективных потребностей общества.

Сущность и причины уклонения от налогов

Неуплата налогов стало кодексом поведения для многих предприятий. В итоге государственный сектор экономики недостаточно финансируется из-за понижения поступлений средств в государственные бюджеты. Если люди нарушают правила честной конкуренции, они получают выгоду от уклонения уплаты налогов. Таким образом коррупция растет. Капитал, полученный путем уклонения от уплаты налогов, уходит за границу.

Чтобы эффективно предотвращать уклонение от уплаты налогов, важно знать, от чего значительная часть налогоплательщиков выступает за уклонение от уплаты налогов и каковы причины уклонения от уплаты налогов.

В силу своей экономической природы налог выступает не только как обязательная передача собственности, но и как добровольная плата за общественные блага, в которых нуждается каждый гражданин. Тем не менее, на практике добровольное внедрение этих решений затруднено по разным причинам.

Во-первых, существует проблема "безбилетников". Некоторые физические лица, как члены большой группы налогоплательщиков, могут счесть удобным уклонение от уплаты налогов, надеясь, что их действия незаметны и не влияют на решения других людей об уплате налогов и количество доступных общественных благ.

Во-вторых, по техническим причинам невозможно принимать решения большими группами на основе консенсуса. Принцип большинства создает объективные предпосылки для налоговой дискриминации и побуждает затронутых налогоплательщиков не участвовать в финансировании государственных расходов по соображениям социальной справедливости и экономической эффективности.

В транзитивной экономике ситуация усложняется следующими распространенными явлениями, как неэффективность демократических институтов, уязвимая защита собственности и контрактов, коррупция, финансовая политика, благоприятствующая ограниченным группам интересов, недостаточное регулирование предпринимательской корпоративной деятельности.

Таким образом, естественной реакцией налогоплательщиков в этой ситуации является своего рода оппортунистическое поведение, которое рассматривает налоги как наказание и сводит к минимуму участие в закупках общественных благ.

Предприниматели ориентируются не на абстрактными сравнения пользы и убытков государства, а на весьма точные соображения о степени риска. Сумма налога выше, чем санкции за уклонение от уплаты налогов. Если последствия уклонения от уплаты налогов не столь серьезны и их вряд ли удастся поймать, большинство предпринимателей предпочитают избегать или минимизировать налоги, используя слабые места и несоответствия в налоговом законодательстве или методах сбора налогов. Платежи "законными" способами пользуются большим спросом на книжном рынке.

Поэтому, неуплате налогов способствуют недостатки законодательства, неприменение мер от нарушений и слабый контроль. И широко распространенное утверждение о том, что основной причиной являются слишком высокие налоги, не вполне обосновано. Хотя существует предельный уровень налогообложения, который на самом

деле может привести к снижению экономической активности. Но у нас, по крайней мере в бизнесе, этого пока достичь не удалось. Кроме того, снижение налогов до минимума (например, всего на 5%, а не на 25%) не означает, что недобросовестные налогоплательщики не пытаются платить меньше.

Что касается мотивов уклонения от уплаты налогов, необходимо сосредоточиться на различиях между "новыми русскими" и бывшими советскими корпоративными менеджерами. В годы, предшествовавшие последней реформе, предприниматели из квазикриминального кооперативного движения не хотели платить налоги по психологическим причинам. Они ничего не платили правительству, и их криминальная философия и предпринимательская натура выступают против этого. Как минимум, потребуется время, чтобы понять необходимость быть законопослушным гражданином, чтобы получить право требовать правовой защиты вашей собственности от правительства.

Чем быстрее укрепляется правительство, в том числе налоговый контроль, тем быстрее происходит их психологическое созревание.

Руководители бывших советских предприятий быстро приобрели опыт неуплаты налогов. Однако у менеджеров были и другие мотивы для получения государственной поддержки и попечительства и неуплаты налогов. К примеру, компании испытывают трудности с финансированием из-за резкого сокращения государственных закупок и часто не имеют возможности и желания быстро восстановить производство для выпуска конкурентоспособной продукции, требуемой населением и рынком. Наивно ожидать, что многие менеджеры разграбят активы компании и расширят производство, чтобы увеличить свою налоговую базу, если они не владеют государственной компанией, которой управляют.

В естественных монополиях существуют особые обстоятельства, которые не платят налоги или уплачивают налоги в соответствии с соглашением с правительством. Это объясняется тем, что они задолжали не только правительству, но и им самим (предоставление тепла, электроэнергии госорганам за транспортные услуги, предоставляемые по решению властей).

Основные виды уклонения от уплаты налогов

Отклонение от уплаты налогов является формой уклонения от уплаты налогов, при которой юридическое или физическое лицо исключается из категории налогоплательщиков определенного налога путем активных действий по минимизации налоговых обязательств, которые не уплачивают налоги. На основании законности деятельности предприятий, граждан методы уклонения от уплаты налогов можно разбить на две группы: правомерные (легальные) и неправомерные (незаконные).

Правомерным считается официальная стратегия освобождения от налогов. Неправомерная деятельность включает в себя сокрытие незаконной деятельности и законных действий.

Уклонение от уплаты налогов предполагает построение специальных моделей, в которых создаются различные схемы уклонения от уплаты налогов. Они основываются на трех главных стратегиях (см. рис. 7-1).



Рис. 7-1. Стратегии уклонения от налогов

Первая стратегия связана с незаконной экономической деятельностью. Если вы откажетесь от легализации деятельности (регистрация юридических лиц, использование расчетных счетов и т.д.) или скроете часть своих производственных мощностей от юридической компании, вы будете уволены. Конечно, результаты этой деятельности не отражаются в налоговом учете.

Вторая стратегия, освобождение от налогов, реализуется тремя различными способами.

Льготная налоговая система позволяет вам быть освобожденными от уплаты налогов (компаниям, зарегистрированным в оффшорных зонах) или предоставления официальных льгот (например, компаниям, которые работают с ограниченными возможностями).

Применение налоговых льгот подразумевает допустимость составления упрощенного плана уклонения от уплаты налогов. Примером такого плана выступает допустимость применения льгот по налогу на прибыль, предоставляемых некоторым физическим лицам при переводе средств на благотворительные цели. Сущность данной льготы состоит в том, чтобы сократить сумму налога на доходы, удерживаемой из бюджета субъектов, на фактически понесенные расходы в связи с перечислением этой суммы, например, на содержание детских спортивных сооружений, лечение инвалидов, подвергшихся воздействию радиации. Часть средств в составе налога на прибыль после перечисления средств финансовой поддержки (от 15 до 70%) возврат денежных средств инвесторам. Для этого предприятия, которым переводятся средства, преувеличивает расходы, связанные с целевой благотворительной деятельностью.

Также возможно снять некоторые или все налоговые обязательства в результате политических переговоров с компетентными представителями властей. В то же время в борьбе за предоставление налоговых льгот многие претензии касаются особой роли компании (стратегические характеристики продукции, занятость, реализация социальных программ) для всей страны или для отдельных регионов.

Наконец, способом во избежание налоговых льгот выступает искусственная неуплата или задержка платежей по налогам. Это связано со ссылками на "объективные условия", такие как нарушение обязательств деловыми партнерами, отсутствие средств на расчетном счете. С этой точки зрения важной частью вашей бизнес-стратегии является обеспечение того, чтобы деньги не оставались на вашем текущем счете, а постоянно перемещались. В ином случае вы можете лишиться возможности покрыть свои налоговые обязательства.

До недавнего времени, лучшим способом избежать налогов было указывать на то, что на валютном счете компании не было денег, хотя их было достаточно для счетов в иностранной валюте. Теперь в этом случае налоговые органы получили право взыскивать просроченные платежи, а также ощутимую задолженность с валютных текущих счетов по действующему обменному курсу, на дату выдачи инкассового поручения (распоряжения) об уничтожении денежных средств.

Третья стратегия является наиболее распространенной и основана на плане сокрытия последствий легальной деятельности.

Коррупционные контракты - это самый простой план. Это включает прямой подкуп представителей налоговых органов или высокопоставленных должностных лиц, которые могут оказывать давление на финансовые органы (дополнительную информацию смотрите в главе 6).

Институциональная история основана на организации псевдонаучных компаний ("бумажных компаний" или "компаний-однодневок", которые действуют в течение трех месяцев). Они используются для обналичивания средств и уклонения от уплаты налогов. Затем он исчезает, не дожидаясь проверки налоговыми органами, не сдавая бухгалтерский баланс.

Такой исчезнувшей компании выдается кредит, на счет вносится предоплата. Налоговый платеж переводится в выездной банк, который фактически прекратил свою деятельность. Во всех этих случаях без взяток можно оплатить только расходы на создание и эксплуатацию виртуальной экономической системы.

Биржевые игры позволяют вам вывести финансовые потоки и часть вашей собственности в тень и сбалансировать их на границах законной и незаконной деятельности. Таким образом, в виртуальных транзакциях финансовые документы представляют собой перемещение несуществующих продуктов и услуг между компанией и посредником или бумажной компанией. Например, заказывать деньги за товары, которые никто не хочет поставлять, заказывать фиктивные маркетинговые услуги, разрешать возврат НДС за счет фальшивого экспорта, выплачивать страховые взносы по договору страхования от "простуды".

Многие предприниматели пользуются льготами, которые закон предусматривает для малого бизнеса, и используют статус индивидуального предпринимателя без создания юридических лиц, чтобы значительно снизить сумму уплачиваемых налогов. Еще одним примером уклонения от уплаты налогов в виртуальных операциях на грани законности и правонарушения может быть ситуация, когда туристическая компания покупает несколько автобусов для обеспечения своего основного бизнеса, но регистрирует их как частную собственность родственника основателя компании. Тем самым, они нанимают агентство по управлению автобусами для водителей и в то же время заключают договор аренды этих транспортных средств с туристической компанией. В результате транспортные средства не включаются в баланс компании и налоги не уплачиваются.

Необходимо подчеркнуть, что большинство нарушений происходит не в самом плане оптимизации (как правило, юридически они прописаны правильно), а в сопроводительных условиях плана. К примеру, использование льгот, предоставляемых малому бизнесу, часто связано с фальсификацией численности сотрудников в организации. Наличие подделок автоматически делает такие схемы незаконными.

К тому же, для "сторонней" структуры применяются неравномерные обменные операции, где подписываются нерентабельные контракты, а соотношение затрат намеренно искажается. Для этого цели используются бартерные обменные и взаимозачетные системы, которые позволяют продать и приобрести товары и услуги на ценах выше, чем рыночная цена. Для реализации продукции между предприятиями применяются системы пониженной трансфертной цены, по которой осуществляется реализация продукции между предприятиями; выпускают векселя в обращении с последующим расчетом на разницу между номинальной ценой и ценой рынка;

обменивают акции разных степеней ликвидности; применяются системы пониженной трансфертной цены, по которой осуществляется реализация продукция между предприятиями.

