

Психология бизнеса

Теория и практика

Учебник для магистров

Под общей редакцией **Н. Л. Ивановой,**
В. А. Штроо, Н. В. Антоновой

Допущено Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям

Книга доступна
в электронной библиотечной
системе **biblio-online.ru**

Москва
 **Юрайт**
ИЗДАТЕЛЬСТВО

2014

УДК 159.9
ББК 88.4я73
П86

Рецензенты:

Базаров Т. Ю. — доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии МГУ им. М. В. Ломоносова;

Лебедев А. Н. — доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой прикладной психологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

П86 **Психология бизнеса. Теория и практика** : учебник для магистров / под общ. ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 509 с. — Серия : Магистр.

ISBN 978-5-9916-2972-0

В учебнике представлена авторская концепция психологии бизнеса как прикладной области психологической науки, в основе которой лежат понимание бизнеса как деятельности и анализ основных составляющих бизнеса: личности субъекта бизнеса, организации как формы функционирования бизнеса и потребителя как конечной цели и фактора бизнес-деятельности. Отражены результаты научных исследований авторов в рамках работы в лаборатории «Психология бизнеса» НИУ ВШЭ над проектом «Самоопределение личности в бизнесе: модели и подходы» в 2010—2012 гг. Для лучшего усвоения материала студентами представлены авторские наработки по организации самостоятельной работы студентов, в конце каждой главы помещены проектные задания и анализ кейсов, а также инструментарий для работы бизнес-психолога в различных сферах бизнеса, вопросы и задания для самоконтроля и задания-проекты для развития практических навыков.

Учебник соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения.

Для студентов магистратуры, обучающихся по направлению «Психология» (по магистерской программе «Психология в бизнесе»), а также магистрантов экономических специальностей, изучающих психологические аспекты бизнеса, аспирантов и преподавателей. Может быть использован предпринимателями и менеджерами в целях повышения эффективности управления персоналом.

УДК 159.9
ББК 88.4я73

ISBN 978-5-9916-2972-0

© Коллектив авторов, 2013
© ООО «Издательство Юрайт», 2014

Авторский коллектив:

Иванова Наталья Львовна — доктор психологических наук, профессор кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ — гл. 1, 3;

Купрейченко Алла Борисовна — доктор психологических наук, профессор кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ — гл. 1, 2, 3;

Патоша Ольга Ивановна — кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ — гл. 2, 6;

Антонова Наталья Викторовна — кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ — гл. 4, 6;

Штроо Владимир Артурович — кандидат психологических наук, профессор, заведующий кафедрой организационной психологии НИУ ВШЭ — гл. 5.

Оглавление

Введение	7
Глава 1. Психология бизнеса как направление в психологической науке.....	12
1.1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы, место в системе наук, история становления	12
1.2. Бизнес как социально-экономический феномен.....	38
1.3. Направления исследовательской и практической деятельности психологов в бизнесе	51
1.4. Психологические аспекты проблемы социальной ответственности и этики бизнеса	59
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	<i>86</i>
<i>Задания-проекты</i>	<i>87</i>
Глава 2. Бизнес как деятельность	89
2.1. Психологические аспекты анализа бизнеса как деятельности	89
2.2. Особенности принятия решений в бизнесе.....	112
2.3. Взаимоотношения субъектов бизнеса: конкуренция и партнерство, доверие и недоверие	136
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	<i>156</i>
<i>Задания-проекты</i>	<i>157</i>
Глава 3. Личность и успех в бизнесе.....	160
3.1. Субъекты бизнеса: участники, ролевой репертуар	160
3.2. Самоопределение личности в бизнесе	171

