

Предисловие

Сколько бы ни был длинен путь, всегда начинается он с первого шага.

Восточная мудрость

Одним из самых первых шагов восстановления статуса научно-педагогических знаний в общем спектре преподаваемых на данном этапе в России психологических и экономических дисциплин является разработка и внедрение в учебный процесс основ экономической психологии, которая определяет успешность подготовки менеджеров, экономистов, психологов, журналистов, специалистов по связям с общественностью, а также будущих инженерно-технических работников, аспирантов, докторантов и всех тех, кто может и способен, а главное, хотел бы повысить свою профессиональную квалификацию.

По своему *научному статусу* экономическая психология является комплексным междисциплинарным знанием, основу которого составляют положения, методы и результаты исследований, накопленные как в психологической науке, так и в теоретической экономике. *Предметом* экономической психологии являются экономическое сознание и психологические закономерности экономического поведения различных слоев населения, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг.

Настоящее учебное пособие по курсу «Экономическая психология» целостно охватывает наиболее значимые *проблемы*, изучаемые данной дисциплиной. В это же время учебное пособие ориентирует читателей на углубленное изучение отдельных тем, по которым проводятся занятия и осуществляется индивидуальная работа. По мере усвоения представленных тем и курса в целом желающие могут писать в этом направлении рефераты, курсовые и дипломные работы.

Следует подчеркнуть, что развитие экономической психологии в России сейчас приобретает особо важное *теоретическое*, а следовательно, и *практическое значение*.

Во-первых, реальная действительность демонстрирует разрыв между экономической и социальной политикой. Проводимые экономические реформы пока еще ни методологически, ни практически не ориентированы на учет человеческого фактора в жизнедеятельности общества, который реально может быть как механизмом торможения экономических реформ, так и служит основой их эффективного осуществления.

Во-вторых, нельзя игнорировать то обстоятельство, что в основе многоплановых экономических взаимодействий лежат поведенческие закономерности деятельности людей. Поэтому овладение навыками психологического анализа мотивов, стимулов, факторов социокультурной детерминации экономической активности, формирование экономического сознания является важным компонентом профессиональной культуры современного специалиста.

В-третьих, экономическая психология как самостоятельная научная дисциплина традиционно читается на экономических и психологических факультетах Западной Европы и США, и только недавно данный курс получил свое распространение в некоторых вузах России. Отличительной особенностью экономической психологии как учебной дисциплины является то, что она включает в себя, с одной стороны, разделы, посвященные описанию и анализу результатов фундаментальных исследований психологических проблем *мезо-, макро- и микроэкономики*, а с другой стороны, содержит разделы, в которых рассматриваются прикладные проблемы экономической психологии, ориентирующие будущих специалистов на практическое использование содержащихся в них сведений в области своей профессиональной деятельности.

Цель настоящего учебного пособия — сформировать у студентов навыки эффективного психологического анализа экономических явлений на различных уровнях социальной жизни общества (индивидуальное поведение, планирование семейных отношений, создание организационно-производственных систем, взаимосвязь различных субъектов экономических отношений, восприятие финансовой политики, спрос и предложение человеческих ресурсов, модели экономического поведения населения и т.д.).

При проведении лекционных, практических и любых других форм занятий особое внимание следует уделить обсуждению различных концепций и точек зрения, анализу и разбору конкретных ситуаций, другим активным развивающим формам обучения, тестовому контролю знаний, позволяющим закрепить полученные знания на практике.

Список рекомендованной литературы, приведенный в учебном пособии может показаться избыточным, однако он дает возможность обучаемым сориентироваться в изучении всех тем программы, позволяющим будущим практическим работникам осуществлять учет психологических закономерностей экономического поведения населения как необходимого условия успешности профессиональной деятельности.

Опыт чтения лекций и проведения семинарских и практических занятий в КФ МГЭИ с 1998 по 2003 год по курсу экономическая психология показывает, что данная дисциплина является научной основой менеджмента (специальность «менеджер организации») и ее успешное освоение может быть осуществлено в течение двух семестров на четвертом курсе, что потребует некоторых изменений в учебном плане.

Нет сомнения в том, что Министерство образования РФ включит программу этой дисциплины в государственный стандарт, и она станет обязательной при подготовке не только будущих менеджеров, но и экономистов (по всему спектру специальностей), а также психологов (по специальностям: «психолог в кадровой работе», «психолог в организации»). Предложения по этому вопросу сформулированы в решениях двух конференций Российского Психологического общества, которые были проведены на базе КФ МГЭИ 3–5 февраля 2000 года и 21–23 июня 2002 года, где обсуждались учебные программы вузов различных регионов России (Москва, Санкт-Петербург, Калуга, Иркутск, Чебоксары, Ярославль и других городов).

Думается, что усилиями ведущих исследователей и преподавателей со временем в России будет издана коллективная монография, которая станет базовым учебником по курсу экономическая психология для специалистов гуманитарного профиля. В инициативную группу по написанию такого учебника вошли: д.пс.н. Дей-

Предисловие

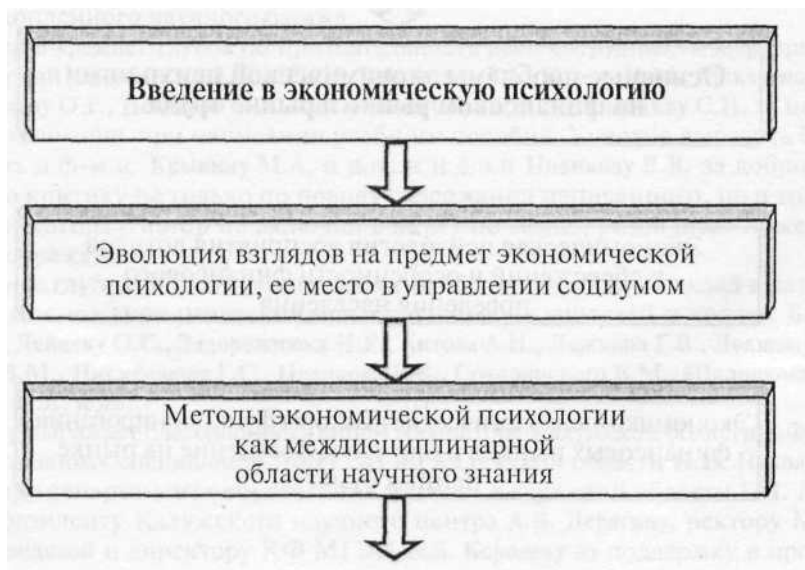
иска О.С. (Санкт-Петербург), д.пс.н. Карнышев И.Д. (Иркутск), д.э.н. Локшина Э.Х. (Санкт-Петербург), д.пс.н. Ложкин Г.В. (Киев), д.пс.н. и д.э.н. Новиков В.В. (Ярославль), д.б.н. Посыпанов О.Г. (Калуга), д.пс.н. Позняков В.П. (Москва), д.п.н. Симоненко В.Д. (Брянск), д.э.н. Соколинский В.М. (Москва), д.пс.н. Спасенников В.В. (Калуга), д.пс.н. Фоминых В.П. (Чебоксары), д.т.н. и д.пс.н. Шлаен П.Я. (Тверь) и другие ученые.

В решении I Всероссийской конференции РПО «Психология и экономика» по экономической психологии, проведенной на базе КФ МГЭИ 3–5 февраля 2000 г. при финансовой поддержке РГНФ (грант №00-06-32504 г/ц) сформулирована междисциплинарность экономической психологии как предмета, а также обоснована необходимость преподавания этого курса. Программы, имеющиеся в вузах, рассчитаны на все формы обучения специалистов самого разного профиля.

Разница в программах при чтении курса «Экономическая психология» по различным специальностям весьма существенна (в зависимости от формы обучения):

- * объем часов (от 36 до 144 аудиторных часов);
- * отсутствует единая терминология;
- * нет глоссария ключевых понятий;
- * четко прослеживается специальность составителя (на что указывают социально-психологические, политико-социальные, экономико-психологические аспекты программ и ведомственная принадлежность).

Структурно-логическая схема учебного пособия построена таким образом, чтобы заинтересованный читатель имел возможность последовательно вникнуть в круг основных проблем экономической психологии, историю ее возникновения и становления, предмет, объект и методы данной отрасли научного знания, ключевые понятия и категории, связь основных субъектов экономических отношений, прикладные проблемы и перспективные направления исследований. Порядок изложения книги следующий.



**Основные проблемы экономической психологии
созидательной деятельности**



Экономическое сознание и отношение людей
к собственности как базовые понятия
экономической психологии



Экономико-психологические проблемы инновационных
стратегий научно-технического развития и охраны
интеллектуальной собственности



Экономико-психологические проблемы организации
управления предприятием в рыночных условиях
хозяйствования



Экономико-психологические проблемы моделирования
экономических процессов принятия решений



**Основные проблемы экономической психологии
на финансовом рынке и рынке труда**



Экономическая психология восприятия доходов
и сбережений и особенности финансового
поведения населения



Экономико-психологические факторы функционирования
финансовых рынков и биржевое поведение на рынке
ценных бумаг





При работе над учебным пособием автором были использованы многочисленные современные источники, в том числе зарубежные, а также результаты многолетних научно-исследовательских работ.

Хочется верить, что выход в свет данного учебного пособия систематизирует знания в области экономической психологии представителей различных школ и направлений, а также даст новый импульс для критического осмысления накопленного научного багажа.

Автор выражает глубокую признательность всем сотрудникам кафедры экономической психологии КФ МГЭИ: Заболотину Г.А., Котову И.М., Макаренко А.Д., Носбианову О.Г., Нечаевой О.А., Харламовой С.В., а также Свищеву С.И. за ценные советы и помощь при написании учебного пособия. Уместно выразить благодарность д.ф.-м.н. Крыкину М.А. и д.пс.н и д.э.н Новикову В.В. за доброжелательную критику не только по поводу содержания написанного, но и того материала, который автор не включил в книгу по самым различным пожеланиям и соображениям.

Автор с глубокой благодарностью отмечает значительный вклад в развитие научных основ экономической психологии своих учителей и коллег: Базарова Т.Ю., Дейпеку О.С., Задорожняка И.Е., Китова А.И., Ложкина Г.В., Локшину Э.Х., Львова В.М., Никифорова Г.С., Новикова В.В., Соколинского В.М., Шадрикова В.Д., Шлаена П.Я. и др.

Автор выражает благодарность вице-губернатору Калужской области В.Ф. Сафронову, главному специалисту ДФГСЗН по Калужской области Н.И. Никольской, директору департамента образования и науки Калужской области Г.И. Ловецкому, президенту Калужского научного центра А.В. Дерягину, ректору МГЭИ Л.А. Демидовой и директору КФ МГЭИ В.Б. Королеву за поддержку в проведе-

нии исследований по грантам РГНФ, содействие в решении проблемы трудоустройства выпускников вузов, постоянное внимание к работе над учебным пособием и помощь в издании книги.