Например, компании создают филиалы, которые продают продукцию по низким ценам, а прибыль близка к нулю. Налоговые органы не могут заявлять о неуплате налога на прибыль. Связанные компании продают продукцию по рыночным ценам и делятся прибылью с владельцами материнской компании, так как он нанимает

Многие из описанных планов основываются на базе следующих принципов:

- разделение предприятий, которые производят дополнительную стоимость, от продажи своей продукции, от финансового потока путем создания «сторонних» структур;
- отделение активов, пассивов производственных предприятий и последующий вывод активов в средние структуры, а также перемещение пассивов государству и кредиторам через практику налогоплательщиков;
- применение на коммерческих предприятиях официальной бухгалтерии и двойной бухгалтерии в структурах среднего уровня с последующим утратой части документа.

Границы структуры управления могут иметь закрытую и открытую формы. В замкнутом цикле денежный поток течет по кругу и возвращается к первоначальной компании с добавленной стоимостью. При этом деньги, полученные от уплаты налога, конвертируются в инвестиции. По мнению экспертов, значительная часть иностранных инвестиций экономику страны состоит из внутренних источников, которые ранее были переведены за рубеж и конвертированы вот таким образом.

В разомкнутом цикле ресурсы не возвращаются производственной компании. Они прячутся на счетах брокерских фирм, вывозятся за границу, а затем инвестируются в другие предприятия или просто используются с целью личного обогащения владельца.

В какой бы то ни было модели уклонение от уплаты налогов предусматривает создание длинных цепочек компаний, которые затрудняют отслеживание финансовых потоков. В то же время каждая операция, в принципе, легальна, но вся схема незаконна.

Обычно процесс уклонения от уплаты налогов состоит из нескольких этапов. В некотором смысле "жизненный цикл" уклонения от уплаты налогов аналогичен "жизненному циклу" продукта.

На первом этапе налогоплательщики представляют новый план уклонения от уплаты налогов.

На втором этапе планы распространяются среди налогоплательщиков.

Как только информация становится известна налоговым органам, начинается третий этап, в ходе которого осуществляется поиск мер реагирования на план, а также разработка форматов и методов наиболее эффективного выявления и пресечения налоговых преступлений.

Четвертый шаг - это активное и широкомасштабное противостояние государственных органов нарушениям, которые сокращают количество государственных органов и наносят им вред.

На пятом этапе баланс между преступниками и чиновниками устанавливается на максимально низком уровне.

3. Психология личности добросовестного налогоплательщика

Психологические знания почти так же стары, как и сама личность. В последние годы растет интерес к вопросу о человеческом поведении и поисках смысла человеческого существования. предприниматели изучают, как психологически "противостоять" проблемам, возникающим в результате хозяйственной деятельности (конфликты в нашем случае - налоговые проверки, проверки внутренних органов, возбуждение уголовного дела и т.д.) - как сотрудничать с подчиненными, налогоплательщиками.

Различие между преступным и легальным поведением, по-видимому, коренится в

ценностной ориентации, перспективе и системах социальных установок, а именно в содержательном аспекте сознания. В координатах ценностно-нормативной системы индивидов и социальной среды именно их взаимодействие нам необходимо для поиска непосредственной причины преступного поведения.

Первоначально все платильщики налогов имеют одинаковые права и обязанности, но некоторые делают налоговые преступления и неправомерные действия, в то время как другие этого не совершают. В какой степени человек заражен антиобщественными взглядами, какие у него социальные наклонности, необходимо только учитывать сложность его потребностей, интересов, мотивов к действию.

Изучая механизм уступчивости как противоядия от преступной деятельности. А. Р. Ратинов обнаружил, что в нем нет независимых стадий психической деятельности и что детерминанты связаны с внутренним и внешним социальным контролем.

Первое, что приходит на ум в связи с изучением характера искреннего налогоплательщика, - это необходимость прояснить термин "налогоплательщик". Налогоплательщиками являются юридические и физические лица, юридически обязанные платить налоги. Налогоплательщиками являются те, кто имеет постоянное место жительства в стране, и те, кто этого не делает (граждане с гражданством, иностранцы, лица без гражданства). Налогоплательщик должен быть обязан зарегистрироваться в налоговом органе, уплатить налог в полном объеме в установленный срок, вести бухгалтерский учет и предоставлять налоговому органу необходимые документы для расчета и уплаты налога.

Честный налогоплательщик - это человек, который сознательно и добровольно изымает часть своего имущества для уплаты налогов в свой бюджет. Это означает, что вы являетесь налогоплательщиком, который надлежащим образом выполнил свои налоговые обязательства.

Как упоминалось ранее, психические процессы, атрибуты, состояния и уровень образования каждого человека объединены, действуют и проявляют себя, и основой их объединения является человеческая деятельность. В психологических процессах единство атрибутов, статуса и становления, полнота содержания, характер личности выражается в устойчивых характеристиках и отличительных чертах конкретного человека с особой историей развития и особым положением в системе социальных отношений и деятельности

Психические процессы включают когнитивные процессы, такие как эмоции, восприятие, репрезентация, внимание, воображение, память, мышление и язык. С помощью этих процессов человек отражает окружающий его мир и ориентируется в сложившейся ситуации. Нормальное функционирование когнитивных процессов является важной предпосылкой эффективности его деятельности в учебе и в труде. Эти процессы присущи каждому, но они различаются по качественным характеристикам.

На наш взгляд, уместно обозначить программу психологических исследований характера налогоплательщика, где в широком смысле можно определить как выявление природы изучаемого психологического феномена и разработку системы его показателей (внешних проявлений). Рассмотрим разработку и последовательность исследований критериев оценки. В ограниченном смысле программа включает в себя систему психологических показателей личности. Разработанная программа также может быть использовано потенциальными работодателями для найма сотрудников.

Эффективность исследования характера налогоплательщика, психологических особенностей личности определяется ясностью методологической ситуации, знанием теоретической базы и умелым использованием психологических научных методов.

Вы можете использовать следующие программы в том виде, в каком они есть:

- Жизненный опыт человека;
- Личностно ориентированный;
- Личность;
- Темперамент;

- Способность;
- Эмоции и воля;
- Когнитивный процесс;
- Личностные качества

Г.Я. Шеханцов в недавнем исследовании по юридической и криминальной психологии определил объем изучения характера подозреваемых, обвиняемых, осужденных, но отмечает, что этот объем или план изучения характера может быть связан с любой темой психологического исследования. По нашему мнению, представленный им метод изучения психологических особенностей личности также может быть применен к личности добросовестного налогоплательщика так и налоговому преступнику.

Он отмечает тот случай, что сбор характеристик помогает продвигаться по собранному материалу, помогает выявить и устранить существующие противоречия, позволяет выявить социально-психологические причины совершенных преступлений (если обвиняемому предъявлено обвинение).

Объем исследований характера, опубликованных Г.Г. Шиханцовым, выглядит следующим образом:

1. Социально-демографические данные: время и место рождения, национальность, образование, специальность, местонахождение и характер работы, должность, семейное положение, место жительства, материальное положение семьи, жилищные условия, семейные отношения, негативные наклонности членов семьи.

2. Данные о судимости (если обвиняемый является подсудимым): когда суд вынес приговор в соответствии с положениями Уголовного кодекса, к которому он был причастен, где он отбывал наказание; если имеется несколько судимостей, имеет ли место общий или особый рецидив?

3. Медицинская информация: Психическое и физическое здоровье, психическое и физическое здоровье семьи (включая родителей)

4. Внешние (физические) данные: лицо (краткий словесный портрет, по возможности, особенности строения лица) рост (низкий, средний, высокий, выше роста); вес и телосложение (очень худой, худощавый, стройный, полный); голос (громкий, средний, тихий, приятный-неприятный, особенности: заусенцы, нос, заикание и т.д.); обычаи (приятные впечатления - неприятные впечатления); одежда (аккуратная, захламленная, ухаживающая за собой и экстравагантная); татуировки (руки, пальцы, другие части тела, содержание рисунка).

5. Жизненный путь: родители (при рождении, место рождения, национальность, место жительства, социальный статус, образование, карьера, хобби и т.д.) Детство (ребенку важна семейная жизнь, братья и сестры, взаимоотношения с ними, самые яркие события детства, посещал ли он детский сад, отношения со сверстниками и т.д.); школа (школьные знания, любимые предметы, отношения с коллегами и учителями, любимые учителя, нарушения школьной дисциплины, достижения, статус между школьные друзья, коллеги, прозвища, регистрация комиссий (проверок) и т.д.); учебные заведения (причины поступления, достижения, приобретенные знания, навыки) Деятельность и служба в армии (характер работы и службы, отношение к работе и службе, статус среди коллег, удовлетворенность, влияние работы на отдельных людей); семейная жизнь (рождение ребенка, который в настоящее время живет вместе).

6. Образ жизни: семья (супружеские отношения, отношение к детям, родителям и т.д.); карьера и специализация (мотивация к выбору работы и карьерного роста, удовлетворенность работой, продвижение по службе, социальный статус на работе, постоянная работа, редко или часто меняет работу); ведет напряженный и ленивый образ жизни с домашние дела (сад, огород и т.д.). политическая и общественная деятельность (активная-пассивная и т.д.); проведение свободного времени (спорт, кино, телевидение, театр, азартные игры, выпивка с друзьями, предпочтение проводить свободное время с семьей и т.д.); материальные условия жизни (квартира, коттедж, машина, обстановка в

квартире, семейный бюджет, дополнительный доход и т.д.).

7. Поведение: Этическое и правовое поведение (соблюдение норм, склонность к нарушениям, отношение к женщинам, справедливость в спорных отношениях, нетерпимость к нарушениям норм и т.д.) Поведение в стрессовых ситуациях (спокойствие, суетливость, растерянность, рациональное поведение нарушается и не нарушается); поведение в состоянии фрустрации (возбуждение, агрессивная адаптация, меланхолия, терпимость, самообвинение и т.д.); поведение в состоянии опьянения (спокойствие, умиротворенность, атака, воинственность, потеря контроля и т.д.) Волевое поведение (решительность, инициативность, смелость, пассивность, безынициативность, трусость и т.д.).

8. Ориентация личности: Доминирующие желания (физиологические желания, желания безопасности, социальная привязанность, статус, желания уважения личности, самовыражение) Ценностная ориентация (Ориентация на удовлетворение потребностей себя или членов семьи, ориентация на помощь другим, ориентация на социально принятые нормы поведения, уважение законов) Материальные ценности(деньги, предметы, собственность); мировоззрение (перспективы, идеи, убеждения, идеалы, жизненные принципы и т.д.) Интересы (хобби и увлечения, широта, узость интересов, степень стабильности).

9. Способности: Интеллектуальные (общие) способности (образование, знания, качество ума - аналитические способности, способность к связыванию, гибкость, сноровка, медлительность, скорость и т.д., свойства памяти - точность, легкость, удержание, атрибуты) Воображение - фантазия, реализм, отсутствие воображения и т.д.); особые способности (организация, музыка, искусство, технологии, коммуникация - способность встречаться, подходить, оказывать влияние на людей и т.д.).