3.3.	Профессиональные деформации личности в бизнесе	207
3.4.	Успех в бизнесе.....	221
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	261
	<i>Задания-проекты</i>	262
Глава 4.	Психологическая помощь субъектам бизнеса	263
4.1.	Стресс в бизнесе и стратегии его преодоления	263
4.2.	Диагностика профессиональной пригодности и психологических проблем личности в бизнесе.....	270
4.3.	Психологическое консультирование как вид психологической помощи субъектам бизнеса	284
4.4.	Коучинг как вид психологической помощи.....	291
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	300
	<i>Задания-проекты</i>	301
Глава 5.	Организация в бизнесе.....	320
5.1.	Организация как инструмент бизнеса	320
5.2.	Жизненный цикл организации. Факторы организационного развития	340
5.3.	Личность и организация	356
5.4.	Коммуникация в организации	373
5.5.	Организационная культура: диагностика и развитие	387
5.6.	Работа психолога в организации.....	402
	<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	414
	<i>Задания-проекты</i>	415
Глава 6.	Потребительское поведение как результат и фактор бизнес-деятельности	416
6.1.	Маркетинг в деятельности бизнес-организации.....	417
6.2.	Психологические особенности потребительского поведения	422

6.3. Психологические методы исследования рынка и конкурентов	428
6.4. Психологические аспекты рекламы и продвижения товара	437
6.5. Имидж как фактор развития бизнеса.....	460
6.6. Психологические механизмы и методы создания и продвижения бренда	473
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	490
<i>Задания-проекты</i>	491
Приложения	492
Приложение 1. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Л. Константина.....	492
Приложение 2. Психотехническая матрица рекламного воздействия (Пронина, 2002)	504
Приложение 3. Поисковая таблица (Пронина, 2002)	506
Список литературы	507

Введение

Психология бизнеса — современная отрасль психологии, которая возникла на стыке многих дисциплин, прежде всего таких, как психология, социология и экономика, под влиянием процессов социального и экономического развития общества. Становление этого нового направления в психологической науке является реакцией на многочисленные проблемы, стоящие перед представителями малого и среднего бизнеса и требующие участия профессиональных психологов. Именно развитие новых социально-экономических отношений в стране приводит к тому, что практическая психология активно включается в область бизнеса. В частности, растет востребованность тех направлений психологической работы, которые связаны с психологическим сопровождением деятельности различных бизнес-структур. В то же время среди бизнесменов появляется все больше сторонников профессионального регулирования и учета психологических процессов и проблем, которые имеют место практически в любой бизнес-организации.

Выражение «бизнес — это психология» звучит как тезис, который принимается многими представителями российского бизнеса. Сегодня многим организациям (компаниям, фирмам, предприятиям), занимающимся производством и продажей товаров и услуг, для повышения эффективности работы необходимы специалисты-психологи, которые хорошо понимают особенности современного бизнеса и роль человеческого фактора в достижении поставленных целей, способны направить активность руководителей и персонала на преодоление трудностей, повышение конкурентоспособности и развитие организации. Для специалистов, которые будут осуществлять психологическое сопровождение работы бизнес-организаций, важно видеть всю многоплановость, сложность и противоречивость бизнеса. В учебнике дается его анализ на различных уровнях: психологическом, социально-психологическом, социологическом.

На психологическом (личностном) уровне анализа исследователей интересует личность человека, занимающегося пред-

принимательской деятельностью. Надо отметить, что в нашей культуре до сих пор не сложилось четкого понимания профессий, однозначно относящихся к бизнесу. Чаще всего термины «предприниматель» и «бизнесмен» употребляются как синонимы, но в любом случае психологически исследуется деятельность, направленная на получение прибыли, что и составляет суть бизнеса.

На социально-психологическом уровне анализа на первый план выступают особенности организаций и групп, осуществляющих бизнес-деятельность. Изучаются закономерности возникновения и функционирования бизнес-организаций, влияние различных аспектов взаимодействия людей на результат их совместной деятельности, особенности поведения и общения индивидов в бизнес-сообществе и бизнес-среде и т.д. Современным направлением исследований в этой области является изучение организации как инструмента бизнеса, т.е. особенности координации деятельности людей: руководство, лидерство, стимулирование, разрешение конфликтов и другие проблемы, возникающие в ходе деятельности организации.