Наконец, особая благодарность моей жене Галине Федоровне Голубевой, которая является автором параграфа 1.1. первой главы учебного пособия, разрешившей использовать материалы своего завершенного диссертационного исследования.

Отзывы и критические замечания на учебное пособие будут приняты по адресу: 248001, г. Калуга, ул. Кирова, 29, Кафедра экономической психологии КФ МГЭИ, E-mail: amiga@kaluga.ru

Введение

Пока человек думает, что он не может сделать что-нибудь — он не может это сделать.

Б. Спиноза

Появление на постсоветском пространстве человека рыночного (*homo economicus*) стало предметом исследования интегрированной теории, сочетающей психологию и экономику: экономической психологии. Предпосылками возникновения и развития новой отрасли междисциплинарного научного знания можно считать три объективных реальности: рынок, предпринимательство и отношения между государством и личностью. Организационное поведение субъектов хозяйственной деятельности детерминировано отдельными личностями, домашними хозяйствами, фирмами, государственно-чиновничьими отношениями, при этом в условиях резких социально-экономических изменений, как отмечалось на I Всероссийской конференции РПО по экономической психологии: «*В экономикеровно столько стало экономики, сколько в ней психологии*» (В.В. Спасенников) [277].

Объективной предпосылкой становления и развития экономической психологии в России явились радикальные изменения, смена экономических установок, прежде всего в отношении собственности на средства производства, появление новых субъектов экономической деятельности. Углубление рыночных отношений в российской экономике, ее включение в систему мировых экономических связей, обострение внутренних проблем экономического реформирования сделали чрезвычайно актуальным преподавание на различных факультетах новой научной дисциплины экономической психологии.

Среди множества научных публикаций о причинах и условиях распада командно-административной системы практически не встречаются работы, специально посвященные анализу психологии тех «простых советских людей» (*homo soveticus*), без которых формирование и функционирование коммунистической формации было бы невозможно. Без анализа психологических причин резкой смены установок политиков от плановой социалистической системы к рыночной экономике, без осмысления психологии трансформации взглядов теоретиков от марксистской политической экономии к западным рыночным теориям невозможно выработать *концепции национальной экономической психологии*, способной стать официальной доктри-

ной *государственного менеджмента* в период резких социально-экономических изменений.

Самые яркие из российских приверженцев рыночных теорий считают, что советский период экономической науки — это период «культы заклинаний», создавшего «касту жрецов», которые служили этому культу и выдавали его за экономическую науку. Теперь же, слава Богу, мы возвращаемся к настоящей экономической и психологической науке: *экономической психологии*.

На самом деле все обстоит далеко не так. Действительно, в советский период в российской экономической науке господствовала «каста жрецов», которая служила культу марксистской политической экономии, канонизировала и догматизировала марксизм, выхолостив из него живую творческую мысль. Но когда наступил глубокий кризис советской экономической теории и практики, эта «каста жрецов» не захотела оставлять насиженных теплых мест, а просто стала служить новому культу — культу рыночных теорий, немедленно начала создавать из них новые догмы и трансформировать личные ценности.

Деление наук на «настоящее» и «не настоящее» само по себе указывает на догматичность мышления. Ведь только догматики владеют истиной в последней инстанции. Задача экономической психологии как науки избавиться от не работающих теорий и создавать новые, используя всю сумму знаний, выработанных мировой мыслью. Выполнение этой задачи является необходимым условием выхода России из кризиса.

История человечества насчитывает всего 300 поколений, эта история всегда была, остается и будет оставаться историей *НОМО ECONOMICUS* (человека экономического), поведение которого было и остается предметом теории, сочетающей в интегрированном виде как психологию, так и экономику. Можно согласиться с И.В. Андреевой, что среди других наук и психология, и экономика сравнительно недавно обрели независимость и самостоятельность, но без их пересечения размышления о человеческой душе и хозяйствовании теряют всяческий смысл [22].

История человечества — это история субъектов отношений и их экономической психологии. Войны, составляющие лишь часть истории и поглотившие миллионы людей, являются следствием защиты экономических интересов народов и государств. Историческое наследие народов заключается только в том, что они внесли в цивилизацию, что построили, создали, изобрели, и это предмет исследования экономической и исторической психологии.

Истинные герои — люди, внесшие вклад в развитие ремесел, производства, науки, искусства, но не властители, расхитители и завоеватели, ибо первые — это созидатели, помогающие людям жить, творить, вторые же — разрушители и потребители, уничтожающие людей и созданные ими материальные и культурные ценности. Эту истину познали уже в древние времена. Древние греки считали величайшим героем Прометея, давшего людям ценой своей жизни огонь знаний. Именно поэтому во все времена о величии народа, о его вкладе в цивилизацию судили и судят не потому, сколь-

ко он выдвинул из своей среды завоевателей, известных военачальников, а сколько дал миру великих изобретателей, архитекторов, музыкантов, художников, писателей, то есть творцов, каков вклад этого народа в культурное развитие планеты.

Знаменитые завоеватели также не могли появиться в стране, где не было сильной армии. В свою очередь, сильная армия может быть лишь в государстве, которое имеет достаточно мощный экономический базис, позволяющий обеспечить армию необходимым вооружением. Особенно верна эта аксиома в современном мире, где армия без экономического потенциала государства годна лишь для парадов, ибо современная война это не борьба армий и интеллектов, а противостояние экономических потенциалов и военно-научных интеллектов государств[333, 334].

При сравнении характеристик народов и государств с точки зрения экономической психологии чашу весов перевешивает та, на которой находится материальное благосостояние, культурный и военно-научный уровень народа и государства[335].

Истоки экономической психологии можно найти уже при рабовладельческом строе в законах Хаммурапи (1792—1750 гг. до н.э.). В древнеавилонском царстве были установлены и действовали юридические, экономические и психологические правила и нормы рабовладельческих отношений и денежного обращения. Однако возникновение человека экономического (*homo economicus*) связывают с Новым временем (от XVI—XVII вв. до начала XX в.), политическими революциями, промышленным переворотом, появлением гражданского общества, урбанизацией жизни.

Экономическая психология изучает не только и не столько отдельные формы экономического поведения, это наука о взаимосвязи духовного мира индивидов и групп с хозяйственной активностью. Экономическая психология изучает представления индивидов и групп об экономических явлениях и поведении, основанные на отражении действительности. Данная отрасль науки выявляет и формализует закономерности экономического поведения во всех его формах — от повседневной хозяйственной деятельности до внешней и внутренней политики (экономическая психология макро- и микроэкономики).

Возникновение и развитие экономической психологии как науки всегда были связаны с проблемами социального уровня общества, поэтому для понимания предмета, объекта экономической психологии, основных ее проблем, а также принципов и методов необходимо определить главные предпосылки возникновения и этапы развития менеджмента как социального управления, определить причины смен управленческих парадигм и общественно-экономических формаций.

Социальное управление обществом всегда существовало там, где люди работали группами и, как правило, в трех сферах человеческого общества:

- 0 политической (установление и поддержание порядка в группах);
- 0 экономической (изыскание, производство и распределение ресурсов);
- 0 оборонительной (защита от врагов и диких зверей).

Даже в самых древних обществах требовались личности, которые координировали и направляли деятельность групп (сбор пищи, строительство жилья и т.п.)- К примеру, египетские пирамиды — это памятник управленческого искусства того времени, поскольку строительство таких уникальных сооружений требовало четкости в планировании, организации работы великого множества людей, контроле за их деятельностью.

История возникновения менеджмента насчитывает уже несколько тысячелетий, если за начальный период отсчета принять зарождение письменности в древнем Шумере (то есть около 3 тыс. лет до н.э.). Считается, что именно отсюда берет начало *первая управленческая революция*, получившая название религиозно-коммерческой. Эта революция привела к образованию особого слоя «жрецов-бизнесменов», связанных с торговыми отношениями.

Вторая управленческая революция (1792—1750 гг. до н.э.) связывается с деятельностью древневавилонского царя Хаммурапи, издавшего свод законов управления государством для регулирования всего многообразия юридических, экономических и психологических отношений в социуме.

Третья управленческая революция произошла во времена правления другого царя Вавилонии — Навуходоносора II (605—582 гг. до н.э.) — и была направлена на соединение государственных методов правления с контролем за деятельностью в сфере производства и строительства.

Четвертая управленческая революция (XVII—XVIII вв. н.э.) связана с зарождением капитализма и началом индустриального прогресса европейской цивилизации. В этот период главным преобразованием в области менеджмента было его отделение от собственности и формирование в качестве самостоятельного вида профессиональной деятельности.

Пятая управленческая революция (конец XIX — начало XX в.) получила название бюрократической, так как ее теоретическая платформа базировалась в основном на концепции бюрократизации управления, что позволило сформировать крупные иерархические структуры менеджмента, осуществить разделение труда, ввести соответствующие нормы и стандарты, установить должностные обязанности и ответственность менеджеров.

И, наконец, *шестая управленческая революция* (с середины XX в. — по наше время) получила название «тихой управленческой революции» или новой управленческой парадигмы. Ее основные положения состоят в определенном отказе от управленческого рационализма классических школ менеджмента и в широком использовании в управлении системного и ситуационного подходов, которые, в свою очередь, не ведут к немедленной ломке и разрушению сложившихся структур, систем и методов менеджмента на основе экономической психологии, постепенно приспосабливая их к новым условиям комплексного учета человеческого фактора.

Кроме того, на современном этапе все большее применение получают системы и модели управления, в основе которых лежит предвидение изменений и принятие на этой основе гибких, экстренных, экспертных экономико-психологических решений. Они характеризуются как предпринимательские, так как позволяют лучше учитывать непривычность и неожидан-

ность будущего развития организаций. В этой связи современные организации (как в государственном секторе, так и в сфере бизнеса) все чаще обращаются к методам стратегического планирования и управления, рассматривая внезапные и резкие изменения во внешней среде, в технологиях, в конкуренции и рынках как реальность современной социально-экономической жизни, требующей адекватных методов экономической психологии. Соответственно изменяются и структуры управления, в которых предпочтение отдается децентрализации и гибким организационным механизмам, лучше ориентированным на выявление новых проблем, выработку и принятие экономико-психологических решений.

Несмотря на огромное значение революционных преобразований в сфере управления, развитие менеджмента— это в основном эволюционный процесс, который характеризуется непрерывностью изменений, происходящих в обществе, экономике, культуре, всей системе политических, социально-экономических и духовных отношений, соответствующих определенной стадии развития человеческой цивилизации. В этой связи представляет интерес составленный американским историком менеджмента Клодом Джорджем управленческий континуум, в котором содержится описание исторического пути развития экономической психологии менеджмента (см. табл. 1).