10. Темперамент: общительность (общительный, необщительный, нелюдимый, замкнутый); готовность руководить (нежелание); работоспособность (может долго работать без усталости, сильно шумит, нуждается в отдыхе на работе, быстро устает); эмоции (интенсивность и глубина эмоциональных реакций, склонность к формированию "застойные" эмоциональные состояния, склонность к эмоциональным всплескам, стабильность, однообразие настроения, доминирующее настроение - оптимизм, грусть, уныние, гнев и т.д., способность контролировать, способность подавлять проявление эмоций и т.д.).

11. Личность: отношение к человеку (уважение, доброта, грубость, невоспитанность, сопереживание (сопереживание), жестокость, честность, обман, агрессия, авторитет, послушание, импликация, независимость, адаптивная воля, конфликт, миролюбие и т.д.); отношение к себе (самооценка - думай о себе хуже других), уровень самоутверждения (высокий, низкий, средний), самооценка (эгоизм, смирение, здоровые амбиции, обидчивость и т.д.); отношение к работе (трудолюбие, соблюдение дисциплины, искренность, лень, безответственность, свобода и т.д.) Отношение к сбережению, роскоши, жадности, накоплению, алчности, аккуратности.

Каждый руководитель компании должен знать, что индивидуально-психологические особенности индивида (персоны) проявляются в его характере, темпераменте, способностях и склонностях. Различные динамичные и проблемные моменты деятельности и самоуправления, связанные с настроением, решаются личностью в целом. Динамика психической активности зависит не только от настроения, но и от уровня здоровья и возбуждения, возраста и эмоционального состояния, ценностных ориентаций, стремлений и других жизненных отношений человека.

Личность человека формируется в процессе взаимодействия с окружающей действительностью, и другой человек является для него важнейшим фактором. В дополнение к внешним факторам, в формировании характера есть и внутренние факторы. Индивидуальные и личностные характеристики, а также индивидуальные особенности, то есть анатомические и физиологические, связаны с внутренними факторами. Первый

относится к различным структурам в виде характеристик нервной системы, таких как скорость, энергетическая реакция на удары, особенности строения тела, органов чувств и т.д. Вторая включает в себя его личную деятельность и внутренний мир, включая его образ (самого себя), эмоциональные потребности и взаимоотношения, его знания, ценности и опыт, посредством которых внешние воздействия не только выбираются, но и разрушаются.

Характер честных налогоплательщиков

- Позитивное отношение к человеческому характеру, наиболее важные преимущества;

- Высокое чувство ответственности и долга;

- Отношение к соблюдению гражданских прав

- Ответственное и аккуратное отношение к требованиям и обязанностям (в соответствии с налоговым законодательством)

- Сосредоточиться на приоритизации потребностей общества и интересов государства, а также своих собственных потребностей.

По нашему мнению, важно раскрыть психологическую структуру личности искреннего налогоплательщика в теоретическом и практическом смысле. Изучаются закономерности, факторы и условия формирования характера и развития налогоплательщиков с высоким уровнем индивидуального, коллективного и общественного сознания, правовой социализации, их поведение определяется способностью граждан к саморегулированию, которая становится сотрудником правоохранительных органов.

Правоприменительные действия добросовестных налогоплательщиков требуют справедливости и правового просвещения.

М. И. Еникеев указывает, что для того, чтобы человек действовал законно, он должен принять (интернализировать) социальные ценности правоприменения и усвоить стереотипы правоприменительного поведения.

Правовые идеи, оценки и установки формируют правовое восприятие индивида. Правовое восприятие человека определяется общей ценностной ориентацией индивида по отношению к социальным ценностям, охраняемым законом.

Правовое восприятие индивида проявляется в солидарности индивида с законом, особыми структурами и мотивами юридически значимого поведения в процессе личностного воспитания, основанного на убеждении, что следует соблюдать правовые нормы или правовой негатив, которые отрицают правовые ценности. Солидарность индивида и закона означает, что сам законный акт становится ценностью индивида, самодостаточным интересом индивида.

Вывод:

1. Как упоминалось ранее, правоприменительное поведение добросовестных налогоплательщиков можно разделить на три уровня.

- Объективные и законные действия (индивидуальные потребности, цели и способы их достижения одновременно являются социальными потребностями)

- Поведение, соответствующее исполнению (цели и методы реализации соответствуют социальным требованиям не из-за индивидуальных внутренних убеждений, а из-за адаптации).

- Законное компульсивное поведение (личные потребности, желания, интересы не совпадают с социальными требованиями, но страх наказания, соблюдение требований закона);

2. Объективное поведение сотрудников правоохранительных органов формируется в результате правовой социализации индивидов. Правовая социализация личности заключается в овладении человеком правовыми методами действий, которые входят в систему ценностных норм личности с ценностями, охраняемыми законом.

3. Самый высокий уровень правовой социализации поведения индивида основан на правомерном отношении (нормальное правовое поведение как устойчивая черта личности).

В то же время нормы права соблюдаются не из-за страха наказания или солидарности с законом, а из-за настоятельной моральной необходимости принимать только законные меры, то есть жить достойно.

4. В правовом обществе сознание индивида во многом определяется представлением о правах индивида, которое управляет обществом, правовым статусом индивида и степенью правовой реализации в этом обществе.

Обременение налогоплательщиков налоговыми долгами затрагивает основные права и свободы граждан, предпринимателей и организаций. Это связано с важными схемами: правом на участие в корпоративной деятельности, правом на собственность. Тот факт, что налогоплательщик несет ответственность, связан с честью и репутацией бизнеса налогоплательщика.

Главной проблемой добросовестных налогоплательщиков является "страх" перед неизвестными неблагоприятными последствиями налогового контроля со стороны налоговых органов и органов внутренних дел. Такие опасения часто вызваны неуверенностью в грамотном ведении бухгалтерского учета, незнанием или отсутствием информации об изменениях в налоговом законодательстве и налоговой политике страны. Проблемы в коллективе (неблагоприятное психологическое состояние коллектива, нерациональное распределение функциональных обязанностей и т.д.), паника, вызванная психологическими особенностями личности, нестандартным поведением.

4. Налогоплательщики глазами психолога

Психологические установки к индивидуальному поведению и созданные ими обычаи других групп общества редко изучаются в экономических исследованиях. Но независимо от них меры, облегчающие, например, уплату налогов, не всегда эффективны. Следовательно, строгость налоговых проверок может не повлиять на законное поведение тех, кто неохотно идет на сотрудничество, отмечает Эрик Кирхлер, профессор психологии Венского университета, в своем докладе "Экономическая психология налогового поведения".

Выбор расплаты за свои действия

Большинство исследований налогового поведения основано в первую очередь на моделях уклонения от уплаты налогов, поскольку это происходит в экономическом контексте. Кроме того, хотя проблеме налогового поведения посвящена лишь десятая часть исследований в области так называемой психологии, существует огромное количество данных, которые позволяют понять уровень собираемости налогов.

В неопределенных обстоятельствах человек выбирает между убытком (уплата налога) и возможной выгодой (побег и избежание разоблачения) или значительным убытком (если побег обнаружен и последует наказание).

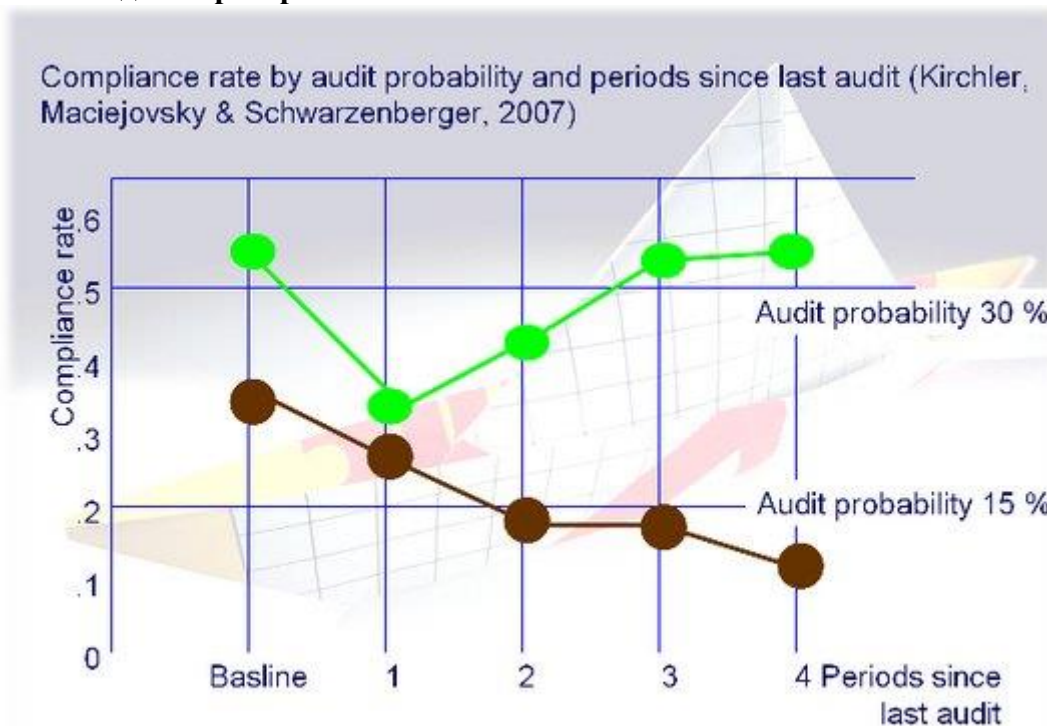
Проведение проверок и наложение санкций в случаях уклонения от уплаты налогов считается основным инструментом обеспечения воздействия на общее поведение налогоплательщиков. Однако этот эффект страха может быть незначительным. Например, если уклонение от уплаты налогов не выявлено в ходе проверки или если наказание не является преступлением (незначительным и недостаточным для совершения действия), налогоплательщик может счесть, что его уклонение от уплаты налогов является разумным. Кроме того, негативный опыт налогоплательщиков в виде чрезмерных штрафных санкций может спровоцировать желание снова сбежать, чтобы вернуть то, что зафиксировал налоговый инспектор.

Анализируя взаимосвязь между готовностью соблюдать все налоговые требования, вероятностью одобрения и периодом проверки, то есть временем, прошедшим с момента

последней проверки, мы обнаружили, что тенденция к уклонению от уплаты налогов усилилась в первый период. Шансы на одобрение составляют как 15%, так и 30%.

Однако в последующий период соблюдение закона продолжает увеличиваться с вероятностью одобрения 30% и остается незначительным с вероятностью 15% (график 1).

График 1. Зависимость уровня уклонения от вероятности проверки и времени с момента последней проверки



Психологические установки разных социальных групп

Следует отметить, что разные социальные группы по-разному воспринимают налоговые вопросы. Должностными лицами движут вопросы социальной справедливости. Производственники рассматривают налоги как инструмент политиков. Использование налогов для покрытия дефицита бюджета приводит к критике правительства. "белые работники" рассматривают налогообложение как инструмент обеспечения социальной защищенности и соцобеспечения, и в то же время, прежде всего, как неизбежное зло, которое приводит к личным финансовым потерям.