На социологическом уровне бизнес рассматривается прежде всего как социальный институт, который играет большую роль в жизни всего общества. И хотя в социологии нет единого понимания термина «социальный институт», можно сказать, что бизнес представляет собой организованную систему связей и социальных норм, которая объединяет значимые ценности и процедуры бизнес-организаций, удовлетворяющие основным потребностям общества.

Таким образом, бизнес может рассматриваться в разных аспектах:

- как особая деятельность, направленная на получение прибыли, и предъявляющая определенные требования к личности деятеля;
- как организация (группа людей), имеющая свои закономерности возникновения и функционирования;
- как социальный институт, оказывающий существенное влияние на социальные структуры и порядок в обществе, социализацию граждан и стандарты общественного поведения.

Все выделенные составляющие бизнеса (деятельность, организация, социальный институт) тесно связаны между собой, взаимно дополняют и обогащают друг друга. Поэтому представители различных областей знаний, по-разному изучая и интерпретируя бизнес, должны учитывать эти стороны биз-

неса как сложного общественного и психологического явления. Современная, еще очень молодая психология бизнеса развивается, опираясь на все три уровня анализа бизнеса. Такой многоплановый подход к бизнесу позволяет более полно учесть различные стороны этого сложного явления в процессе подготовки и практической работы психологов в бизнес-организациях. Это сложный путь, поскольку он предполагает адаптацию академического научного аппарата к решению задач практической психологии, что в любой прикладной отрасли представляет собой наибольшую трудность.

Бизнес также невозможно рассматривать, не касаясь личности того, кто его создает — субъекта бизнеса. Становлению и самоопределению личности в бизнесе уделено значительное внимание в данном учебнике. Важное место занимает также анализ той стороны, ради которой и возникает бизнес — потребителей, а также механизмов и методов продвижения товара как продукта бизнеса. Таким образом, в психологии бизнеса как прикладной области психологической науки можно выделить следующие разделы, соответствующие основным главам учебника: психология бизнеса как деятельности, психология личности в бизнесе, организация как форма существования бизнеса, психология потребителя и продвижения товара как продукта бизнес-деятельности. Большое внимание в учебнике уделяется практической работе бизнес-психолога с личностью, организацией и потребителем в системе бизнес-деятельности.

Логика учебника учитывает многоплановость бизнеса, его важную позицию в обществе, социальные и психологические последствия его активного развития в современной России. Учебник предназначен для подготовки психологов, способных квалифицированно осуществлять психологическое сопровождение работы бизнес-организаций и их собственников. При проведении психологической работы с бизнесменами и бизнес-организациями необходимо учитывать ту роль, которую играет бизнес в обществе и истории человечества. Многими авторами предпринимательство рассматривается как главная созидательная сила всякой цивилизации.

Представитель Гарвардской школы бизнеса профессор У. Донхэм писал: «Во многих своих процессах бизнес — это разрушитель рутины и социальных ценностей. Снижение цен и прорыв новых компаний на рынок сопровождаются исчезновением многих милых и привычных нашему сердцу деталей окружения, ломкой некогда добрососедских отношений между мел-

кими торговцами и владельцами маленьких предприятий, ломкой традиций и истории, резким и неприятным для многих усугублением социального расслоения людей.

Но у этих процессов есть и оборотная сторона медали. И хотя бизнес — это разрушитель множества социальных традиций, но он также и величайший в мире строитель новых традиций. На место «общинной», соседской культуры приходит новая, корпоративная культура. Реклама становится элементом реальности и активно насаждает свои цели и ценности. Бизнес — это постоянный строитель новых путей развития, постоянный экспериментатор, безостановочно ищущий новые способы создания смыслов и ценностей» (Емельянов, Поварницына, 1998, с. 44).

Материал данного учебника подготовлен на основе многочисленных работ психологов, опубликованных в отечественной и зарубежной печати. Кроме того, в нем учитывается многолетний опыт работы авторов в качестве исследователей, консультантов, тренеров, организаторов учебных программ с бизнес-организациями и представителями бизнеса.