Рассматривая пути становления и этапы развития экономической психологии в контексте теории и практики управления, многие исследователи выделяют в этом эволюционном процессе несколько наиболее важных исторических периодов [173, 235, 401, 461, и др.].

Первый период — древний, или исторический — был наиболее длительным в развитии экономической психологии. Продолжался он с 9—7 тысячелетия до н.э. примерно до второй половины XVIII ст. нашей эры.

Прежде чем выделить управление в сферу профессиональной деятельности и найти его научную основу, человечество тысячелетиями по крупицам накапливало опыт. Первые, самые простые, зачаточные формы упорядочения и организации совместного труда существовали еще на стадии первобытнообщинного строя. В это время управление осуществлялось сообща всеми членами рода, племени или общины. Старейшины и вожди родов и племен олицетворяли собой руководящее начало всех видов деятельности того периода доэкономических отношений.

Примерно 9-7 тыс. лет до н.э. в ряде мест Ближнего Востока произошел переход от присваивающего хозяйства (охоты, сбора плодов и т. п.) к принципиально новой форме получения продуктов — их производству (производящей экономике). Переход к производящей экономике и стал точкой отсчета в зарождении экономической психологии, вехой в накоплении людьми определенных знаний в области управления. Например, в Древнем Египте был накоплен богатый опыт управления государственным хозяйством. В тот период (3000—2800 гг. до н.э.) там сформировались достаточно развитый (для того времени) государственный аппарат и его обслуживающая прослойка (чиновники, писцы и пр.).

Уже многие философы древности полагали, что причиной бедственного

Таблица 1
Управленческий континуум

Годы	Индивидуум или этническая группа	Основной вклад в развитие экономической психологии менеджмента
3000 до н.э.	Шумеры	Письменность; регистрация фактов
2600	Египтяне	Децентрализация в организации управления
1800	Хаммурапи	Использование свидетелей и письменных документов для контроля; установление минимальной заработной платы; признание недопустимости перекладывания ответственности
1600	Египтяне	Централизация в организации управления
1491	Евреи	Концепции организации, скалярный принцип; принцип исключения
1100	Китайцы	Признание необходимости организации, планирования, руководства и контроля
600	Навуходоносор	Контроль за производством и стимулирование через заработную плату
500	Менциус	Признание необходимости систем и стандартов
	Китайцы	Признание принципа специализации
	Сун-Цзы	Признание необходимости планирования, руководства и организации
400	Сократ	Формулировка принципа универсальности экономической психологии управления
350	Греки	Использование научных методов труда и рабочего ритма
	Платон	Формулирование принципа специализации
325	Александр Великий	Создание штаба
175	Като	Использование описаний работ
50	Варрон	Использование рабочих спецификаций
20 н.э.	Иисус Христос	Единоначалие; золотое правило; человеческие отношения
284	Диоклетиан	Делегирование полномочий
900	Аль-Фараби	Требования к руководителю
1395	Франсиско Ди Марко	Учет издержек производства
1410	Братья Сорансо	Использование журнала доходов и гроссбухов
1436	Арсенал Венеции, венецианцы	Учет издержек производства; чеки и балансы для контроля; присваивание номеров при инвентаризации; использование метода конвейера; использование управления кадрами; стандартизация и взаимозаменяемость деталей; контроль товарных запасов; контроль себестоимости
1500	Сэр Томас Мор	Призыв к усилению специализации; анализ недостатков плохого руководства
1525	Никколо Макиавелли	Осознание принципа массового согласия; признание необходимости целеустремленности в организации; определение качеств руководителя
1767	Сэр Джеймс Стюарт	Истоки теории власти; исследование влияния автоматизации
1776	Адам Смит	Применение принципа специализации к промышленным рабочим; концепции контроля; расчет оплаты труда, основы экономической психологии

Годы	Индивидуум или этническая группа	Основной вклад в развитие экономической психологии менеджмента
1785	Томас Джефферсон	Обращение внимания на концепцию взаимозаменяемости частей
1799	Элли Уитни	Научные методы; использование методов исчисления себестоимости; контроль качества; концепция взаимозаменяемости частей
1800	Джеймс Уатт, Маттеус Бултон, Сухо, Англия	Стандартные операции; спецификации; рабочие методы; планирование; стимулирование заработной платой; стандартное время; стандартные данные; Рождественские праздники для служащих; Рождественские премии; страховое общество служащих; ревизии баланса и отчетности
1810	Роберт Оуэн	Использование в практике личного опыта; ответственность за подготовку рабочих; строительство домов с удобствами для рабочих
1820	Джеймс Милл	Анализ и обобщение человеческой мотивации
1832	Чарльз Беббейдж	Упор на научный подход; признание особой важности специализации; разделение труда; исследование трудовых движений и затрат времени; влияние различных цветов на эффективность труда; исчисление себестоимости
1835	Маршалл	Признание и обсуждение относительной важности функций управления в экономике
1855	Генри Пур	Принципы организации, связи и информации в применении к железным дорогам
1856	Даниэль К. Мак-Каллум	Использование организационных схем для демонстрации структуры менеджмента; применение систематического менеджмента на железнодорожном транспорте
1871	В. С. Джевонс	Использование на практике мотивационных исследований и изучение воздействий различных инструментов на рабочего; исследование усталости
1891	Фредерик Халси	План премиальных выплат, заработной платы
1900	Фредерик У. Тейлор	Научный менеджмент; системный подход; кадровый менеджмент; необходимость кооперации между трудом и менеджментом; высокая заработная плата; равноправие между трудом и менеджментом; функциональная организация; принцип исключительности в применении к цехам; система оценки себестоимости; методические исследования; исследования рабочего времени; определение научного менеджмента; упор на работу менеджера; упор на исследования, стандарты, планирование, контроль и кооперацию
1901	Генри Л. Гантт	Задания и системы поощрения; гуманный подход к труду; схемы Гантта; ответственность менеджеров за подготовку рабочих
1910	Гуго Мюнстерберг	Использование психологии в менеджменте и работе
	Харрингтон, Эмерсон	Эффективный инженеринг; принципы эффективности
1911	Харлоу С. Персон	Организация первой научной конференции по менеджменту в Соединенных Штатах; научное признание менеджмента
1915	Ф. В. Харрис	Модель экономической партии товара
	Томас А. Эдисон	Разработка плана военных маневров в целях обнаружения и уничтожения подводных лодок
1916	Анри Файоль	Первая полная теория менеджмента; функции менеджмента; принципы менеджмента; признание необходимости преподавания менеджмента в учебных заведениях
	Александр Г. Черч	Функциональная концепция менеджмента; первый американец, рассмотревший весь комплекс концепций менеджмента и связавший их в единое целое
	А. К. Эрланг	Предвосхищение теории массового обслуживания

Годы	Индивидуум или этническая группа	Основной вклад в развитие экономической психологии менеджмента
1921	Вальтер Д. Скотт	Привнесение психологических знаний в рекламное дело и работу с кадрами
1923	Оливер Шелдон	Развитие философии менеджмента, принципов менеджмента
1925	Рональд А. Фишер	Различные современные статистические методы, включая байесовскую статистику, теорию проб и разработку экспериментов в научную организацию труда и экономическую теорию
1927	Элтон Мейо	Социологическая концепция групповых устремлений
1928	Т. К. Фрай	Статистические основы теории обслуживания
1930	Мэри П. Фоллетт	Философия менеджмента, основанная на индивидуальной мотивации; групповой подход к решению проблем менеджмента
1931	Джеймс Д. Муни	Признание универсальности принципов организации
1938	Честер Барнард	Теория организации; социологические аспекты менеджмента; необходимость коммуникации
	П. М. С. Блэкетт др.	Операционные исследования в психологии и экономике труда
1943	Линдзэлл Урвик	Сведение воедино и корреляция принципов управления
1947	Макс Вебер, Ренис Ликер, Крис Арджирис	Упор на психологию, социальную психологию и исследование человеческих отношений в теории организации; включение системной теории организации
1949	Ноберт Винер, Клод Шеннон	Упор на системный анализ и теорию информации в поиск закономерностей управленческого труда
1951	Франк Абрамс, М. Селекман	Введение искусства управления в мышление руководителей различных уровней управления
1955	Герберд Саймон, Гарольд Дж. Левитт, Роберт Шляйфер	Придание особого значения поведению человека при принятии решений, которое рассматривалось ими как идентичный, наблюдаемый и измеряемый процесс
1960	Дуглас Мак Грегор	Доказательство того, что отношение менеджера к подчиненным существенно влияет на их поведение и на рабочий климат в организации. В теории «Х» — утверждение приоритета контролирующего менеджера, в теории «Y» — принцип распределения ответственности
1965	Игорь Ансофф	Пересмотр прежних методов долгосрочного планирования, модель стратегического планирования (в книге «Стратегический менеджмент»)
1975	Вильям Оучи, О. Вильямсон	Развитие теории фирмы — несовершенства рынка — причина существования фирм
	Геральд Саланчик	Теории властных структур внутри организации и между ними
1976	Розмари Стюарт	Альтернативы и ограничения действий менеджера в разнообразных ситуациях и различия между отдельными видами управленческих задач
1980	Джеффри Пфеффер, Мишель Круазье	Теории властных структур внутри организаций и между ними
	Майкл Портер	Новые идеи относительно конкурентной стратегии, конкурентоспособности, потребительских качеств продукции и ресурсов, выраженных через себестоимость
1982	Теренс Дил, Аллан Кеннеди	Создание концепции корпоративной культуры как высшего фактора, влияющего на «организационное поведение» и корпоративное развитие

Годы	Индивидуум или этническая группа	Основной вклад в развитие экономической психологии менеджмента
1985	Том Петерс	Отношение к потребителям как к людям, а к персоналу организации — как к важному ресурсу развития экономической психологии
2002	Алюс Тверски, Даниэль Канеман	Лауреаты Нобелевской премии в области экономики, ученые-психологи внесли вклад в принципы прогнозирования принимаемых экономико-психологических решений на основе согласования инвестиций (финансовый рынок), занятости (рынок труда) и новых идей (рынок интеллектуальной собственности и производство)

положения общества является, как правило, отсутствие должного управления либо нарушение старшинства между людьми. Одним из первых, кто дал характеристику управления как особой сферы деятельности, был Сократ (ок. 470—339 гг. до н.э.). Он проанализировал различные формы управления, на основе чего провозгласил некоторые принципы хозяйственной деятельности. Платон (428—348 гг. до н.э.), рассматривая деятельность по управлению как важнейший элемент системы жизнеобеспечения общества, сделал попытку разграничить функции органов управления. Еще один великий мыслитель — Аристотель (384—322 гг. до н.э.) — указывал на необходимость разработки основ «господской науки», основанной на знании принципов ведения хозяйства и закономерностей душевной жизни. Наиболее четко изложил экономико-психологические принципы управления **Н. Макиавелли (1469—1527)**, который в своем труде «Государь» сформулировал следующие четыре принципа, существенно повлиявшие на развитие современного управления [217]:

- * авторитет или власть лидера коренятся в поддержке его сторонников;
- * подчиненные должны знать, что они могут ожидать от своего лидера, и понимать, что он ожидает от них;
- * лидер должен обладать волей к выживанию;
- * лидер — всегда образец мудрости и справедливости для своих сторонников.