Предприниматели отмечают, что отсутствие прозрачности в налоговой системе приводит к тому, что недружественное отношение к налогам перерастает в общественное бремя, в то время как налог выступает в качестве экономического регулятора и предоставляет возможность пользоваться общественными благами.

Наемные работники, самозанятые и малый бизнес легализуются путем повышения осведомленности о налогах и улучшения экономической ситуации. В то же время попытки побега чаще встречаются среди самозанятых и предпринимателей. Продолжительность ведения бизнеса негативно влияет на выбор и увеличивает вероятность уклонения от уплаты налогов (Kirchler, 1999). С возрастом отношение к налогам улучшается. Тенденция уклоняться уменьшается, а важность моральных аспектов возрастает.

Беспокойство-Совесьть -Долг

Было отмечено, что если гражданин имеет сильную идентичность с обществом, то чем строже социальные нормы, тем выше вероятность налогового мошенничества со стороны физического лица. Социальные нормы предписывают определенные действия с помощью неформальной системы социальных санкций. Отношение социальных групп к вопросу исполнения налоговых обязательств фиксируется в менталитете граждан, в их восприятии как граждан.

Концепция гражданского долга предусматривает, мотивацию людей не только развитием личного благополучия, но и чувством ответственности за общество и государство. Граждане с высокой самооценкой выбирают стратегию ответственного сотрудничества, даже если у них есть шанс сбежать. Их поведение регулируется не внешними расследованиями или санкциями, а внутренними убеждениями и интересами общества.

Поэтому, именно эта социальная группа оказывает значительное влияние на уровень уверенности в том, что налоговая система справедлива, а язык, на котором написаны правила (ясность и краткость), оказывает значительное влияние на готовность соблюдать налоговые правила.

Для налогоплательщиков также важна справедливость в том, как они взаимодействуют с налоговыми органами. Отношение к налогоплательщикам, доступ к информации и ее качество, честность и беспристрастность.

Исследователи подчеркивают, что налоговое законодательство предполагает лишь наказания за преступления и не предусматривает механизма поощрения правового поведения. Не менее противоречивы для так называемого честного налогоплательщика является механизм налогообложения и безразличие отношений к чистоте и справедливости принципов законности действий.

Поведенческие стратегии

Исследование Валери Брейтуэйта 2003. ("Налоговая свобода: оптимизация налогообложения и уклонение от уплаты налогов") оценивалось в зависимости от уровня налоговых платежей граждан. Уровень доверия к налоговым органам и их полномочиям. Мы оценили четыре сценария: высокий/низкий уровень достоверности + высокая/низкая мощность.

Рисунок 1. Пирамида: стратегии и мотивация



Как видно из рисунка, для законопослушных людей (тех, кто считает налогообложение моральным обязательством) достаточно максимально облегчить норму.

Стратегия капитулянта предусматривает, что налоговые органы будут активно действовать с эффективностью и что физические лица склонны сотрудничать, если они сотрудничают. В результате действия властей должны быть направлены на упрощение правил процедуры.

Стратегии сопротивления основаны на предположении, что невозможно полностью удовлетворить налоговые органы, и они выполняют контрольную функцию, а не функцию

поддержки бизнеса. В этом случае вы должны создать систему, которая идентифицирует сопротивление, чтобы предотвратить побег.

Негативное отношение к налоговым обязательствам также может выражаться в полном безразличии. Именно тогда правительство должно использовать авторитет закона.

Тем не менее, иногда отношение к налоговым регуляторам превращается в игру в "бандитов и копов". Игроки активно используют дыры в правилах, поэтому чем меньше дыр, тем меньше поле боя. Во взаимоотношениях "криминальной полиции" существует огромная социальная дистанция между налоговыми органами и налогоплательщиком, отсутствует уважение, а сотрудничество достигается с помощью сложной системы посадки. Такие люди, принимая решения, руководствуются расчетом выгод и затрат.

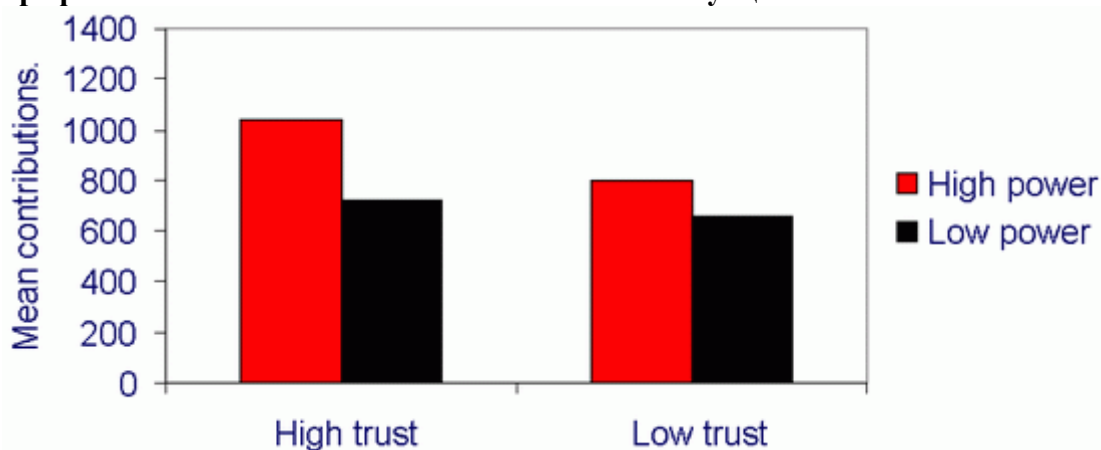
Если гражданин руководствуется ответственностью и уважает налоговую систему и налоговые органы, то есть если между агентами нет социальной дистанции, они готовы к сотрудничеству, и взаимодействие понимается как "обслуживание клиента".

Таким образом, можно видеть, что уровень собираемости налогов намного выше, чем при условии низкой надежности, особенно в условиях, когда мощность невелика, а надежность высока.

В условиях низкой уверенности более высокие силы приводят к большему количеству выплат по сравнению с "Высокой уверенностью + слабыми силами". В данном случае речь идет о принуждении как основном мотиве действий граждан (то есть уровень добровольной честности очень низок).

Какой бы сильной ни казалась власть, добровольное сотрудничество кажется высоким, когда велико доверие. (график 1).

График 1. Налоговые отчисления: 4 базовые ситуации



Подробнее см. *Specious Confidence after Tax Audits: A Contribution to the Dynamics of compliance*, 2003

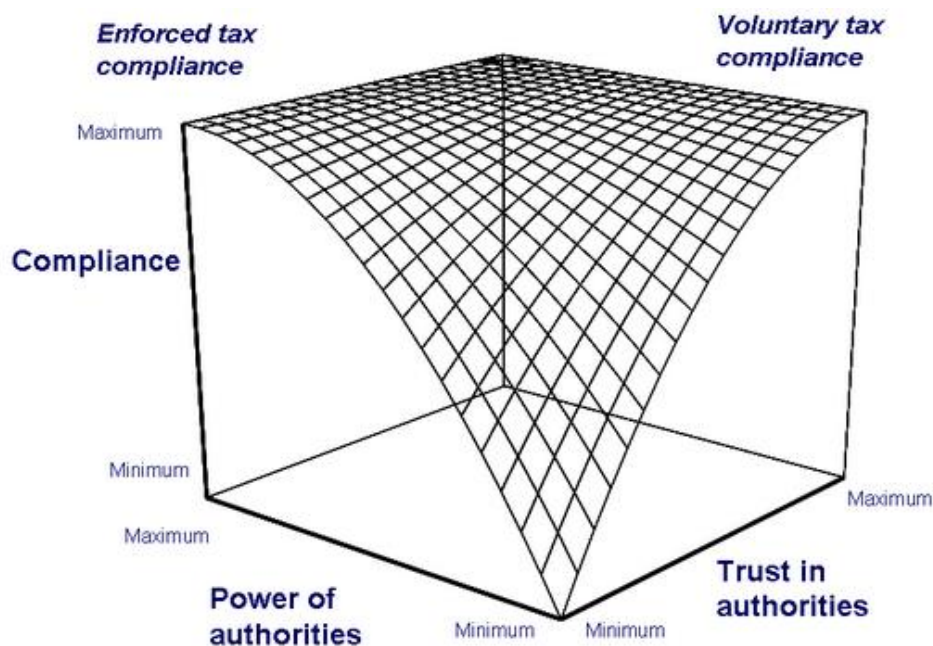
Под уклон

Стратегия мягкого побега основана на нескольких ключевых элементах. Существует разница между желанием физического лица сотрудничать добровольно и тем, когда налогоплательщика заставляют следовать установленным нормам.

Еще одним важным фактором является отношение налогоплательщиков к неотвратимости штрафных санкций. На это восприятие непосредственно влияют правовые нормы, включая возможность проведения проверок (периодичность), размер санкций, размер налоговых ставок.

Рисунок 2 показывает, что доверие к властям связано с добровольным сотрудничеством.

График 2. Стратегия мягкого уклонения



Предварительные результаты выборочного опроса 3071 человека в Австрии, Соединенном Королевстве и Чешской Республике показали, что чем больше доверие к налоговым органам, тем больше добровольная готовность сотрудничать с ними. Возросшие полномочия налоговых органов также связаны с усилением контроля за соблюдением налогового законодательства.

При одном и том же уровне законопослушности, чем больше доверие, тем больше сотрудничество и собираемость налогов. И если вы говорите только о большей власти налоговых органов, вы более склонны сопротивляться и убегать. Из-за низкого уровня доверия и авторитета немногие агенты, по-видимому, хотя и соблюдают закон. Таким образом, обязательное соблюдение закона и добровольное подчинение взаимосвязаны.

Контрольные вопросы

1. В чем заключаются главные концепции налоговой психологии
2. Как можно описать психологию личности добросовестного налогоплательщика
3. С группой решите проблемы налогоплательщика глазами психолога
4. Какие психологические установки существуют в разных социальных группах?

Тема 15. Жизнь в кредит: психология заемщика

1. Основные страхи кредитования. Плюсы и минусы кредитования
2. Психология долга – кредит в жизни современного человека
3. Кредитная зависимость: причины возникновения и лечение

1. Основные страхи кредитования. Плюсы и минусы кредитования

Никто, у кого есть кредит, не удивится, потому что сегодня почти у большинства людей есть кредит. Выяснить, почему люди прибегают к кредитам, очень легко. Главная причина - желание получить то, что они не могут себе позволить. Часто кредиты получаются из-за сложных финансовых ситуаций (проблемы с работой, эмиграция, проблемы со здоровьем и т.д.).

Почти у каждого слово "кредит" вызывает если не страх, то, по крайней мере, опасение и тревогу. Кредиты уже давно снискали дурную славу с древних времен, когда впервые появились кредиторы, одалживающие деньги. Они ссужали деньги под залог драгоценностей, домашнего скота и другого имущества. Если человек вовремя не расплатится, он лишается почти всего, что у него есть.