Использованные в данном учебнике психологические тесты и методики приведены исключительно в учебных целях. Для использования методик в целях психодиагностики или научных исследований, а также получения психометрических данных просьба обращаться к авторам — разработчикам методик.

Хочется выразить признательность тем, кто помог нам создать эту книгу, и прежде всего Л. А. Петровской, профессору кафедры социальной психологии МГУ, за моральную поддержку на стадии разработки проблематики учебника, студентам факультета психологии НИУ-ВШЭ за энтузиазм в отношении новой исследовательской области и предоставленные материалы, коллективу кафедры организационной психологии НИУ-ВШЭ за критические замечания при обсуждении разделов пособия, всем авторам, к чьим материалам мы обращались при написании учебника.

В результате изучения материала учебника студент должен:

знать

- основные теоретические подходы к анализу бизнеса как общественного, экономического и социально-психологического феномена;
- психологические особенности деятельности и личности бизнесмена;

- специфику функционирования и развития бизнес-организаций, закономерности и механизмы потребительского поведения;

уметь

- анализировать особенности бизнес-деятельности, механизмы самоопределения и развития личности в бизнесе, способы психологического воздействия на потребительское поведение;

владеть

- методами диагностики личностных особенностей, психологической помощи и поддержки субъектов бизнеса;

- методами диагностики и развития бизнес-организации;

- психологическими методами маркетингового исследования, проведения психологической экспертизы рекламы, имиджа, бренда.

Психология бизнеса как направление в психологической науке

В результате изучения данной главы студент должен:

знать

- основные понятия, структуру и логику развития в нашей стране и за рубежом психологии бизнеса как нового направления психологии;
- специфику теоретических и прикладных исследований бизнеса;
- сущность психологического подхода к бизнесу, иметь представление об этике и значении бизнеса для общества и личности;

уметь

- анализировать с психологической точки зрения структуру и механизмы функционирования бизнеса, факторы развития бизнеса;

владеть

- навыками в определении исследовательских областей и методов в работе психолога в бизнес-организации и с субъектами бизнеса.

Ключевые слова: психология бизнеса, бизнес, функции бизнеса, субъекты бизнеса, социальная ответственность бизнеса, этика бизнеса.

1.1. Психология бизнеса: предмет, задачи, методы, место в системе наук, история становления

1.1.1. Предмет психологии бизнеса

Психология бизнеса (Business Psychology) — молодая, активно формирующаяся отрасль психологии, которая возникла на стыке нескольких гуманитарных дисциплин (психология,

социология, экономика) под влиянием как новых теоретических и практических задач, стоящих перед современной психологией, так и развития социально-экономических аспектов общества, требующих психологического осмысления (Иванова, Михайлова, Штроо, 2008). Как и другие разделы психологии, она направлена на общий предмет — психику человека, а следовательно, базируется на фундаментальных и прикладных подходах, сложившихся в общей, социальной, возрастной, педагогической психологии и других традиционных отраслях психологии.

Развитие психологии бизнеса — яркий пример реакции науки на новые социально-экономические условия современной жизни. В последние десятилетия мы наблюдаем в России стремительное развитие рыночной экономики, сопровождающееся формированием предпринимательства, банковского дела, разветвленной торговли и сети обслуживания. Бизнес как неотъемлемая часть новых экономических отношений требует от своего субъекта порой сильного напряжения, непрерывного самосовершенствования, умения выстраивать нужные отношения и управлять различными по численности группами людей. Представители бизнеса, сталкиваясь с потоком проблем, нуждаются в помощи специалистов (консультантов, тренеров и др.), которые могут оказать помощь как в личностном, так и в профессиональном развитии, в том числе в приобретении навыков управления людьми. Поэтому появление психологии бизнеса отражает классическую логику выделения новых отраслей в психологии, в которой главным принципом классификации является развитие психики под влиянием деятельности и социума. В частности, в этом новом прикладном направлении проявляется интерес ученых к психологическим проблемам людей, профессионально связанным с бизнесом (его созданием, реализацией, развитием).