Второй, или индустриальный, период именуется периодом промышленного капитализма (1776—1890 гг.). Наибольшая заслуга в развитии представлений о макроэкономических принципах экономической психологии управления в этот период принадлежит **А. Смиту (1723—1790 гг.)**, который является не только представителем политэкономии, но и одним из классиков экономической психологии. Он сделал анализ различных форм разделения труда, определил нормы выработки и вознаграждения, создал концепцию контроля, а также дал характеристику обязанностей государя и государства.

Значительный вклад в развитие экономической психологии управления внес англичанин **Р. Аркрайт (1732—1792 гг.)**, который объединил под крышей своей фабрики все процессы текстильного производства и ввел иерархический принцип его организации. На основе разделения труда, планирования размещения оборудования, координации работы машин и персо-

нала, обеспечения дисциплины ему удалось добиться непрерывности осуществления технологических процессов, что позволило существенно сэкономить на издержках производства и достичь немалых успехов в борьбе с конкурентами.

Большое влияние на формирование многих существующих научных направлений в управлении и экономической психологии оказало учение **Р. Оуэна (1771—1858 гг.)**. Его идеи гуманизации управления производством, а также признание необходимости обучения, улучшения условий и нормирования труда и быта рабочих актуальны и сегодня, доказывают необходимость соединения экономики труда и психологии труда в единую науку.

Первый переворот в теории и практике управления связан с созданием и использованием вычислительной техники. В 1833 г. английский математик Ч. Беббейдж (1792—1871 гг.) разработал проект «аналитической машины» — прообраза современной цифровой вычислительной техники, с помощью которой уже тогда экономико-психологические решения принимались более оперативно. Кроме того, его книга «Об экономии материалов и оборудования» оказалась первой в мире публикацией в области экономики труда и инженерной экономической психологии [313].

Собственно начало развития экономической психологии большинство ученых правомерно связывает с индустриальным периодом, или периодом промышленного капитализма. Именно на этом этапе возникновение и совершенствование рыночной экономики вызвало к жизни потребность в творческих управляющих, знающих, как наилучшим образом управлять организациями. Столкнувшись с конкуренцией, изменчивой внешней средой, управляющие развивали систему знаний о том, как лучше координировать совместный труд людей и рациональнее использовать ограниченные ресурсы на базе достижений экономики и психологии труда.

Третий период в развитии экономической психологии управления называется также периодом ее систематизации (1856-1960 гг.). Формируются новые направления, школы, концепции экономической психологии, изменяется и совершенствуется ее научный аппарат; наконец меняются сами исследователи и их взгляды. Менеджеры постепенно изменяют свои ориентиры от потребностей конкретной организации на изучение способов управления, действующих в их окружении. Одни из них решали свои управленческие проблемы теми способами, которые, казалось, срабатывали и в прошлые периоды. Другие искали более систематизированные подходы к управлению. Их индивидуальные успехи и провалы могут дать ценные уроки для экономической психологии. В сущности, то, что мы сегодня называем менеджментом, зародилось, как уже отмечалось, на основе достижений экономической психологии. Возникновение фабрики как первичного типа производства и необходимость обеспечения работой больших групп людей означало, что индивидуальные владельцы больше не могли наблюдать за деятельностью всех работников. В результате были выбраны лучшие работники, которых обучали для того, чтобы они могли представлять интересы владельцев на рабочих местах. Эти люди были первыми ме-

неджерами и практически внедряли достижения психологии и экономики труда.

Следует отметить, что в период систематизации менеджмента становление и развитие его основных научных школ, концепций и направлений происходило под влиянием вначале промышленного капитализма (1777–1890 гг.), а затем пришедших ему на смену финансового (1890—1933 гг.) и национального капитализма (1933—1950 гг.). Если в эпоху промышленного капитализма основное внимание со стороны исследователей уделялось оптимизации управления промышленным производством, а при финансовом капитализме главный акцент делался на управлении финансовыми ресурсами и расширении банковской системы, то в эпоху национального капитализма управленческая парадигма сместилась в сторону изучения государственного регулирования экономики и обоснования путей установления экономико-технологического баланса интересов в обществе. Произошла известная институализация экономики, благодаря чему получили развитие экономика труда и психология труда, появились публикации по экономической психологии как самостоятельной отрасли научного знания.

Четвертый, или информационный, период (с 1960 — по настоящее время) характеризуется наиболее интенсивным развитием теории и практики экономической психологии управления, он связан с разработками более поздних научных школ и концепций управления, опирающихся на использования количественного, системного и ситуационного подходов с применением современных компьютерных технологий и информационных систем. Этот период развития экономической психологии, находящийся под влиянием управленческого (1950—1990 гг.) и предпринимательского (1990— н.в.) капитализма, совпал со вступлением развитого общества в информационную стадию. На смену традиционному направлению в экономической психологии управления, нашедшему свое отражение в так называемой американской модели управления, и относительно новому (поведенческому) направлению, воплощенному в японской модели, приходит еще более новое (неформальное) инновационное, которое, по мнению многих исследователей, принято характеризовать как обновленческое (индивидуалистское или информационное), построенное на новой философии управления и национальной экономической психологии [338].

Основная задача экономической психологии управления в XXI веке состоит в том, чтобы «делать знания» производительными. Ее основные положения характеризуют следующие моменты, связанные с человеческим фактором:

- * ставка делается на человека самоактуализирующегося;
- * организация рассматривается как живой организм, состоящий из людей, объединенных совместными ценностями;
- * организации должно быть присуще постоянное обновление, склонность к инновациям, внедрению новшеств на основе экономико-пси-

хологических маркетинговых исследований потребительского поведения социума и достижений научно-технического прогресса.

Современный менеджмент все больше носит ярко выраженный междисциплинарный характер, в основе которого как научный базис лежит экономическая психология, как сумма результатов, которую можно объективно проверить и подтвердить. Таким образом, история становления и развития экономической психологии — это история людей, планирующих, организующих, подбирающих кадры, руководящих и контролирующих свое экономическое и социальное поведение; формирующих экономическое сознание социума, влияющих на национальный менталитет и принципы внешней и внутренней политики государства с учетом национальной экономической психологии.

Введение в экономическую психологию, ее роль и место в обществе

1.1. Политическая и экономическая психология власти как особой формы социальных отношений и проблемы формирования политического и экономического сознания социума

Господствующими идеями любого времени всегда лишь были идеи господствующего класса.

К. Маркс

Распад СССР и образование Содружества Независимых Государств привели к упразднению союзных социальных институтов, в том числе и в России, и появлению социальных институтов иной направленности на основе новых целей и норм общественной жизни, новых средств их функционирования и форм социального управления.

В советском обществе не было социального заказа на постановку проблемы серьезного научного исследования политических и экономических процессов, поскольку все исследования строились на жестко идеологизированной под руководством КПСС основе, замысел исследования формирования властных структур предполагал безальтернативные выборы, отсутствие разнообразия в политических программах, кроме «руководящей и направляющей», одних и тех же правил социального выбора практически на всех уровнях тоталитарной системы социального управления. Развитие демократических институтов российского общества привело к тому, что в политические процессы в стране вовлекаются значительные массы населения, мнение, интересы избирателей представляют множество партий, объединений, блоков и общественных организаций с самыми разными ожиданиями, предпочтениями и политическими пристрастиями.

В работах отечественных философов, социологов, политологов, правоведов уделялось внимание исследованиям и политическому поведению избирателей в России, и в странах с парламентской демократией (А.Г. Здравомыслов, Г.Г. Дилigenский, Ф.М. Бурлацкий, А.А. Галкин, В.С. Комаровский, С.П. Малахов, и др. [330]). Феномен общественного мнения достаточно полно описан в трудах М.К. Горшкова, Б.А. Грушина, В.В. Новикова, А.К. Уледова, А.И. Юрьева и др. [330].

Следует, однако, подчеркнуть, что в работах, указанных выше и других авторов, проблемы социальной и политической психологии организации общества, связанные с политическим сознанием, массовым сознанием, многопартийностью, трансформацией жизненных ценностей, корпоративными интересами, организацией свободных и добровольных выборов затрагиваются и освещаются явно недостаточно.

Сложившиеся обстоятельства свидетельствуют о том, что в условиях однопартийной системы не было возможности накопить достаточный опыт в

проведении исследований, связанных с социальным управлением, в то время как имеющийся западный опыт без соответствующей социокультурной адаптации, оказался явно не приемлемым для России.

Историческим фактом является то обстоятельство, что пробуждению политического сознания населения страны во многом способствовала отмена на III съезде народных депутатов СССР 6-й статьи Конституции СССР «О руководящей и направляющей роли КПСС», что привело первоначально де-факто, а после утверждения положения о партиях де-юре к состоянию многопартийности в социуме.

Социально-психологические результаты исследования массовой политизации российского социума, неудовлетворительность многих слоев населения своей ролью и местом в жизни страны затрагивают интересы всех без исключения граждан и дают чрезвычайно важный материал для объяснения закономерностей трансформации ценностей и перестройки политического сознания населения, его усложнения и дифференциации. Политические партии как организационно оформленные объединения людей, придерживающихся сходных политических установок, имеющих ценностно-ориентационное единство, вырабатывают выраженную в программе партии общую модель ожидаемого будущего, которая коснется всех сфер организации общества. Именно поэтому одним из заказов для социальной психологии как отрасли научного знания является исследование проблем политического самоопределения различных социальных и профессиональных групп, что составляет основу политических избирательных кампаний и последующих принципов социального управления в экономической, политической и культурной областях жизни российского общества [243].

В соответствии с Конституцией Российской Федерации (статья 3), «носителем суверенитета и единственным источником в Российской Федерации является ее многонациональный народ», а «высшим непосредственным выражением власти народа являются референдум и свободные выборы». Социальные и экономические изменения в России повлекли за собой крайне важные психологические последствия: значительная часть населения оказалась в силу обстоятельств в «пассивной» позиции по отношению к своей роли — носителя суверенитета и источника власти, произошла массовая потеря позиции человека как активного субъекта жизнедеятельности.

Федеральный закон об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации гласит (статья 3, пункт 3): «Участие гражданина Российской Федерации в выборах и референдуме является свободным и добровольным. Никто не вправе оказывать воздействие на гражданина Российской Федерации с целью принудить его к участию или неучастию в выборах и референдуме, а также на его свободное волеизъявление».