Время шло, а страх только рос. Настоящий кредитный бум начался в начале 90-х и 2000-х годов, когда многие люди столкнулись с финансовыми трудностями. Банки неохотно выдавали кредиты, и людям часто приходилось обращаться к так называемым частным инвесторам, обычным бандитам. В результате жизнь заемщика превратилась в настоящий кошмар, буквально в заложника обстоятельств.

Было трудно вернуться к повседневной жизни из-за криминальных элементов. Часто люди были в долгу перед бандитами и даже были вынуждены делать различные вещи, чтобы расплатиться со своими долгами. Те, кто не встретился посередине, были просто ранены или, что еще хуже, увезены в лес. Тем не менее, идея о том, что кредит - это страшно, укоренилась в сознании многих людей.

После событий 90-х и начала 2000-х годов люди стали более ответственно относиться к кредитованию, и отношения между заемщиками перешли на официальный уровень. Однако у кредиторов по-прежнему есть рычаги воздействия на должников. Появились различные организации по сбору долговых обязательств, которые занимаются ликвидацией долгов. Коллекторы могут звонить, возвращаться домой или идти на работу, угрожать и даже применять физическую силу. Часто они действуют на грани закона или за его пределами.

Учитывая все негативные признаки понятия "кредит", граждане не могут трезво оценить плюсы и минусы кредита. Иногда люди забывают, что суть кредита заключается в решении финансовых проблем.

Плюсы и минусы кредитования

Вы должны знать, что прибыль и убыток по кредиту зависят от того, как вы обращаетесь с кредитом, для кого вы его берете и по какой причине. Для некоторых кредит - это ярмо на долгие годы, от которого очень трудно избавиться. Для других это настоящее спасение в трудных ситуациях.

Плюсы кредитования

* Дорогостоящие покупки в рассрочку. Большинство людей хотят покупать качественные вещи вместо дешевых, но сейчас их нет в нужном количестве. Или, может быть, у вас недостаточно денег, чтобы купить автомобиль своей мечты. В таких ситуациях кредиты могут быть самым простым и надежным выходом из сложившейся ситуации. С их помощью вы можете поступать правильно, не экономя деньги месяцами.

* Срочно необходимы финансовые средства. Не все откладывают деньги на "черный день", а жизнь может быть очень непредсказуемой. Болезнь, юридические проблемы, смерть близкого человека, проблемы в бизнесе - все эти и многие другие проблемы требуют немедленного решения с помощью денег.

* Поддерживайте хорошие отношения с близкими людьми. Есть поговорка: "Если хочешь потерять друга, одолжи ему денег". "Ключевой посыл этой пословицы заключается в том, что лучше не занимать деньги у родственников, друзей, знакомых, коллег по работе. Случиться может все, что угодно, и долг не будет погашен вовремя. И это может привести к тому, что отношения с близкими людьми будут разорваны. Гораздо более правильным решением, честно говоря, является заем в МФО.

Минусы кредитования

* Отсутствие подотчетности. Вы забываете, как управлять своими финансами, потому что знаете, что всегда можете получить кредит. Он перестает управлять расходами и становится безответственным. В какой-то момент это может привести к негативным последствиям.

* Неудержимый. Кредиты рекламируются как простые и посредственные. Кредитные компании и банки объясняют это только с положительной точки зрения, даже не упоминая о том, что рано или поздно им придется предоставлять это другим. В результате люди, в свою очередь, начинают брать кредиты, даже если в этом нет острой необходимости. Один кредит погашается, и через некоторое время сразу же выдается следующий. Жизнь начинается с займов



Советы психологов

Кредит - неотъемлемая часть современного мира. Понятно, что люди не перестанут брать кредиты. Однако очень важно научиться понимать, когда и на каких условиях стоит получать кредит, а когда лучше отказаться от кредита. Чтобы сделать это, вам нужно разобраться в себе.

1. **Умение рассчитывать свои силы.** Прежде чем подавать заявку на получение кредита, у вас должно быть четкое понимание того, что вы сможете погасить его вовремя. В случае, если перед подписанием кредитного договора вам необходимо узнать о возможности реструктуризации долга или продления срока кредита. Будьте готовы к любой ситуации.

2. **Кредит.** Сумма кредита должна быть обоснована. Это означает, что вы должны принимать его только тогда, когда вам это действительно нужно, и это поможет. Если вы пытаетесь показать своим друзьям или коллегам новый телефон, который на самом деле вам не по карману, это не лучшее решение.

3. **Возможность.** Заемщик должен понимать, что у него есть возможность вернуть свои деньги. Экономическая рациональность гласит, что вы должны занимать столько, сколько можете легко отложить, не отказываясь от своей повседневной жизни. Сэкономьте немного денег и не убеждайте себя, что вы можете ходить в бар с друзьями каждую неделю или каждый день отказываться от чашечки кофе в ресторане, чтобы сэкономить деньги. Если вы покинете безопасную зону и откажетесь от чего-либо, вы пожалеете о получении кредита.

4. **Искренний разговор с самим собой** Прежде всего, вам следует записать все плюсы и минусы кредита. Рассмотрев ущерб и выгоды от кредита, вам следует ответить на несколько вопросов. Вам нужно знать, каковы самые ужасные последствия получения кредита и чего вы на самом деле боитесь. Вы также должны ответить на вопросы о том, что произойдет, если вы получите кредит или откажетесь от него. В общем, откровенный разговор с самим собой помогает вам принять правильное решение.

5. **Формирование привычки к прокрастинации.** Вы должны накопить определенную сумму в течение месяца, прежде чем подавать заявку на получение кредита. Общеизвестно, что на формирование привычек уходит около трех недель. Поэтому в течение месяца человек привыкает экономить деньги и учиться. Этот прием пригодится ему, если он получит кредит. Только выработав привычку экономить деньги, вы сможете всерьез задуматься о кредитах.

6. **Не поддавайтесь сиюминутным порывам.** Психологи советуют вам не покупать кредит в тот же день, когда вы найдете то, что хотите. Дело в том, что в этот момент эмоции захлестывают разум, и гормоны счастья поступают в кровь. В такой ситуации практически невозможно мыслить рационально. Чтобы понять, действительно ли эта вещь необходима, нужно отложить покупку хотя бы на день. Занять деньги, чтобы купить что-то на следующий день, будет сознательным решением.

7. **Не давите на себя и не позволяйте никому другому делать это.** Кредитные обязательства являются серьезным стрессом для многих людей. Они нормально работают, не могут отдохнуть, постоянно думают о том, что должны вернуть свои деньги. Ситуация также может осложняться тем фактом, что другие постоянно напоминают вам об этом и оказывают на вас давление. Нервы и переживания - это худшее, что может случиться в такой ситуации. Если ваш кредит находится под давлением, вам следует постараться расслабиться и отвлечь внимание. Вам следует вести нормальный образ жизни и не акцентировать постоянно свое внимание на существующих долгах. Следует помнить, что многие успешные люди начинали свой бизнес с заемных денег. И во многих развитых странах богатые люди тоже получают кредиты.

2. Психология долга – кредит в жизни современного человека

Жизнь в кредит становится все более привычной для современных людей. Однако эти стратегии достижения финансовых целей имеют существенные психологические недостатки.

Влияние задолженности

ипотечные кредиты на квартиры на 15-30 лет, рассрочка на автомобиль, рассрочка на мебель - влияет ли это денежное бремя на жизнь человека? Да, неудивительно. Жизнь в кредит - это постоянный страх потери платежеспособности, потери работы, потери валюты. У человека всегда есть внутреннее напряжение. Экономность и раздражительность портят характер, а депрессивное состояние усугубляется. В психологии все чаще появляется термин "долговременный стресс".

Часто человек даже не понимает причину дискомфорта. Он отступает, сокращает общение с людьми и окружающими, видит в нем отстраненного человека, обходит его стороной. Если заемщик является единственным владельцем семьи, ситуация еще хуже. Постоянная погоня за контролем затрат, поиск дешевых вещей и продуктов - все это не приносит счастья.

Очень редко создается благоприятная обстановка и взаимопонимание, если оба партнера поддерживают семью. Часто характер обоих супругов портится, отношения портятся. Если дети постоянно видят недовольных родителей, они слышат крики об экономии и опасения роста цен. Это не очень хорошо отражается на них. Выносливость у взрослых и детей снижается, а состояние организма ухудшается. Высокий уровень адреналина нормализуется, иммунная система блокируется.

В семьях начинаются частые заболевания, и стоимость лечения возрастает. В глазах появляется постоянная тревога, лицо теряет свежесть и молодость. Отдых приносит немного умиротворения, а мысли о постоянных страхах и угрозах прочно укореняются в подсознании. Начинает развиваться бессонница, беспокоят неприятные мысли. Чтобы немного забыться, человек пробует алкоголь или наркотики. В некотором смысле это снижает напряжение, но частое повторение приводит к привыканию, и ситуация резко ухудшается. Иногда это может привести к самоубийству.

Можно ли прожить без кредита?

Двадцать лет назад люди решали свои финансовые проблемы с помощью друзей, родственников или путем сбора необходимой суммы. Что изменилось? Банковское финансирование стало намного доступнее. В магазинах нам часто навязчиво предлагают выдачу потребительских кредитов со скрытыми комиссиями. Это очень опасно, но я могу с уверенностью сказать, что вы можете прожить и без кредита. Достижение финансовых целей требует терпения.

Жизненный случай, если вам нужен кредит

Если нужны деньги, жизнь современного человека требует займы. Для развития бизнеса. Первый случай - это, например, стоимость обучения в колледже, лечения или покупки квартиры для молодой семьи. Во втором случае привлечение кредитных средств

является логичным решением, если вы покрываете дополнительные проценты для покрытия расходов по выплате процентов. В других ситуациях вам нужно очень тщательно подумать, прежде чем доверить это банку...

Психологическая саморегуляция

Что делать, если кредит выдан, а бремя долга тяжело лежит на душе? Облегчение долгового бремени невозможно. Вы должны привыкнуть к этому и жить с этим. К сожалению, для таких семей единственный выход нелегок, но главная проблема кроется только на начальных этапах. Вам нужно начать саморегулирование.

Если у вас есть возможность, лучше встретиться с психотерапевтом, но люди, которые уже покупают кредит, нарушают его, потому что это стоит денег. Если человек еще не погиб полностью, это не значит, что он потерял все. Необходимо научиться успокаивать разгневанное подсознание и перестать воображать мрачные образы. Потому что это выражено гораздо ужаснее, чем есть на самом деле.

Усталый и одинокий? Никто не звонит, не пишет и не приходит? Никакой романтики и приключений? Легко приготовить! Возьми кредит и не плати! Как вы можете помочь себе в очень сложной ситуации, когда бремя кредита давит на подсознание?

Если вы продолжите так жить, то должны понимать, что печальный конец его не дождется. Чего боится человек - если эта простая мысль дойдет до сознания, то все можно восстановить. Жизнь продолжается, и мы должны научиться наслаждаться другими и отдыхать в этих удовольствиях. К сожалению, человек больше сосредоточен на плохой ситуации, и это медленно, но верно разрушает его.