Классификация отраслей психологии носит несколько условный характер, поскольку они изменяются, пересекаются друг с другом и т.д. Поэтому на одни и те же предметные области могут претендовать различные психологические разделы. Так, например, психологические проблемы бизнеса изучаются социальной, экономической, организационной психологией, психологией труда и управления. Тем не менее психология бизнеса постепенно оформляется как отрасль психологии, имеющая свою определенность, специфику, которую можно сформулировать следующим образом.

1. Главное, что отличает психологию бизнеса — это целостное отношение к бизнесу как сложному экономическому явлению и социальному институту. Возникнув в русле прежде всего экономической психологии и психологии труда, это направление сегодня представляет собой сложный конгломерат прикладного психологического знания, обобщающего теории и практики психологического сопровождения работы различных сфер бизнеса.

2. Особенностью психологии бизнеса является ее междисциплинарный характер. Это отрасль психологии, формирующаяся во многом под влиянием процессов социального и экономического развития общества, находится на стыке многих гуманитарных дисциплин (психология, социология, экономика, менеджмент и т.д.).

3. Психология бизнеса носит прикладной, практико-ориентированный характер. Изучение бизнеса как многопланового явления направлено на повышение эффективности бизнес-деятельности, оптимизацию взаимодействия субъектов бизнеса и интеграцию интересов бизнеса и общества, а также на оказание эффективной психологической помощи субъектам бизнеса.

Становление психологии бизнеса как прикладного направления отражает общую логику развития психологии, которая так же, как и многие другие научные области, происходит несколькими путями. Прежде всего путем накопления теоретических знаний, которые составляют основу науки и позволяют, с одной стороны, говорить о закономерностях существования внутреннего мира личности, с другой — прогнозировать поведение и развитие человека. В то же время психология — это и специфическая практика, связанная с решением конкретных прикладных задач, возникающих в процессе взаимодействия человека с различными реалиями: обществом, социальными институтами, другими людьми, профессиональными требованиями и т.д. Эти два пути — теоретический и практический и определяют сущность психологии, ее место среди других наук и роль в системе жизнедеятельности человека.

Как писал знаменитый немецкий психолог Курт Левин, нет ничего практичнее, чем хорошая теория. В этом высказывании подчеркивается глубокий смысл психологического знания: даже самое высокое теоретическое обобщение в конечном итоге направлено на оказание помощи, обеспечение развития, самосовершенствования и как результат выживания человека. Поэтому появление новых прикладных областей в психологии отражает целостное развитие науки и сложившуюся в обществе

потребность в разрешении индивидуальных, групповых, в том числе социальных, проблем.

Психология бизнеса — это современная отрасль психологической науки и практики, которая изучает бизнес как целостное многоплановое явление и направлена на разработку практических рекомендаций по интеграции интересов бизнеса и общества, повышению эффективности бизнес-деятельности, оптимизации взаимодействия представителей бизнеса и всех заинтересованных сторон, а также оказанию психологической помощи субъектам бизнеса. Это также междисциплинарная область, которая основана на единстве всех отраслей психологии, прежде всего психологии труда, личности, развития, индивидуальных различий, а также социальной, организационной и экономической психологии и т.д.

-
- **Психология бизнеса** (Business Psychology) — это междисциплинарная отрасль психологической науки и практики, которая изучает бизнес как многоплановое явление и направлена на повышение эффективности бизнес-деятельности, оптимизацию взаимодействия субъектов бизнеса как между собой, так и со всеми заинтересованными сторонами, включая общество в целом.
-

Предмет психологии бизнеса конкретизируется в соответствии с представлениями о структуре психических явлений, которая отражена в категориальном аппарате психологии.

Опираясь на общепсихологический подход, выделяют следующие психические категории (явления).