Следует отметить, что оказывать психологические воздействия на свободное волеизъявление граждан в процессе организации и проведения любых избирательных кампаний можно только на уровне управления индивидуальной деятельностью человека, что касается управления коллективным волеизъявлением, то это является нарушением Конституции РФ.

Известно, что управление в обществе называется социальным управлением (*Б.Г. Ананьев, Г.Г. Дилигенский, А.И. Донцов, Ю.М. Забродин, В.В. Новиков, Е.В. Шорохова* и др.)- В трудах этих ученых показано, что социальное управление включает два основных подкласса: управление индивидуальной деятельностью человека и управление совместной (коллективной) деятельностью людей. Важнейшими видами социальной психологии управления являются административно-государственное управление, управление социально-культурной сферой и управление материальным производством. Именно поэтому программа любой партии, претендующей на власть в стране, должна включать все сферы управления в организации общества: экономическая — область материального производства, распределения и потребления материальных благ; политическая — область классовых, национальных и межгосударственных отношений, отношений власти и господства; культурная — область духовного производства, распределения и потребления духовных благ [330].

Каждый вид управления включает уровни (организация — регион — отрасль — государство) и основные формы: управление материальными ресурсами и управление человеческими ресурсами. Основные формы и уровни управления включают соответствующие подвиды управления. Классификация управления представлена на рисунке 1 (*В.В. Новиков, Ю.М. Забродин*) [243].

Таким образом, изучение поведения кандидатов в период избирательных кампаний должно опираться на методологические положения отечественной социальной психологии управления, согласно которым человек, претендующий на власть по своим профессиональным и личностным способностям, должен соответствовать тому уровню иерархического управления (организация — регион — отрасль — государство), на который он претендует (*Б.Г. Ананьев, А.В. Брушлинский, Ю.М. Забродин, А.И. Донцов, Б.Ф. Ломов, В.В. Новиков, С.Л. Рубинштейн* и др.) [243].

Политический лидер любого уровня со своей командой при формировании программы партийного строительства, прежде всего должен исходить из того, что отношение населения и доверие к программе партии складываются по основным сферам организации общества: экономика, государственное устройство, культура.

Политическая стратификация российского общества осуществляется не по воле случая, а носит характер необходимости и строго контролируется разнообразными институтами. В период резких социально-экономических изменений население России переживает критический, переходный период в развитии общества, который условно можно назвать с точки зрения типа культурно-исторической эпохи сенсорно-инстинктивным. Как показано в зарубежной социологии и современной западной социальной психологии (*Б. Барбер, П. Бурдые, М. Вебер, Э. Дюргейм, Т. Карлейль, Н. Луман, Т. Парсонс, Я. Шапиро, Г. Шекин* и др.), для данного типа культурно-исторической эпохи характерны социально-политические конфликты, связанные с обострением социального неравенства людей, разным доступом к таким благам, как деньги, власть, престиж [243].

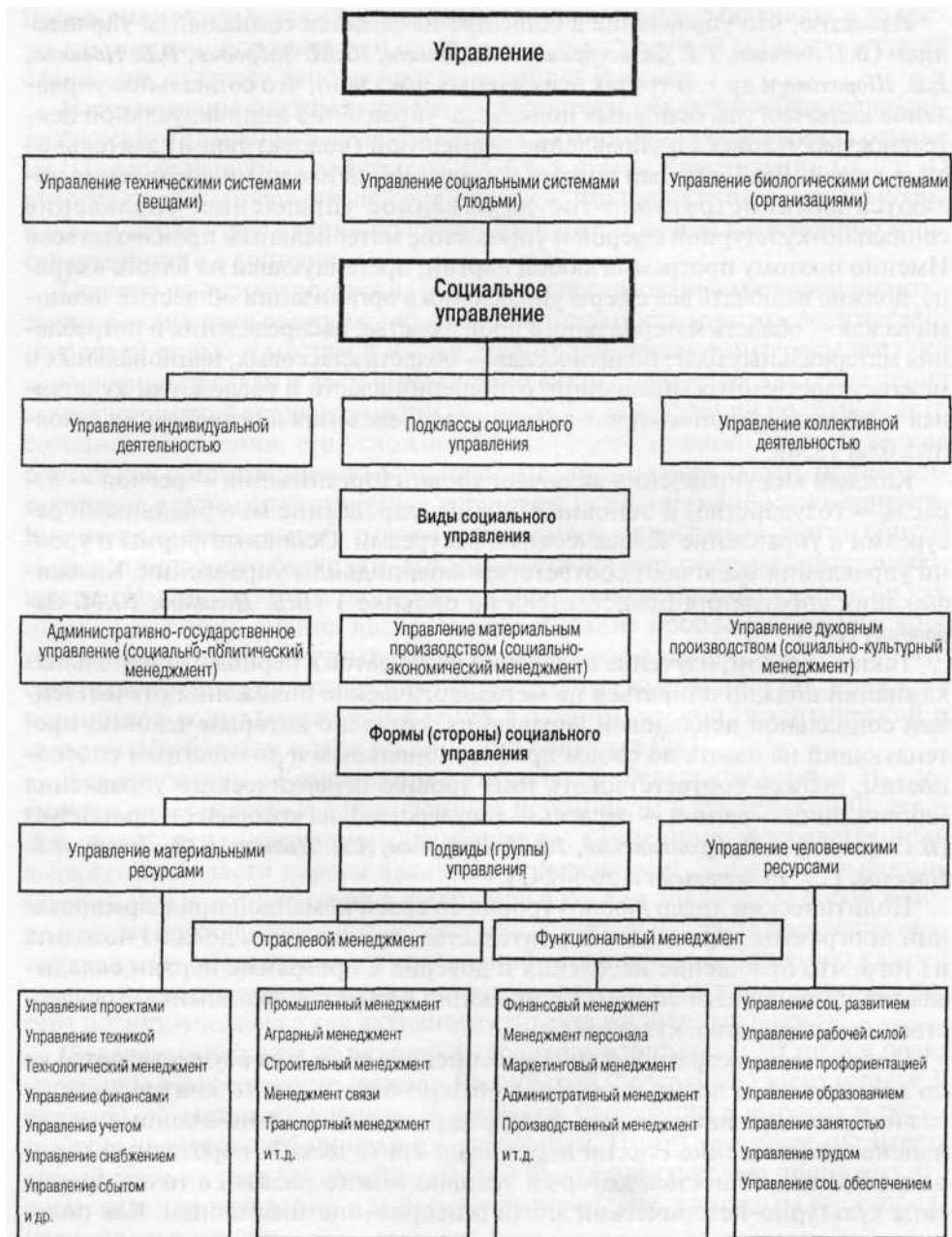


Рис. 1. Классификация (типология) управления в социуме

Таблица 1
Социальные характеристики исторических эпох

Социальные характеристики	Основные (нормальные) периоды общественного развития			Критический («аномальный») период
	I	II	III	
1. Тип культурно-исторической эпохи	Религиозно-духовная (например, Средневековье)	Рационально-эмоциональная (например, эпоха Ренессанса)	Чувственно-сенсорная (например, современная западная)	Сенсорно-инстинктивная (критические, переходные периоды в развитии общества)
2. Доминирующая сфера общества	Религия	Искусство	Наука	Политика
3. Господствующий социальный слой	Духовенство (духовная аристократия)	Дворянство (светская аристократия)	Бюргерство («третье сословие»)	Люмпенство (деклассированные слои и криминал)
4. Пути к господству	Вера (знание)	Слава (заслуги)	Богатство (деньги)	Сила — Деньги (агрессия)
5. Тип социального характера * (ценности)	Ориентированный на традицию (традиционный тип)	Ориентированный на себя (инициативный тип)	Ориентированный на других (конформистский тип)	Ориентированный на власть (авторитарный тип)

В таблице Г представлены основные социальные характеристики различных исторических эпох, как видно из таблицы, именно в критические («аномальные») периоды общественного развития доминирующей сферой общества становится политика.

Религиозные деятели, реформаторы, пророки, политические лидеры приходят в мир для того, чтобы указать людям путь изменения основных ценностей в соответствии с изменяющимися историческими эпохами и периодами. При этом выбор определенных слоев в качестве главных носителей ключевых ценностей того или иного периода соответствует наиболее выраженной функции — способности каждого социального слоя, ориентированного либо на духовные ценности, либо на политическую деятельность, либо на ценности материального производства. Знание закономерностей социального развития, его основных механизмов и движущих сил, способствует созданию эффективных систем с точки зрения социальной психологии государственного управления, позволяющих вырабатывать комплекс адекватных мер социального управления, охватывающих экономику, культуру и политику, определяющих уровень развития политического сознания населения.

Представления значительной части населения в советское время о политических лидерах, Генеральном секретаре ЦК КПСС и членах Политбюро как о бескорыстных правдоискателях, ищущих путь для советского общества к светлому будущему — коммунизму, было ничем иным как результатом манипулирования массовым сознанием четко отлаженной идеологической машиной: государства. В реальной жизни все оказалось гораздо более противоре-

* Более подробно табл. 1 раскрыта и статья: *Новиков ВВ.* Экономико-психологические проблемы развития рыночных отношений на постсоветском пространстве: Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности. Калуга: КФ МГЭИ, 2001. С. 222—230.

чивым. Так политико-психологический портрет Б.Н. Ельцина в массовом сознании связан прежде всего с обидами на Коммунистическую партию Советского Союза, стремлением к самоутверждению любой ценой, гиперкомпенсацией собственной неполноценности. Агрессивная неудовлетворенность первого президента России, воплотившаяся в социально одобряемые формы политической борьбы, в конечном итоге привела «несостоявшегося» члена Политбюро ЦК КПСС и руководителя Московской организации компартии к власти, но не столько за счет люмпенизированной части населения, подавляющее большинство которого считало себя также «обиженным» прежней властью и предпочитающее скорее эмоционально своими выборами переживать эти обиды, чем прилагать усилия к улучшению общественной жизни. Массовое политическое сознание российского общества, будучи тоталитарным, легко поддавалось на манипулятивные воздействия «гонимого» и «обиженного» Б.Н. Ельцина, имеющего, безусловно, личностные черты харизматического лидера. Голосование за Б.Н. Ельцина по З. Фрейду — символический акт массового катарсиса, эмоциональная протестная реакция на то, каким образом можно избавиться от тоталитаризма, внутренних конфликтов и трансформировать жизненные ценности [366]. Профессиональная несостоятельность президента-символа была видна не только в проявлении его миссии ниспровергателя и разрушителя, сделавшего в результате Беловежской сделки «Святой троицы» в декабре 1991 года более 25 миллионов граждан русскоязычного населения иностранцами помимо их волеизъявления: бездеятельность Б.Н. Ельцина и профессиональная некомпетентность проявлялись и при исполнении обязанностей народного депутата СССР, члена Верховного Совета СССР и его Президиума, председателя Комитета Верховного Совета по строительству и архитектуре. Единственное, что сделал Б.Н. Ельцин прорвавшись к власти, вместо Коммунистической партии создал «внутреннюю партию», занимающуюся не созиданием и строительством, а круговой обороной и отстаиванием корпоративных интересов «семьи» [330].