Очень важно начать обращать внимание на то хорошее, что вас окружает, радоваться этому, постоянно воспроизводить это в своих внутренних мечтах. В жизни каждого бывают чудесные моменты, но он сосредотачивается на том, что произойдет сейчас, не завтра, а 10, 20 лет спустя. Этот страх гложет, и 20 лет могут быть сокращены до нескольких лет. Если кто-то улыбается вам, запомните эту улыбку и вспоминайте ее снова и снова.

Ваши дети счастливо смеются, играя в комнате или на улице, и их лица сияют. Эти лица должны запомниться надолго. На дворе наступает весна, распускаются почки, и деревья начинают цвести. Счастье в сущности бодрствования! Запомните все эти настоящие чудеса, сделайте их своими психическими заклинаниями и поиграйте с ними в уме. Не нужно носить его в кошельке или вешать на шею. Они есть в вас, достаньте их и полюбуйте ими. Жизнь начинает налаживаться, организм выздоравливает. Это первое, самое простое и приятное занятие для себя. Только Он может сделать человека полностью нормальным.

Но когда я ухожу с работы и прихожу домой, все мое тело, кажется, пропитано усталостью. Садитесь за стол и начинайте есть. Еда сама по себе является отличным антистрессовым средством. Но вам нужно умело этим пользоваться. Тяжелые воспоминания о прошедших днях проносятся в моей голове. Тяжелые моменты продолжают вызывать недовольство, а процесс принятия пищи приобретает негативные свойства. Очень полезно выйти на улицу в спортивном костюме и быстро пробежаться, прежде чем сесть за стол с едой, но это натолкнет вас на позитивные мысли. Вам нужно громко закричать, и через некоторое время вы почувствуете огромное облегчение. Физическое поведение и кричащие продукты разжигают негативные эмоции. Однако мало кто может бегать трусцой после трудового дня.

Есть гораздо лучшие способы, чем бег, для хорошей физической активности и снятия психического напряжения. Этот вопрос обсуждается в последней части.

Очищение

Возьмите с собой боксерскую грушу и повесьте ее в удобном месте в квартире. Например, в прихожей, ванной комнате или на балконе. Не нужно одеваться и убегать. Поблизости есть тренажерные залы. "Танцуйте" вокруг него с радостью, с характерными

криками, избивая виртуальных преступников (кредиторов, банковских служащих). Дети должны воспринимать этот вид обучения с большим удовольствием и менять клавиши.

Этот метод был изобретен японскими психотерапевтами, когда в очень трудолюбивых странах активно проявлялся синдром хронической усталости и значительно повышался уровень смертности. Компания начала делать отверстия с помощью перфорационных мешков и даже с изображением лица работодателя. За обедом или после работы люди подходили и хлопали себя по счастливым лицам.

Луис Хэй, известный психотерапевт, по несколько часов в день избивал подушку у своей кровати громкими криками и проклятиями, когда у него обнаружили рак и врачи дали ему жить несколько месяцев. Чтобы восстановиться, организму нужен отдых, но что еще более необходимо, так это избавиться от гнева, обиды, агрессии, страшных снов о съедении мозга.

Усталость после долгого рабочего дня - это так называемая взрывная и умственная усталость. Вы должны соблюдать порядок и стиль поведения, разрешенные на работе, и воздерживаться от всех аспектов. Долг предполагает скрытие беспокойства по поводу кредитной нагрузки. Чтобы расслабиться и быстро пробежаться вместо усталости, многие люди, у которых дома есть мешки с песком, поражаются энергии, которую они излучают. Теперь вы можете спокойно принять душ, сесть и поесть. Очень желательно научиться осознанному ритмичному дыханию, особенно диафрагмальному. Однако это требует серьезных усилий, и заинтересованные люди найдут выход. Стрессовые ситуации в современной жизни очень шокируют людей. Значительно возросло число серьезных заболеваний и отсутствие мотивации к жизни. Хотя это не было изучено, кредитование, по-видимому, сыграло очень большую роль в таком поведении. Вы можете почерпнуть множество навыков из психологической литературы, выбрать те навыки, которые вам подходят, и применить их в жизни после получения кредита! Вы будете жить долго и счастливо! И самое главное, избегайте преждевременных покупок и жизни в кредит!

Долг за всю голову. Как работает психология долга и можете ли вы избавиться от нее?

На сегодняшний день каждый второй гражданин Казахстана получает кредит. И если одни люди хотят получить крупный кредит, такой как ипотека или покупка автомобиля, большинство из них автоматически получают потребительский кредит, а не на свои основные нужды. Почему мы постоянно в долгу и как нам с этим избавиться от долга?

Исследование показывает, что у каждого жителя Казахстана есть кредит. На каждого третьего человека приходится по несколько кредита. 20% респондентов имеют 3 или более кредитов. В то же время большинство долгов - это микрофинансовые займы. 40% респондентов имеют кредиты на сумму 500 000 тенге и более, а 38% имеют долги на сумму до 3 миллионов тенге.

Самыми популярными кредитными продуктами являются потребительские кредиты, на втором месте кредитные карты и в третьем кредиты наличными. а четвертое место - Ипотека.

По словам психотерапевта Анны Таиповой, люди, получающие кредиты, делятся на несколько типов. Первые - это люди, которые пытались погасить многие долги или регулярно получать микрофинансовые займы, но делают это сознательно. В целом, у таких людей есть практический план и четкое понимание своих способностей. Они выплачивают один долг, затем другой.

Несмотря на то, что эти люди всю свою жизнь оплачивают кредиты, то это делается запланировано, предварительно просчётом всех издержек и выплат. Кредит для них — это инструмент, — добавляет психотерапевт.

Второй тип являются импульсивные должники. Они попадают под сиюминутные порывы. действительно хочется купить новый смартфон. Для этого вы получите кредит в магазине, а позже решите, как его оплатить. Оказывается, такие люди не обладают способностью заглядывать на несколько шагов вперед, не включают повседневные расходы в глобальные издержки, а кредиты составляют значительную часть бюджета, который достается кредиторам. Многие агрессивные заемщики страдают кредитной зависимостью. Они получают новый кредит, чтобы погасить предыдущий, и застревают в долговой яме.

Исследователи также доказали, что мужчины больше заинтересованы в внезапных покупках и кредитах, чем женщины. Спонтанное потребление было особенно распространено в состоянии алкогольного опьянения, и только 46% мужчин сожалели о потраченных деньгах.

По мнению психолога Юлии Гальцевой, психология должника может формироваться по разным причинам. Некоторые люди хотят подчеркнуть свой статус и показать всем окружающим, что они могут иметь все, что захотят, здесь и сейчас. Независимо от результата. У других постоянные долговые обязательства могут быть вызваны детской травмой. Например, если в детстве кто-то был старшим в семье и ему часто говорили, что он должен помогать молодежи, хорошо учиться и добиваться успеха, формируется искаженное восприятие самого себя. "Я в долгу перед всеми" работает в подсознании. И если человек по-настоящему свободен, он невольно дает себе заем, чтобы подтвердить это обещание.

В конце 20-го века стэнфордские ученые провели "эксперимент с маршмеллоу", в ходе которого попросили детей выбрать между небольшим вознаграждением, которое они получили немедленно, и более крупным вознаграждением, если они могли подождать некоторое время. Только треть детей ждала компенсации. Десять лет спустя ученые повторили эксперимент и обнаружили, что дети, которые умели ждать вознаграждения, были более успешными и показывали хорошие результаты в учебе. Это исследование доказывает, что сознательное мышление и способность ждать выгод неразрывно связаны с благополучием человека на протяжении всей жизни.

Как не остаться в долгу?

Если вы один из тех, кто получает кредит на телевизор, смартфон или внезапную поездку, вы думаете, что в этом нет ничего плохого, и ваш долг растет с каждым месяцем, есть несколько шагов, чтобы избавиться от этой привычки.

Во-первых, вам необходимо ознакомиться со списком покупок. А в магазинах используйте правило "10 секунд". Если вам нужен продукт, подумайте в течение 10 секунд, действительно ли он вам нужен или это спонтанное желание.

Во-вторых, когда кредит будет одобрен, не пытайтесь превратить некоторые из своих забот и проблем в покупки и сиюминутное ощущение богатства. Если вы испытываете стресс и думаете, что покупка новой машины или компьютера сделает вас счастливее, вспомните о своих предыдущих тратах. Ты уже давно не был счастлив, не так ли? Делайте упражнения, рисуйте картинки, пойте песни. Все, что может увеличить выработку эндорфинов и облегчить депрессию

В-третьих, подготовьте личную записную книжку с лихорадкой. Кому и сколько я должен, кто и сколько я должен себе. Укажите план оплаты там же. Таким образом, вы можете четко видеть всю финансовую ситуацию. Возможно, это поможет вам избежать дополнительных трат.

Если ваша кредитная ситуация уже вышла из-под контроля, не стесняйтесь обращаться за помощью. Свяжитесь с друзьями, родственниками, финансовыми экспертами и психологами. Родственники могут поддержать вас, инвесторы и юристы подскажут вам, могут ли какие-то сделки считаться недействительными или вам нужно объявить о личном банкротстве, а психологи помогут вам решить проблемы, связанные с выплатой долга и его поиском.

Самое главное - не брать еще один кредит, чтобы расторгнуть предыдущий, и не совершать других неблагоприятных поступков.

Деньги - это источник новых возможностей, которыми вы должны уметь управлять. И лучше, если это будут ваши собственные деньги, а не деньги, взятые займы у друзей или банков.

3. Кредитная зависимость: причины возникновения и лечение

Кредитная зависимость - это новая болезнь современности, которая относится к таким зависимостям, как лудомания, зависимость от азартных игр, компьютерная зависимость и шопинг-зависимость. Часто человек страдает от двух болезней: шопинга и кредита.

Всегда находились люди, которые не могли продержаться от зарплаты до зарплаты, которые делали три выстрела до получки, и, если им везло, их мужья или жены брали на себя финансовое планирование семейного бюджета.

Однако по мере того, как экономика менялась, кредитование становилось доступным, отношение к кредитованию смягчалось, и кредитное безумие превратилось в эпидемию. Появление кредитных карт перевернуло психологию людей с ног на голову. Все, что нельзя было достать - красивую одежду, дорогое оборудование, дешевые автомобили - находилось на расстоянии взмаха волшебных карточек.

Все кредитные работники верят, что они смогут погасить свои кредиты, иначе они будут чрезмерно доверчивы, но это болезнь, которая напрямую ведет в финансовую яму - решайте денежные проблемы заемными деньгами. Нередко один-единственный заем доводит человека до самоубийства. Без надлежащей помощи зависимый может оказаться не в состоянии справиться с ситуацией. В этой статье мы рассмотрим причины и пути решения проблемы.

Кредитомания - источник заболевания

Основными причинами, по которым люди полагаются на займы и ссудоотдачи, являются:

* Крайняя ревность к богатым и желание самоутвердиться в их глазах. Она должна выглядеть богаче, чем есть на самом деле, и формат важнее содержания.

* Неконтролируемое желание запечатлеть то, что вы любите здесь и сейчас.