1. Психические процессы (познавательные и регуляторные), базовые явления, обеспечивающие отражение, познание окружающего мира, восприятие и переработку полученной информации (познавательные) и активное взаимодействие с ним (регуляторные). К познавательным (когнитивным) процессам относят ощущение, восприятие, мышление, воображение, память, к регуляторным — эмоциональные и волевые процессы. Все вместе они образуют собственно психическую деятельность человека. В данных категориях подчеркивается динамичный характер психических явлений, их постоянное развитие и формирование. Благодаря психическим процессам происходит формирование образов внешних и внутренних условий, в которых осуществляется деятельность, а также чувств человека и регуляторных механизмов его психики.

2. Психические состояния как временные модификации психических процессов, которые определяются особенностями жизнедеятельности, личности и отношением человека к ним (тревога, любовь, страх, аффект, восхищение, напряжение, спокойствие и т.д.). Отчасти к психическим состояниям относится и стресс как неспецифическая реакция организма и соответствующее состояние. Существуют различные подходы к классификации состояний психики. Традиционно выделяют несколько групп психических состояний: мотивационные (вызванные потребностями, желаниями), эмоциональные (любовь, настроение, стресс), волевые (целеустремленность, решительность, настойчивость). Кроме того, состояния организованности сознания (внимательность, рассеянность), пограничные состояния (акцентуации характера, неврозы) и т.д.

3. Психические свойства личности как типологическая модификация психических процессов человека, иными словами, присущие человеку на протяжении длительного периода его жизни особенности. К ним относят темперамент, характер, способности и направленность личности (потребности, интересы, мировоззрение, идеалы).

Понимание структуры психических явлений очень важно для бизнес-психологов, поскольку позволяет содержательно наполнить исследовательскую работу, а также практически воплощать полученные результаты. Например, при исследовании профессионального самоопределения личности в бизнесе обращение к различным психическим явлениям позволяет выделить различные стороны этой проблемы, такие как когнитивные факторы самоопределения, волевые, эмоциональные механизмы и т.д.

Опора на знания о психических явлениях придает определенность психологии бизнеса и позволяет найти новые, отличные от тех, что предлагаются в управлении, пути решения проблем, стоящих перед предпринимателями, руководителями и сотрудниками бизнес-организаций и т.д. Это могут быть новые идеи оптимизации бизнес-процессов с учетом особенностей сознания человека, построения типов управления и поведения успешных руководителей, разработки стратегий внутрикорпоративного обучения, способов активизации потребительского поведения, методов повышения эффективности взаимодействия представителей бизнеса с деловыми партнерами, другими заинтересованными сторонами и обществом в целом и т.д.

1.1.2. Уровни анализа бизнеса

На данный момент развития психологии бизнеса выделены следующие основные уровни анализа бизнеса: личностный, социально-психологический, социологический.

На *личностном уровне* исследуются личность бизнесмена и психологическая структура его профессиональной деятельности. Поскольку круг профессий, относящихся к бизнесу, как уже говорилось, в нашей культуре четко не определен, психологически исследуется деятельность, направленная на получение прибыли, что и составляет суть бизнеса. На этом уровне внимание исследователей фокусируется на личностных особенностях людей, склонных к занятию бизнесом, процессах самоопределения и самоидентификации бизнесменов, факторах удовлетворенности деятельностью и т.д. Особое внимание уделяется внутриличностным конфликтам и психологическим кризисам в процессе бизнес-деятельности. Интерес исследователей привлекают также процессы принятия решения в бизнесе.

На *социально-психологическом уровне* анализа изучаются особенности организаций и групп, занимающихся производством товаров и услуг, их реализацией, закономерности появления, развития и функционирования бизнес-организаций, аспекты взаимодействия людей в процессе их совместной деятельности и т.д. Современные исследования в этой области рассматривают организации как инструмент бизнеса, т.е. особенности координации деятельности людей: руководство, лидерство, стимулирование, разрешение конфликтов и другие проблемы, возникающие в ходе деятельности организации. Социально-психологический уровень анализа предполагает также изучение психологических проблем взаимодействия в бизнесе, делового партнерства, конкуренции, деловой этики, репутации, доверия и т.д. В фокусе внимания находятся социально-психологические факторы поведения, взаимодействия и общения индивидов в бизнес-сообществе и бизнес-среде. Важное место в ряду изучаемых феноменов занимают стратегии проведения переговоров, способы разрешения конфликтов, принципы эффективного заключения сделок и делового общения.