Политическое сознание и структура политического менталитета российского общества очень динамичны. Необходимость учета политического менталитета россиян подтверждается тем, что противостояние позиций партий приводит к острым социально-политическим конфликтам: как идейным, так и вооруженным (август 1991 года, октябрь 1993 года).

Резкая политизация общественной жизни, лавинообразный рост политических партий, движений, блоков и объединений свидетельствуют о критическом («аномальном») периоде развития общества (таблица 1), об обострении политической борьбы и отсутствии ясных целей и задач у политических лидеров при попытках партийного строительства.

Исследование динамики политического сознания и менталитета, а также политических пристрастий электората начали изучаться с 1993 года, при этом опрос проводился по всем блокам и партиям, баллотировавшимся на выборах в Государственную Думу 12 декабря 1993 года. Традиционно опрос электората включает: изучение социально-демографических факторов (возраст, пол, социальная и религиозная принадлежность, национальное происхождение, экономический статус, образование); политическое поведение

Таблица 2

Классификация поколений, живущих в России по критерию исторического-физического времени

№ п/п	Условное название поколения	Годы рождения	Период юности	Название исторической эпохи	Возраст в 1991 г.
1.	Ветераны	1910—1930	1930—1950	Эпоха сталинизма	61—75
2.	Поколение «шестидесятников»	1935—1940	1955—1965	Эпоха «оттепели»	51—60
3.	«Потерянное поколение»	1945—1960	1965—1980	Эпоха застоя	31—50
4.	Поколение «новых русских»	1960—1965	1980—1985	Период доперестроечных похорон	26—30
5.	Поколение «нигилистов»	1965—1970	1985—1991	«перестройка»	21—25

избирателей и общественное мнение; индивидуальная и групповая мотивация; электоральные ожидания и электоральные предпочтения (Г.К. Ашин, А.И. Ковлер, И.Ю. Киселев, О.В. Митина, В.Ф. Петренко, Э.П. Теплое, В.В. Томашов, Е.Н. Холопова и др. [330]). Нами в целях прогнозирования политического поведения электората предложено учитывать межпоколенные различия, которые, на наш взгляд, являются существенным фактором отношения населения к политическим партиям, блокам и движениям. Пилотажный опрос дифференциации политического сознания поколения ветеранов (возраст 61—75 лет) в конце весны — начале лета 1991 года, проведенный в Крыму (г. Симферополь) на Украине показал, что в условиях зарождающейся на постсоветском пространстве многопартийности даже у многоопытного населения политические установки только начинали зарождаться. Люди самого старшего поколения (всего было опрошено 34 ветерана войны и труда) среди многообразия новых политических партий и организаций как в России, так и на Украине отдавали свои симпатии всего трем большим политическим блокам: коммунистический блок (67,2%); национал-патриотический блок (26,5%); демократический блок (6,3%) [330].

В таблице 2* приведена схема классификации живущих в России поколений, основанная на периодах относительной стабильности социальных характеристик, связанных с формированием самосознания, идентичности, мировоззрения, социальной программы личности (онтогенетический период юности).

По сравнению с 1991 годом в 1993 году вместе с дальнейшим расслоением общества политическое сознание населения также продолжало дифференцироваться. При этом социальная стратификация раскрывает иерархическую структуру, с помощью которой неравенство передается от одного поколения к другому.

В таблице 3 приведены данные опроса различных поколений Калужской области на выборке 327 человек по 8 блокам и партиям, баллотировавшимся на выборах в Государственную Думу 12 декабря 1993 года, которые преодолели 5% барьер. Политические пристрастия измерялись по четырехбалльной шкале.

Голубева Г.Ф. Учет межпоколенных различий в политических предпочтениях лиц пожилого возраста. Курсовая работа. СГУ им. М.В. Фрунзе, 1991.

Таблица 3

Средние оценки партий и движений по пяти группам респондентов на выборах в Государственную Думу (12. 12. 1993)

Партии	ЛДПР	КПРФ	Аграрная партия	ДПР	Женщины России	ДР	Яблоко	Выбор России	Доля (%)
21–30 «нигилисты»	3,77	3,94	3,33	3,17	2,91	3,40	3,25	3,64	26,4
31–50 «потерянное поколение»	3,71	3,77	2,90	3,01	2,80	3,38	4,01	3,89	40,6
51–60 «поколение шестидесятников»	3,59	3,47	3,09	3,26	2,63	3,33	3,12	3,67	16,0
61 и старше «ветераны»	3,70	3,14	3,06	3,11	2,88	3,29	3,23	3,72	17,0
Муж.	3,55	3,66	3,06	3,20	2,98	3,43	3,31	3,79	43,2
Жен.	3,82	3,73	3,04	3,01	2,69	3,28	2,95	3,73	56,8
Россия	4,00	4,10	3,60	3,80	3,30	3,60	3,50	3,80	100

Сопоставление выделенных в различные временные моменты (1991 и 1993 гг.) базисных факторов политического сознания в России, а также факторов выделенных в один и тот же момент времени (в 1991 году), но на разных социально-этнических сообществах дает возможность говорить о наличии в обоих случаях значимых изменений в категориальной структуре политического менталитета, то есть категории общественного сознания, опосредующие восприятие политической жизни, меняются во времени и являются культурно и социально обусловленными [330].

Рассмотрим социально-психологические особенности комплектования психологически совместимых и функционально срабатываемых команд для успешного проведения региональных избирательных кампаний, исходя из накопленного нами опыта [330].

Отсутствие в отечественной психологии работ, посвященных команде как субъекту деятельности политических избирательных кампаний вызвало определенную сложность при разработке методики комплектования команды. Участие в ряде политических избирательных кампаний (в роли эксперта, руководителя штаба кампании) позволило осуществить включенное наблюдение. Это дало возможность, используя исследования, посвященные проблемам совместной деятельности (И.П. Волков, А.Л. Журавлев, А.И. Донцов, В.В. Новиков, В.В. Спасенников и др.) обобщить полученные результаты и выделить социально-психологические характеристики деятельности избирательной команды, реально влияющие на результаты предвыборной борьбы [243].

Как показано в работах А.И. Ковлер, Е.В. Тугаревой, Е.Н. Холоповой, А.Ф. Шикун, политическую избирательную кампанию следует понимать как определенный вид политической деятельности кандидата, партии, характеризующей-

Данные политических предпочтений по всей России заимствованы из книги: *Туманов С.В., Бурыкин И.Г. Электорат России в 1993 году. М., 1995.*

ся особенностями взаимодействия с избирательной командой, электоратом и зависящим от выбора стратегии и тактики предвыборной борьбы, политической ситуации в обществе, а также от социально-психологических аспектов сложившейся избирательной ситуации. Данный подход позволяет планировать и проводить политическую избирательную кампанию с использованием обобщенной теоретической модели социально-психологического взаимодействия ее субъектов: кандидата, избирательной команды, электората [330].

Для успешного проведения политической избирательной кампании каждый кандидат (партия) формирует избирательную команду (группу управления) с целью координации руководства деятельностью всеми добровольцами, выразившими желание помочь кандидату. Характер организационной деятельности избирательной команды и ее результаты в процессе выборов определяются как профессиональной сработанностью и межличностной совместимостью членов команды, так и эффективным функционально-ролевым разделением труда, определяемого спецификой содержания самой деятельности.

Началом процедуры комплектования избирательной команды является возникновение ролевого кольца заинтересованных лиц: заказчик (инициативная группа), клиент (кандидат), менеджер (начальник штаба), штатные исполнители (контрактники), волонтеры (добровольцы). Особенностью предстоящей работы избирательной команды является воздействие таких социально-психологических факторов, как экстремальность, жесткая конкуренция, временность существования команды (срок «жизни» 2—3 месяца).

В наших исследованиях в процессе формирования избирательной команды были использованы такие экспресс - процедуры срабатывания и психологического сплочения команды к предстоящей деятельности, как: организация и проведение со всеми претендентами организационно-обучающей игры «Выборы», учет коммуникативной дистанции (активности) и социометрических предпочтений (межличностных выборов), отбор (тестирование) по методикам: Майерс-Бриггс (соционические типы), Рокича (терминальные и инструментальные ценности), Келли (личностные особенности) [315].

Технология формирования избирательной команды (фрагмент) представлена на рисунке 2 и в таблице 4.

Данные, приведенные в таблице 4, являются подтверждением того, что данная избирательная команда из всех возможных вариантов комплектования, оказалась наиболее сплоченной. Индекс групповой социометрической сплоченности избирательной команды вычислялся по формуле (В.В. Спассеников) [315]

$$I_c = 2 \sum_{i,j}^{0,5N(N-1)} C_{ij}^{\Sigma} / \alpha \cdot N(N-1) = 0,87, (1)$$

где:

C_{ij}^{Σ} — суммарная взаимная психологическая связь (эмоциональные предпочтения межличностных выборов);

N — количество членов избирательной команды;

a — масштабирующий коэффициент шкалирования.