* Доступные кредиты: Теперь вы можете легко получить кредитные карты в любом магазине и на веб-сайте с минимальным количеством документов и относительно большими суммами.

* Низкое финансовое понимание. Неохотно разбираюсь в гонораре, читаю условия контракта и надеюсь на "авось".

* Эффективность рекламы: люди действительно верят, что покупка этой куртки, духов, телефона, автомобиля сделает их счастливее и сделает более привлекательными для противоположного пола.

* Низкий уровень дохода или его полное отсутствие. До появления кредитов люди, не имеющие денег, не видели вещей, но теперь они стали доступны, и у них появилась иллюзия, что они могут себе это позволить.

Психологические причины получения кредита

Как и при других зависимостях, люди, которые ведут себя зависимо, склонны полагаться на кредит по психологическим причинам. Зависимый человек несовершенно и не может жить без цели зависимости, которая может выражаться в других людях, алкоголе, азартных играх, телефоне, еде или во всем, что не является необходимым для жизни человека.

Зависимый человек не может быть одинок, не любит себя и мир, в котором он живет, чувствует, что ему этого недостаточно, и добивается успеха. У него всегда очень низкая самооценка, и у него могут быть некоторые психологические проблемы. Люди, которые полагаются на кредиты, испытывают сожаление и неудовлетворенность, когда они не могут жить. Счастье приходит от осознания возможности тратить деньги. Именно так они чувствуют силу и могущество, не осознавая, что компенсируют их недостаток таким неприятным способом.

У зависимого поведения есть причины:

Воспитание

Это начинается с детства. Если ребенка кормили по часам без спроса, он больше не брал его на руки, "чтобы не привыкать к его рукам". Ресурсы, потому что он не оправдывает ожиданий и не может объяснить себе, почему он сейчас не дает грудь или бутылочку, почему он не ласкает и не утешает. Вопреки распространенному мнению, такое воспитание не делает ребенка терпеливым и стабильным, и, наоборот, взрослея, такой человек не может быть терпеливым и подсознательно боится, что его потребности не будут удовлетворены. Если он готов принять то, что ему нравится, то внезапно это время исчезает навсегда. Поэтому требования у кредитных наркоманов очень высоки, способность откладывать удовлетворение, критическое мышление и планирование развиты слабо.

Физиология

Центры удовольствия, расположенные в мозге наркоманов, стимулируются недостаточно, поэтому необходим допинг: алкоголь, еда, табак, игры, деньги и т.д.

Кредиты и долги - это не причина, а результат. Причиной этого является зависимая психология, склонность к зависимому поведению.

Признаки и симптомы зависимости от займов

Если вы наблюдаете эти симптомы на себе, то проблема кредитной зависимости вам знакома.

Нуждаюсь в помощи и лечении.

О неадекватном понимании реальности

"Да, у меня 2 миллиона долгов, 30 000 ежемесячных платежей, и в настоящее время я полагаюсь на микрофинансовые займы, но это не проблема. Я делаю это медленно".

о Неперсонализация

Когда вы покупаете им банковский кредит, человек смотрит на то, что происходит снаружи. Он наблюдатель, а не участник истории.

Пассивное отношение к реальности

"Да, я все понимаю, я знаю, что попал в финансовую ловушку, но у меня нет сил, энергии, воли разобраться в ситуации и начать ее решать".

Сильное чувство вины

Попытки все прекратить раз за разом терпят неудачу, человек испытывает стыд и вину, покупает другое на заемные деньги и успокаивается.

О, мысль о " туннеле "

Человек следует непоследовательной модели поведения. Я получил ссуду, чтобы погасить кредит, но выхода нет, как будто я иду по узкому туннелю и не могу выйти за его пределы.

О, обман, тайна

Человек лжет близким об источнике средств на покупку, размере и количестве займов, лжи, займах и погашении долгов. Обманите банк вопросами, связанными с опытом работы, уровнем дохода и целью получения кредита.

о Повышенная тревожность и агрессия, психическое напряжение

Наркоманы находятся в состоянии стресса и не могут выбраться из порочного круга.

о Уклонение от ответственности

Это главная характеристика всех наркоманов. Их психология такова, что они не могут взять на себя ответственность за свою жизнь.

о Не удалось сохранить или остановить.

Почти все ценные вещи приобретаются в кредит.

о Иждивенцы приобретают предметы, которые при их уровне дохода могут считаться роскошью.

Дорогие телефоны, ювелирные изделия, автомобили

о Которые жертвуют более 50% дохода банкам и кредиторам

о Займы используются для погашения предыдущих займов.

Кредитные карты всегда заканчиваются на самом дне

Грозит ли вам кредитная зависимость?

Используйте этот тест, чтобы выяснить, подвержены ли вы риску кредитной зависимости.

1. Используется ли большая часть вашего дохода для погашения долгов?
2. Есть ли у вас более одного кредита, кредитной карты?
3. Планируете ли вы продолжать покупать все свои крупные товары травматично?
4. Используете ли вы заемные средства при покупке бытовой техники, телефонов, компьютеров?
5. Часто ли вы занимаете деньги у друзей, родственников, коллег?
6. Возвращаете ли вы взятые займы деньги вовремя или не возвращаете их, но не лишаете себя радости и удовольствия (отдых, шопинг и т.д.).
7. Получали ли вы когда-нибудь микрофинансовый заем для погашения предыдущего кредита?
8. Нет финансовой подушки безопасности?
9. Планируете ли вы расходы, исходя из дохода?
10. Планируете ли вы свой доход и знаете ли размер своего дохода?
11. Не любите заботиться и заботитесь о том, чтобы купить то, что вы хотите?
12. Есть ли у вас задолженность по оплате услуг (другие необходимые)?
13. Как вы думаете, другие люди судят о вас по марке автомобиля, одежды, телефона?

Если вы ответите "да" более чем на восемь вопросов, у вас возникнет кредитная мания, поэтому вам следует поработать с психотерапевтом с помощью финансового консультанта.

Если ответ от 5 до 7 "Да", вам следует подумать и изучить финансовую грамотность, а также проконсультироваться с кредитными консультантами и юристами.

Если вы ответили "да" на 5 или менее вопросов, вы подвергались риску. Измените свое отношение к деньгам, пока не стало слишком поздно.

Как избежать закредитованности

Если вы не можете прожить на собственную зарплату, постоянно просите денег у знакомых, родственников и друзей. Если девиз "Живи сегодня - предлагай завтра" кажется вам вполне логичным, то существует риск возникновения кредитной зависимости. Это также опасно:

Вы не понимаете, куда идут деньги, и они просто "испаряются".

Без наличных денег на руках - беспокойство.

Мне нравится сам процесс покупки, а не сами товары.

о Склонны совершать покупки импульсивно.

Когда вы неважно себя чувствуете, вы утешаете себя мыслью о походе по магазинам, в торговый центр или интернет-магазин.

О, вы судите о других как о своих и верите, что их отношение к вам определяется тем, что вы носите, какая машина, какие у вас часы.

Ниже приведены ключевые рекомендации, которые могут помочь вам, если все или большинство из вышеперечисленного относится к вам самим.

Научитесь получать удовольствие от чего-то другого, кроме шоппинга

Не подавляйте свои эмоции, живите такими, какие вы есть.

С помощью психолога вам расскажут, как справиться с ситуацией, принять себя и повысить самооценку.

Групповая терапия также помогает. В России существует анонимное сообщество должников.

Учитесь жить здесь и сейчас и используйте для этого упражнения на осознанность и медитацию.

о Вооруженный простыми практическими навыками. Перед походом в магазин составьте список покупок, не ходите бесцельно по магазину, отписывайтесь от рассылок интернет-магазина.

Если вы уже попали в кредитную ловушку, немедленно предпримите следующие шаги:

Самое главное - это диагностировать проблему. Если он у вас есть, значит, половина заданий уже выполнена, так что вы можете продолжать.

1. Проведите аудит своих финансов. Не прячьте голову в песок, точно рассчитайте сумму, причитающуюся банку. Создайте план платежей для каждого банка и кредитора.

2. Попросите своего любимого человека о помощи. Обращение к ним с готовым планом, а не с просьбой выкрутить деньги, поможет вам выбраться из ловушки.

3. Начните с отзыва всех кредитных карт. Самое большое искушение.

4. Рефинансируйте существующий долг. Банки обычно охотно откликаются на такие требования, и условия для таких программ всегда хорошие.

5. Не думайте о текущей ситуации как о тупиковой. Это просто столкновение путей, и при желании все может быть решено.

6. Не будьте затворником. Ваша задача состоит не в том, чтобы уйти в монастырь и выбросить все богатства мира, а в том, чтобы найти баланс и потреблять рационально. Вознаграждайте себя за каждый успешный финансовый шаг. Расторгните кредит досрочно - сходите в кино или купите только то, что вы давно хотели, но можете себе позволить. Если вы будете отказываться от всего в течение длительного времени, это закончится крахом, как нервным, так и финансовым.

7. Решите для себя, как жить свободным человеком, что делать вне рабского состояния банка и как уничтожить финансовые ресурсы, которые вы теперь ежемесячно приносите

в

банк.

Как избавиться от кредитной зависимости навсегда

Для того чтобы избавиться от кредитомании, нужно избавиться себя от её причины — зависимого типа мышления. Сделать это в одночасье невозможно, и без помощи психолога это может и не получиться. Нужно работать в двух направлениях: повышать самооценку и учиться находить радость во всём, что вас окружает, а не только в объекте зависимости.

1. Возьмите ответственность за свою жизнь.

Серьезная проблема зависимых людей заключается в том, что они живут так, как будто их жизнь им не принадлежит, как будто все каким-то волшебным образом меняется, как будто кто-то другой берет займы и живет. Нет, это твоя жизнь. Пройдите, и только вы сможете это изменить.

2. Подружитесь со словом – дисциплина

Деньги и дисциплина - хорошие друзья. Планируйте свои расходы, ведите свой бюджет, смотрите, куда "текут" ваши финансы, и правильно распределяйте их. Это может сработать не сразу, но важно начать и выработать привычку вести ежедневный учет расходов..

3. Не ходите в торговые центры просто так.

4. Не покупайте товары по сиюминутному импульсу.

Утро и ночь - более сложные периоды. Появилось желание покупать дорогие вещи и проводить там день и ночь. Обычно утром этот новый MacBook не так уж и нужен, и вы можете сделать это со старым MacBook, а можете купить что-нибудь гораздо дешевле.

5. Учитесь находить радость в простых повседневных вещах.

Прогулки, йога, книги, приготовление пищи, встречи с друзьями и т.д. - все это простые и недорогие удовольствия, которые высвобождают эндорфины и могут быть использованы каждым в любое время..

6. Ведите дневник эмоций.

Не накапливайте негативные эмоции, размышляйте и живите. Чтобы избавиться от них, заведите дневник и записывайте каждый день все, что с вами происходило, чувства, которые вы испытывали, и причины этого. Работайте с причинами эмоций, а не с самими эмоциями. Чтобы найти первопричину, поработайте с психологом.