На *социологическом уровне* бизнес исследуется прежде всего как социальный институт, который занимает большое место в жизни всего общества. Так как бизнес представляет собой систему связей и социальных норм, которая объединяет ценности и процедуры бизнес-организаций, удовлетворяющие основ-

ным потребностям общества, наиболее важными изучаемыми проблемами являются социальная ответственность бизнеса, проблемы взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами, имидж бизнеса и бизнесменов в обществе и т.д.

Таким образом, бизнес с психологической точки зрения может рассматриваться в разных аспектах:

- как особая деятельность, направленная на получение прибыли и предъявляющая определенные требования к личности деятеля;
- как организация (группа людей), имеющая свои законыности возникновения и функционирования;
- как социальный институт, оказывающий существенное влияние на социальные структуры и порядок в обществе, социализацию граждан и стандарты общественного поведения.

Все выделенные составляющие бизнеса (деятельность, личность, организация, социальный институт) тесно связаны между собой, взаимно дополняют и обогащают друг друга. Поэтому представители различных областей знаний, по-разному изучая и интерпретируя бизнес, в той или иной степени учитывают эти стороны бизнеса как сложного общественного и психологического явления. Современная, пока еще очень молодая, психология бизнеса развивается, опираясь на все три обозначенных уровня анализа бизнеса. Такой многоплановый подход к бизнесу позволяет увидеть различные стороны этого сложного явления в процессе подготовки и практической работы бизнес-психологов. Это сложный путь, поскольку он предполагает адаптацию академического научного аппарата к решению задач практической психологии, что в любой прикладной отрасли представляет собой наибольшую трудность.

Основным объектом исследований в области психологии бизнеса являются психологические механизмы и закономерности функционирования бизнеса как сложного психологического феномена.

Приоритетные направления исследований (предмет):

1) деятельность и личность бизнесмена: структура бизнес-деятельности, психология успеха в бизнесе, психологические аспекты принятия решений, профессиональное самоопределение и развитие и т.д. В этом направлении проводится, например, исследование профессионального и социального самоопределения личности в бизнесе, в частности, мотивация выбора того или иного вида экономической активности, фено-

мена профессиональной идентичности, эмоционального выгорания, профессиональных деформаций и т.д.;

2) организация как инструмент бизнеса: психология управления персоналом, организационная культура, развитие, коммуникации, обучение в организации и т.д. Проводятся исследования организационных факторов деятельности субъектов бизнеса, методов формирования эффективной организационной культуры, создания оптимального психологического климата и атмосферы, приверженности и лояльности, деловой этики и доверия в бизнес-организациях. Важным направлением является динамика организационных феноменов в изменяющихся условиях как внешних, так и внутренних (кризис, реструктуризация, смена собственника и т.д.);

3) взаимоотношения бизнеса и всех заинтересованных сторон (stakeholders), в том числе общества. Изучаются проблемы социальной ответственности бизнеса, взаимодействия с деловыми партнерами, потребительская, социально-экономическая и культурная среда бизнеса, факторы экономического развития, психология межкультурного взаимодействия и т.д. Проводятся исследования потребительского поведения, методов и механизмов продвижения продукта бизнес-деятельности. Важное место занимают проблемы разрешения конфликтов, проведения деловых переговоров и заключения сделок, а также проблемы делового общения. Привлекает внимание также имидж бизнеса и бизнесмена в обществе и у представителей различных социальных групп.

1.1.3. Задачи психологии бизнеса

В психологии бизнеса, так же как и в любой другой отрасли психологии, задачи определяются исходя не только из собственной специфики, но и из понимания структуры психики и задач науки в целом.

Основной задачей психологии является изучение структуры, механизмов, а также объективных закономерностей функционирования и развития психических явлений (психических процессов, состояний и свойств личности). Также не менее важную роль играет исследование условий и механизмов применения на практике полученных знаний о психике человека.