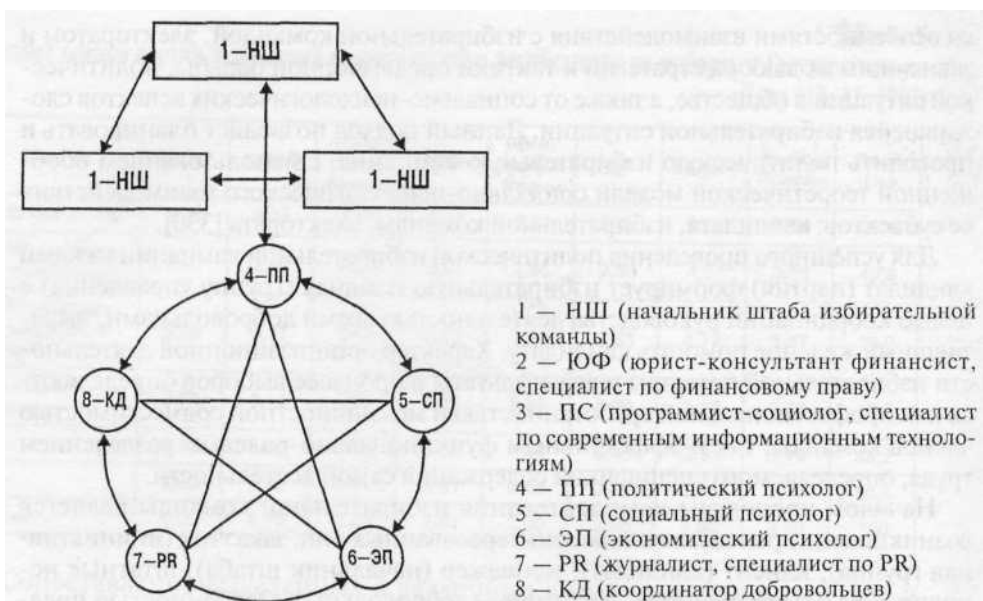


Рис. 2. Схема организации взаимодействия членов избирательной команды

Таблица 4
 Результаты тестирования и социометрического опроса, полученные в процессе формирования избирательной команды

		1	2	3	4	5	6	7	8	Статус (С)	Ранг С _i	Экспансия E _i	Ранг E _i
НШ	ENFP	0	+2	+2	+2	+1	+2	+2	+2	0,75	1	0,57	3
ЮФ	INFP	+1	0	-2	+1	0	+2	+2	-1	0,59	4	0,57	3
ПС	INPF	+1	+2	0	+1	0	+2	+2	+2	0,46	5,5	0,21	7,5
ПП	ESTJ	+2	+1	+1	0	+2	+2	+1	+1	0,46	5,5	0,21	7,5
СП	ENFJ	+1	+1	+1	+2	0	+2	+1	+1	0,61	3	0,57	3
ЭП	ESTJ	+1	+2	0	+1	+2	0	+1	+1	0,72	2	0,65	1
PR	ESTJ	0	+1	-1	-2	+1	+1	0	-2	0,18	8	0,50	5
КД	ENFP	+2	-1	+2	-2	+2	+1	-2	0	0,21	7	0,28	6

Высокий уровень сплоченности, отсутствие межличностной напряженности, совпадение формальной и неформальной подструктуры общения в избирательной команде, в совокупности с такими факторами профессиональной сработанности, как функционально-ролевое распределение труда, подбор на ключевые посты с учетом профессионально-важных и личностных качеств (Келли, Майерс-Бриггс, Рокич и др.) позволили успешно спланировать и организовать проведение таких выборных кампаний в регионе, как выборы депутатов Государственной Думы (19.12.1999), выборы Президента Российской Федерации (26.03.2000), выборы мэра города Обнинска (12.03.2001) [105].

В избирательных командах различных уровней в первую очередь следует

учитывать такие социально-психологические характеристики совместной деятельности, как: ценностно-ориентационное единство, целенаправленность, групповую мотивацию и стимулы совместной работы, профессиональную срабатываемость и межличностную совместимость в групповом взаимодействии. В работе [105] приведены характеристики и сформулированы психологические требования к людям, занимающим такие ключевые посты, как начальник штаба избирательной команды (менеджер), программист-социолог (специалист по современным информационным технологиям), психологи различных специальностей, координатор добровольцев и журналист (специалист по связям с общественностью). В исследовании [105] приведен анализ электоральных ожиданий и предпочтений самой малоактивной части регионального электората: молодежи перед выборами депутатов Государственной Думы (19.12.1999) и Президента Российской Федерации (26.03.2000). Изучению предпочтений студенческой молодежи (возраст 18–22 года) предшествовали проведенные в рамках спецкурса «Социальная психология политического лидерства» организационно-обучающие игры «Выборы».

По нашему мнению, дальнейшая демократизация жизни связана с ростом активности молодежи и формированием системы ее жизненных ценностей и политических ориентации. Проведенная нами диагностика политического сознания студентов определяется классификацией отношения к политическим движениям по трем основным сферам организации общества: экономика, государственное устройство, культура (таблица 5).

Таблица 5

Классификация основных типов политического сознания студентов

Полярный принцип	Основные сферы общества	Тип политического сознания
Централизм	Экономика — коллективная, общенародная, государственная собственность (экономический коллективизм)	Социализм (концентрация собственности, крайняя степень — экономическое бесправие)
	Политика — моноцентричная организация власти (монарх, президент, вожь, фюрер) — авторитаризм власти	Монархизм (концентрация власти, авторитаризм, крайняя степень — тирания)
	Культура — замкнутое ограниченное (родовое, национальное, этноцентричное, расовое, религиозно-конфессиональное) мировосприятие, его моноцентризм	Национализм (родовое, узкогрупповое мировосприятие, крайняя степень — шовинизм)
Децентрализм	Экономика — личная, частная, семейная, узкогрупповая собственность (экономический индивидуализм)	Либерализм (разделение собственности, крайняя степень — экономический монополизм)
	Политика — разделение, распределенная политическая власть (властный полицентризм)	Анархизм (разделение власти, властная децентрализация, крайняя степень — полное безвластие)
	Культура — внеродовое, наднациональное, открытое мировосприятие, его полицентризм	Интернационализм (внеродовое, общегражданское мировосприятие, крайняя степень — имперский космополитизм)

Разделив каждую из трех основных сфер общественной жизни — экономическую, политическую и духовную, — на два полюса по принципу «централизация — децентрализация» получаем следующие дефиниции [401]:

- централизованная собственность — социализм;
- децентрализованная собственность — либерализм;
- централизованная власть — авторитаризм;
- децентрализованная власть — анархизм;
- централизованное мировосприятие — национализм;
- децентрализованное мировосприятие — интернационализм.

Очевидно, что в рамках введенных обозначений невозможно быть одновременно социалистом и либералом, монархистом и анархистом, националистом и интернационалистом.

Исходя из анализа таблицы 5, можно построить следующую классификацию политических течений (партий):

- социализм + авторитаризм + национализм = фашизм;
- социализм + авторитаризм + интернационализм = коммунизм;
- социализм + анархизм + национализм = христианский социализм (вместо определения «христианский» может стоять любое другое обозначение мировой религии);
- социализм + анархизм + интернационализм = социальная демократия;
- либерализм + авторитаризм + национализм = конституционный монархизм;
- либерализм + авторитаризм + интернационализм = конституционная демократия;
- либерализм + анархизм + национализм = христианская демократия;
- либерализм + анархизм + интернационализм = либеральная демократия.

Диагностика политических предпочтений студентов в общепринятой системе координат «левые — правые» дала следующие результаты (таблица 6).

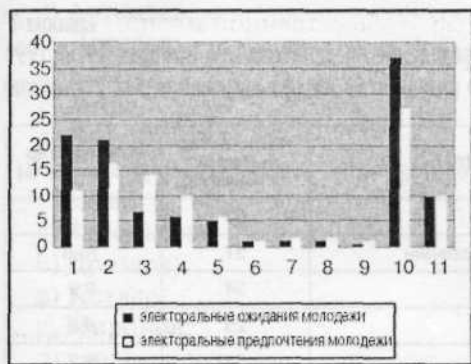
Данные результаты говорят сами за себя: среди студентов наблюдается явное преобладание левых взглядов, поэтому, как утверждал В.И. Ленин, в будущем России не исключена «детская болезнь левизны в коммунизме» [66].

Исходя из репрезентативности выборки (342 человека), в целом полученная картина отражает такую особенность возраста, как максимализм, стремление к организованной власти и сильной национальной государственности [330].

Прослеживается еще одна тенденция: какие бы блоки и движения не возникали на политическом небосклоне: «Консервативное движение России»,

Таблица 6
Распределение выборов студентов в общепринятой системе

Левые	Левый центр	Правый центр	Правые
Коммунисты	Христианские социалисты	Либеральные демократы	Конституционные монархисты
Социал-демократы	Христианские демократы	Конституционные демократы	Фашисты (национал-социалисты)
30,1%	26,5%	15,2%	19,2%



1. Межрегиональное движение «Единство»;
2. Коммунистическая партия Российской Федерации;
3. «Блок Жириновского» (ЛДПР);
4. «Отечество — вся Россия» («Отечество», «Регионы России», «За равноправие и справедливость», «Аграрная партия России», «Союз христианских демократов России»);
5. Объединение «Яблоко»;
6. «Союз правых сил»
7. «Блок генерала Андреева, академика Святослава Федорова»;
8. «Женщины России»;
9. «Российская партия защиты женщин»;
10. Затрудняюсь ответить;
11. Не пойду на выборы.

Рис.3. Диаграмма электоральных ожиданий и предпочтений студенческой молодежи перед выборами (показаны только те объединения и блоки, которые предположительно смогут преодолеть 5% барьер или будут близки к его преодолению)

«Партия мира и единства», «Всероссийская политическая партия народа» и т.д., они, при отсутствии программных документов, построенных на основе принципов классификации типов политического сознания, не имеют реальных шансов для победы на любых выборах.

Реальное распределение политических предпочтений студентов на выборах (по результатам интервьюирования подтвердило их ожидания (диаграмма на рисунке 3 и таблица 7 соответственно).

Как показал наш опыт, основными недостатками в организации и проведении избирательных кампаний по выборам депутатов Государственной Думы (19.12.1999) и выборам Президента Российской Федерации являются следующие [330]:

- отсутствие проектов стабилизации и стратегического развития России, обеспеченных «прозрачными» механизмами их реализации;
- коррупция во всех ветвях власти, криминализация общества и ей соответствующая деформация культурных ценностей;
- деидеологизация общества, разрушение духовных устоев, ослабление религиозных и морально-нравственных норм.

Таким образом, в самосознании россиян возникает доминирующее восприятие себя как объектов политического воздействия, а не субъектов, способных реально воздействовать на социально-политические процессы в России: отсутствие культуры анализа политических ситуаций и самоопределения в этих ситуациях.

Рассмотрим социально-психологические характеристики деятельности субъектов региональной избирательной кампании: кандидата, избирательной команды и электората на примере выборов мэра города Обнинска (февраль-март 2001 года) [335].

В исследовании была поставлена и решена задача выявления ожиданий и предпочтений населения, формирующихся диспозицией электората, и отработана модель эффективного взаимодействия избирательной команды.

Избирательной командой была разработана анкета социологического опроса электората, которая приведена ниже.