7. Научитесь воспринимать себя не через вещи.

Вы не принадлежите себе, и их ценность и количество не определяют вашу человеческую ценность.

8. Обратитесь за помощью

Найдите любимого человека, профессионального психолога и группу поддержки для лечения зависимости. Вам также следует связаться со своим финансовым консультантом и кредитным юристом..

9. Относитесь к деньгам как инструменту.

Вы можете занять деньги, и вы уже все хорошо рассчитали, только в том случае, если сможете увеличить свой доход. или срочная необходимость - лечение, ремонт и т.д.

10. Никогда не берите кредит, если вы не понимаете, как и чем вы будете его отдавать.

Упражнение

Чтобы принять решение о кредите, подумайте о том, что делать, если завтра вы потеряете свой основной источник дохода. Составьте практический план для этого и объясните, где вы можете взять деньги (нет, это не может быть новый заем или долг). Вы знаете, где взять деньги? Хорошо, возьми это и погаси свой существующий кредит.. Если ты не знаешь, не будь в долгу.

Заключение

Все зависимости формируются по одному и тому же механизму. У алкоголиков, игроманов, кредитных наркоманов много общего. Они объединяются с одной целью: убежать от реальности любой ценой. Столкновение с реальностью пугает и разочаровывает их.

Борьба с зависимостью начинается с осознания проблемы. Взгляните правде в глаза и возьмите на себя ответственность за свою жизнь и поступки. Никто не поможет вам, пока вы не начнете помогать себе сами, но как только вы примете твердое решение, появится множество возможностей и вариантов, которые могут изменить вашу жизнь.

Контрольные вопросы

1. Объясните плюсы кредитования
2. Объясните минусы кредитования
3. Дайте определение понятию кредит, кредитная зависимость
4. Возможна ли жизнь без кредитов? Напишите причины, почему люди берут кредиты?
5. «Покупайте сейчас – платите потом!» (кредитные карты). Опишите механизм влияния данной информации на личность
6. Как избежать закредитованности?
7. Как избавиться от кредитной зависимости навсегда?

Список рекомендуемой литературы

1. Мелия, М. Бизнес - это психология: Психологические координаты жизни современного делового человека / М. Мелия. - М. : Альпина Паблишер, 2018. - 510 с. - ("Альпина: психология и философия") Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1), http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
2. Жунисбекова, Ж.А. Психология управления : учебное пособие для магистрантов экономических и технических специальностей / Ж. А. Жунисбекова. - Шымкент : ЮКГУ, 2020. - 218 с. Экземпляры: всего:3 - Ч4(3) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
3. Роуч, М. Алмазный Огранщик: система управления бизнесом и жизнью / М. Роуч ; пер. с англ. Ковалева В. - М. : Изд. АСТ, 2019. - 352 с. - (Система Алмазный Огранщик) Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1). https://elib.kz/ru/search/read_book/1618/ http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
4. Беленко, О.Г. Психология управления : учебное пособие для магистрантов / О. Г. Беленко. - Алматы : CyberSmith, 2021. - 288 с. Экземпляры: всего:60 - Ч5(2), Ч4(2), А3(13), А6(13), ХР(30) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe <https://openu.kz/kz/book/pedagogikany-cifrlыq-d-uirde-qayta-zerdeleu-hhi-gasyrdagy-oqytu-dizaynu>
5. Сатова, А.К. Методы научных исследований в психологии : учебное пособие / А. К. Сатова. - Алматы : АҚНҰР, 2018. - 110 с. Экземпляры: всего:30 - Ч5(2), Ч4(2), А3(13), А6(13) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
6. Shomanbayeva, A.O. «Psychology of conflict management»-Tutorial : for master degree of all specialties / A. O. Shomanbayeva. - Shymkent : SKSU named after M. Auezov , 2020 о=эл. опт. диск (CD-ROM) Экземпляры: всего:1 - КЦ(1). http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
7. Лазарева, Е.А. Психология и развитие человека. Схемы : учебное пособие / Е. А. Лазарева, Д. А. Жансерикова, Р. Ш. Сабирова. - Караганда : "Ақ Нұр", 2019. - 258 с. Экземпляры: всего:30 - Ч5(2), Ч4(2), А3(13), А6(13) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
8. Психология бизнеса. Теория и практика: учебник для магистров / под. общ. ред. Н.Л.Ивановой, В.А. Штроо, Н.В.Антоновой. - М.:Издательство Юрайт, 2017. - 509с. - Серия:магистр.
9. Мандель, Б. Р. Современная организационная психология. Модульный курс : учебное пособие для обучающихся в гуманитарных вузах (бакалавры, магистры) / Б. Р. Мандель. — М.-Берлин : Директ-Медиа, 2016. —446 с.
10. Карнеги, Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги ; пер. с англ. Л.А. Кузьмина. - Минск : Попурри, 2019. - 352 с. Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
11. Кузин, С.А. На линии огня. Искусство отвечать на провокационные вопросы / С. А. Кузин. - М. : Эксмо, 2019. - 416 с. - (Психологический бестселлер) Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
12. Вальдшмидт, Д. Будь лучшей версией себя. Как обычные люди становятся выдающимися / Д. Вальдшмидт ; пер. с англ. И. Гайдюк. - 5-е изд. - М. : Манн. Иванов и Фербер, 2019. - 208 с. Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
13. Андерсон, К. TED TALKS. Слова меняют мир: первое официальное руководство по публичным выступлениям / К. Андерсон ; пер. с англ. Т.О. Новиковой. - М. : Эксмо, 2019. - 288 с. - (Психология влияния) Экземпляры: всего:2 - ЧГ(2). http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe

14. Ариели, Д. Позитивная иррациональность: Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков / Д. Ариели ; пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2019. - 312 с. Экземпляры: всего:1 - ЧГ(1) http://www.lib.ukgu.kz/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe
15. Заярная Л.Д. Психология бизнеса: Электронный курс.: - СПб., СПбУУиЭ 2012
16. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса: Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2008. -304 с: ил. -(Серия «Учебное пособие»).
17. Позняков В. П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М. : Изд-во ИП РАН, 2001.; Филинкова Е. Б. Психология российского предпринимательства: учеб, пособие. М.:Ректор, 2007.
18. Бергис, Т.А. Психология бизнеса : практикум для студентов спец. 030301 «Психология» (специализация «Психология управления») очной формы обучения / Т.С. Бергис. – Тольятти : ТГУ, 2008. – 68 с
19. Бизнес — это психология: Психологические координаты жизни современного делового человека / Марина Мелия. — 4-е изд. — М.: АльпинаБизнес Букс, 2006. — 352 с.
20. Рябинина Е.В., Экономическая психология: учебно-практическое пособие / Е.В.Рябинина. Челябинск: изд-во Южно-Урал. Гос.гуманит.-пед. Ун-та, 2019. – 80с.
21. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Психология предпринимательства: Учебное пособие. – М., 2003.
22. Бабаева Л. Образ предпринимателя на страницах газет // Деловой мир. 1992. № 48.
23. Бизнесмены России: 40 историй успеха. М., 1994.
24. Дейнека О.С. Экономическая психология: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2000.
25. Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е. Психология бизнеса. М., 2005 г.
26. Крылов А.А. Психология. Учебник./ Под редакцией А.А. Крылова.- М.:ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2000.-584с.
27. Столяренко Л.Д. Психология управления: Учебное пособие / Л.Д. Столяренко.- Изд. 3-е.– Ростов н/Дону: Феникс, 2006.-512 с. __
28. Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. 2-е изд. М., 1990.
29. Психология: Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. 2-е изд. М., 1990.
30. Ратинов А.Р. Личность преступника и проблема ценности // Вопросы борьбы с преступностью. М., 1978. Вып. 29. С. 102 - 103.
31. Лысков Б.Д., Курбатова Т.Н. Основы юридической психологии. С. 23 - 38.
32. Чефранов В.А. Правовое сознание как разновидность социального отражения (философско-методологический очерк). К., 1976. С. 13.
33. Васильев В.Л. Юридическая психология. М.: Юридическая литература, 1991. С. 20.
34. Еникеев М.И. Юридическая психология. М.: Норма, 2006. С. 56.
35. Бехтерев Ю.Ю. Изучение личности заключенного. М., 1928. С. 27.
36. Познышев С.В. Криминальная психология. Преступные типы. М., 1925. С. 32 - 45.
37. Лазурский А.Ф. Очерки науки о характерах. М., 1995. С. 36 - 49.
38. Иншаков С.М. Криминология: Учебное пособие. М., 2006. С. 47.
39. Ларичев В.Д., Бембетов А.П. Налоговые преступления. М., 2001. С. 40 - 43.
40. Романов В.В. Юридическая психология. М., 2002. С. 279.
41. Криминология: Учебник / Под ред. акад. В.Н. Кудрявцева, проф. В.Е. Эминова. М.: Юрист, 1995. С. 80 - 81.
42. Ратинов А.Р. Личность преступника и проблема ценности // Вопросы борьбы с преступностью. М., 1978. Вып. 29. С. 102 - 103.
43. Шиханцев Г.Г. Юридическая психология. СПб., 2002. С. 26 - 45.
44. *Наталья Гетьман и Юлия Литвинова.* Налогоплательщики глазами психолога. <https://iq.hse.ru/news/177673493.html>

Содержание

Введение	5
Модуль 1. ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ НАУК	6
Тема №1 Теоретические основы психологии бизнеса	6
Тема №2 Психология предпринимательства	26
Тема №3 Психология Личности	44
Тема № 4 Социальная психология личности бизнесмена	60
Тема № 5 Конкуренция и конкурентность в бизнесе	70
Тема № 6 Психологический анализ экономических категорий	76
Тема № 7 Психология отношения к деньгам	84
Модуль 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ В БИЗНЕСЕ	96
Тема № 8 Организационная психология бизнеса	96
Тема № 9 Ролевое поведение в организации	109
Тема № 10 Психологические аспекты и этика деловых отношений в бизнесе	115
Тема № 11 Психология профессиональной успешности	119
Тема № 12 Психология деятельности: общее понятие и структура	125
Тема № 13 Психологическое консультирование: особенности, техники, стадии	131
Тема № 14 Психология личности налогоплательщика, ее поведенческие особенности	135
Тема № 15 Жизнь в кредит: психология заемщика	152
Список рекомендуемой литературы	165
Содержание	167

Мергенбаева Азиза Тоймаханбетовна
Абишова Айжан Уринбасаровна

Учебное пособие
по дисциплине «Психология бизнеса: теория и практика»
для магистрантов
МВА по ОП «7М04171 – Деловое администрирование»,
ЕМВА по ОП «7М04173 – Деловое администрирование»

Редактор Мергенбаева А.Т., Абишова А.У.

Подписано в печать ____ . ____ . 2023 .

Формат бумаги ХхУ 1/16

Бумага типографская. Печать офсетная. Объем 10,5 п.л.

Тираж 100 экз. Заказ №

© Издание Южно-Казахстанского университета им. М.Ауезова
Издательский центр ЮКУ им. М.Ауезова, г. Шымкент,
пр. Тауке -хана, 5