По мере становления подхода в психологии или научной отрасли происходит усложнение поставленных задач, переход от накопления фактического материала к построению психологических концепций, что отражается в следующих задачах:

- задачах обнаружения фактов (описание разнообразных психологических феноменов и их проявлений);
- задачах накопления и обобщения фактов (выделение наиболее важных фактов, описание явлений);
- задачах установления закономерностей или законов явлений (объяснение фактов, нахождение причинно-следственных связей);
- задачах выявления механизмов закономерностей или законов (построение научной концепции);
- задачах выявления условий и форм практического использования полученных знаний (применение научных концепций на практике). Это наиболее сложный блок задач, поскольку психолог сталкивается с организационными, материальными, социальными проблемами, а также вопросами морально-этического плана. Любое внедрение психологических знаний на практике должно следовать общему принципу «Не навреди!», что не всегда возможно. При этом от психолога требуется знание и «чувствование» этики взаимодействия и многих других аспектов жизнедеятельности людей.

Задачи психологии бизнеса мы подразделяем на два основных блока:

1) *исследовательские*, связанные с анализом бизнеса как профессионального, социального и организационного фактора развития психических явлений, изучением психологических закономерностей и законов бизнес-деятельности, делового взаимодействия и т.д.;

2) *практические*, направленные на оптимизацию взаимоотношений бизнеса и общества, взаимодействия субъектов бизнеса между собой, повышение эффективности деятельности субъектов бизнеса и сохранение их психического здоровья.

На данном этапе становления психологии бизнеса большое значение имеют задачи, связанные с накоплением фактического материала об особенностях психических процессов, личности представителей бизнеса; благоприятных и неблагоприятных психических состояниях в условиях деятельности бизнесменов; проявлениях психологических феноменов при планировании и реализации бизнес-деятельности; организационных факторах развития личности в бизнесе и т.д.

Основными научно-исследовательскими задачами психологии бизнеса являются:

- разработка методологических проблем, понятийного и методического аппарата в сфере психологии бизнеса;

- системный анализ деятельности субъектов, профессионального развития, самоопределения личности в бизнесе, процессов принятия решений и т.д.;
- исследование проблем и специфических последствий бизнес-деятельности для личности;
- исследование организационного контекста бизнеса, закономерностей функционирования и развития бизнес-организаций; механизмов и эффектов взаимодействия личности и организации в ходе реализации бизнес-деятельности;
- исследование взаимодействия субъектов бизнеса между собой — партнерство и конкуренция, конфликты, переговоры, деловая этика и т.д.;
- исследование взаимоотношений бизнеса и всех заинтересованных сторон, в том числе общества и его отдельных групп (социальная ответственность и имидж бизнеса), а также результатов бизнес-деятельности, формирования имиджа и бренда бизнес-организации и продуктов бизнес-деятельности, потребительского поведения и психологических механизмов продвижения товаров и услуг.

1.1.4. Психология бизнеса в системе психологических наук

Психология бизнеса развивается в тесном контакте с другими отраслями психологии, что определяется как логикой развития науки, так и запросами практики. Учитывая многоплановость бизнеса, разнообразные возможности реализации психологических исследований в этой сфере, можно сказать, что психология бизнеса в зависимости от ракурса работы психолога связана практически со всеми отраслями психологии. Но если рассматривать ядро психологии бизнеса, особенности ее развития, то в большей степени прослеживается связь с психологией труда, организационной, социальной и экономической психологией. Рассмотрим подробнее этот вопрос.

Базисную основу развития психологии бизнеса составляет в первую очередь общая психология, которая изучает познавательную и практическую деятельность человека. Без опоры на сложившиеся представления об общих теоретических принципах, методах и основных научных понятиях невозможна работа профессионального психолога. Но бизнес-психологу это помогает также самоопределиться и сохранить свое лицо в тех динамичных и междисциплинарных условиях, в которых он развивается и работает. Такое же фундаментальное значение имеет