Таблица 7*
 Распределение предпочтений на выборах 19.12.1999
 (по результатам интервьюирования 342 студентов)

Рейтинг	Избирательное объединение (блок)	Количество выборов (в голосах)	Количество выборов(в %)
1.	«Единство» («Медведь»)	63	18,4
2.	Коммунистическая партия Российской Федерации	37	10,8
3.	«Блок Жириновского»	34	9,9
4.	«Отечество - вся Россия»	29	8,5
5.	Объединение «Яблоко»	23	6,7
6.	«Союз правых сил»	19	5,6
7.	«Блок генерала Андрея Николаева, академика Святослава Федорова»	19	5,6
8.	«Женщины России»	18	4,7
9.	«Российская партия защиты женщин»	15	4,4
10.	«ВОПД «Наш дом Россия»»	13	3,8
11.	«Социалистическая партия России»	12	3,5
12.	«Российский общенародный союз»	10	2,9
13.	«Конгресс русских общин и движение Юрия Болдырева»	10	2,9
14.	«За гражданское достоинство»	9	2,6
15.	«Общероссийское политическое движение «В поддержку армии»»	9	2,6
16.	«Русская социалистическая партия»	7	2,0
17.	«Коммунисты, трудящиеся России - за Советский Союз»	4	1,2
18.	«Сталинский блок за СССР»	4	1,2
19.	«Русское дело»	3	0,9
20.	«Всероссийское общественно-политическое движение «Духовное наследие»	2	0,6
21.	«Мир, труд, май»	1	0,3
22.	«Партия мира и единства»	1	0,3

Вопросы анкеты:

1. Как часто вы принимаете участие в выборах различных уровней: муниципальные, региональные, федеральные?
 - а) от случая к случаю;
 - б) систематически;
 - в) зависит от кандидата;
 - г) Ваш вариант ответа.
2. С кем из кандидатов вы связываете благополучие вашего города следующие 4 года?

* В таблице 7 отражены все объединения и блоки, за которые были отданы голоса контрольной выборки, студенческой молодежи на территории Калужской области.

- а) Артемьев;
 - б) Дроздов;
 - в) Котляр;
 - г) Миронов;
 - д) Ваш вариант.
3. С программой какого кандидата, претендующего на пост мэра, вы знакомы?
- а) Артемьев;
 - б) Дроздов;
 - в) Котляр;
 - г) Миронов;
 - д) ваш вариант.
4. На сколько вы согласны с предложенной программой?
- а) — полностью согласен;
 - б) — скорее согласен, чем не согласен;
 - в) — скорее не согласен, чем согласен;
 - г) — полностью не согласен;
 - д) — ваш вариант.
5. Как вы оцениваете вашу готовность принять участие в выборах (на шкале отметьте оценочный балл)?
- 0_1_2_3_4_5_6_7_8_9_10
6. Если бы выборы проходили завтра, за кого из кандидатов вы бы проголосовали?
- а) Артемьев;
 - б) Дроздов;
 - в) Котляр;
 - г) Миронов;
 - д) ваш вариант.
7. За кого, по вашему мнению, отдадут свои голоса на выборах ваши родственники, друзья, знакомые?
- а) Артемьев;
 - б) Дроздов;
 - в) Котляр;
 - г) Миронов;
 - д) ваш вариант.
8. Как вы оцениваете шансы вашего кандидата стать мэром (в %). Покажите точкой на шкале.
- 0_25_50_75_100
9. Вы полностью доверяете своему кандидату?
- а) да;
 - б) нет.
10. По каким критериям вы выбрали кандидата?
- а) политические взгляды;
 - б) знает свое дело (профессионализм);
 - в) морально-нравственные качества;
 - г) доверие к людям и забота об их нуждах;

- д) инициативность, самостоятельность, решительность;
е) ваш вариант ответа.

Краткие сведения о респонденте:

- 1) ваш полный возраст (полных лет);
- 2) ваш пол;
- 3) ваш род занятий;
- 4) ваше образование:
 - а) среднее;
 - б) высшее;
 - в) среднее специальное;
- 5) ваши партийно-политические пристрастия.

Спасибо за сотрудничество!

Из 300 полученных анкет 4 анкеты оказались недостоверными (по критериям полноты и противоречивости информации). В таблице 8 представлены общие характеристики выборки.

Таблица 8
Характеристики выборки электорального поля города Обнинска

№ п/п	Возраст	Пол, образ.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Сумма
1.	18—29	М-н	3	8	2	0	0	0	0	1	2	16
2.	18—29	Ж-н	2	17	5	1	1	0	3	4	8	41
3.	18—29	М-в	0	4	1	1	0	0	0	0	3	9
4.	18—29	Ж-в	0	2	0	4	0	0	1	1	1	9
5.	30—55	М-н	6	9	6	6	4	4	3	4	2	44
6.	30—55	Ж-н	12	13	18	9	5	6	7	9	5	84
7.	30—55	М-в	0	8	5	1	0	2	1	1	2	20
8.	30—55	Ж-в	4	15	4	2	4	4	2	4	3	42
9.	Свыше 56	М-н	2	4	1	0	1	1	0	2	0	11
10.	Свыше 56	Ж-н	0	4	1	1	1	2	1	0	2	12
11.	Свыше 56	М-в	0	0	6	0	0	0	1	2	1	10
12.	Свыше 56	Ж-в	0	3	1	0	0	1	2	1	0	8
Сумма			29	87	40	25	16	20	21	29	29	296

Таблица 9
Прогнозная таблица победы на выборах

Рейтинг	Кандидат	Выборы	Вероятность успеха
1	Мионов	216	0,4
2	Артемьев	185	0,3
3	Дроздов	104	0,2
4	Котляр	57	0,1

Прогнозный критерий вероятности успеха на выборах, включающий аддитивную сумму выборов респондентов по П2, П3, П6 анкеты, дал следующий интегральный результат (таблица 9).

Данные показатели вероятности представляются более чем достоверными и обоснованными целым рядом показателей, а также следующими особенностями.

Во-первых. Факт численного соответствия тенденции процента явки опрошенных общей динамике посещения избирателями выборов в регионе в последние годы. На вопрос о том, как часто опрашиваемые принимали участие в выборах различных уровней, получены следующие ответы:

- а) от случая к случаю — 12,7%
- б) систематически — 26,2%
- в) зависит от кандидата — 27,1 %

Это подтверждает факт наличия «устойчивого иммунитета» электората региона к выборам вообще, где стабильная явка на выборы немногим превышает 30% (систематически), а также наличия около 30% избирателей, «условно посещающих» выборы, если они окажутся для них интересными, что, впрочем, не характерно для выборов калужского региона.

Во-вторых. Оценив шансы своего кандидата стать мэром равные $P=0,75$ по Спирмену (при $p < 0,05$), опрашиваемые показали в массе своей полную дезинформированность в отношении кандидатов, действительной предвыборной расстановки сил и общественного мнения на момент опроса. Это создает предпосылку для вывода, что интерес электората к выборам складывается далеко не активный, а напротив — вынужденный, что создает возможность использовать полюбившуюся в регионе стратегию «спускать выборы на тормозах».

В-третьих. Распределение критериев, по которым опрашиваемые отдают предпочтение тому или иному кандидату, дало следующие результаты:

- а) политические взгляды — 12,2%;
- б) знает свое дело (профессионализм) — 28,3%;
- в) морально-нравственные качества — 9,6%;
- г) доверие к людям и забота об их нуждах — 18,1%;
- д) инициативность, самостоятельность, решительность — 11,1%.

Как показано в исследовании, образ знающего свое дело кандидата, созданный средствами массовой информации, имидж заботливого и знакомого с нуждами простых людей человека (28,3% и 18,1%) обеспечивают победу на выборах.

Обобщения результатов проведенного опроса и опыт последних лет проводимых выборных кампаний в различных регионах России позволяет сделать некоторые обобщения. В современной политической жизни регионов выборная демократия занимает весьма своеобразное место. Являясь необходимым механизмом волеизъявления народа в одних регионах, в других она является лишь ширмой для решения насущных проблем руководителей регионов. Причем решающую роль здесь играют конкретные региональные особенности: политическая история региона, наличие местных клановых групп, интересы крупных финансово-промышленных групп и т.д.

Все регионы России можно разделить на две неравные части. Первую группу представляют регионы-доноры федерального бюджета. Особенностью таких регионов являются интерес к ним со стороны крупных бизнес-структур и наличие стратегических интересов государства. В провинции таковыми являются регионы с наличием природных богатств и развитой промышленной базой по их добыче и переработке, поэтому наличие в области месторождений нефти или железных руд, наличие горно-обогатительных комбинатов или металлургических комплексов однозначно свидетельствует, что данный регион будет вызывать интерес у государства и бизнеса на предмет контроля над этим регионом. В этом случае выборы в местные органы власти (особенно губернаторов, субъектов федерации и мэров крупных городов) есть арена для сражения, в котором участвуют финансово-промышленные группы и государство (если, конечно, государство не принимает сторону одной из финансово-промышленных групп). Следствием такого положения дел являются размеры смет на проведение выборных кампаний. Демократия в этом случае превращается в борьбу олигархических и криминальных кланов, бывает, с участием государства в качестве самостоятельного игрока или на чьей-либо стороне. При этом электорат — есть объект для манипулирования, а целью выборной кампании является достижение сиюминутного результата, для чего бывают хороши любые средства. За счет таких регионов во многом процветают специализированные PR-агентства, обеспечивающие необходимый технологический уровень выборов.

Вторую группу представляют убыточные регионы. Если они не обладают пусть даже потенциальными природными ресурсами, не находятся вблизи горячих точек или сами являются таковыми или во главе их не стоят одиозные для федерального центра лидеры, то интереса со стороны крупного бизнеса они не вызывают. У федеральных властей к ним нет интереса, а потому региональная политическая жизнь отдана на откуп местным элитам.

Типичная политико-экономическая ситуация, характерная для убыточных регионов, может быть охарактеризована следующим образом:

1. Масштабы экономического спада 90-х годов выражены сильнее, чем в других регионах.
2. Данные регионы всегда убыточны. Бюджет во многом формируется федеральными трансфертами, отсюда полная зависимость от федерального центра.
3. Отраслевая структура промышленности имеет перекося в сторону ВПК. О структурной перестройке экономики речь не идет.
4. В регионе достаточно высокая безработица, особенно структурная.
5. В стратифицированной элите региона наиболее сильны представители торгово-закупочного бизнеса.
6. Собственниками крупнейших предприятий являются, как правило, бывшие их руководители — «красные» директора. Пакеты акций распялены между акционерами.
7. При наличии предпосылок для возникновения социальной напряженности население имеет выраженную социальную апатию. Все недовольство выражается в протестной реакции в виде поддержки коммунистов.

На этом фоне проходящие выборы в таких регионах имеют специфические социально-психологические особенности.

Среди технологических особенностей избирательных региональных кампаний в диссертации выделены следующие:

1. Гипертрофированная роль административного фактора. Зачастую вся кампания идет не на страницах СМИ и в сознании избирателей, а в чиновничьих кабинетах.
2. Как правило, избирателю предоставляются практически безальтернативные варианты выборов. Большинство сильных кандидатов выбывает до момента начала кампании, получив приличные административные должности. Как правило, имеющийся серьезный кандидат из оставшихся, получивший предварительное благословение «сверху», использует этот самый административный фактор и, будучи иногда абсолютно неизвестным своему избирателю, выигрывает выборы с большим отрывом.
3. Одной из нерешенных проблем в регионах является использование «грязных» избирательных технологий, т.к. затраты на организацию манипулирования сознанием населения значительно ниже, чем на убеждение избирателей.

Следует отметить, что без знаний психологических особенностей кандидата невозможно понять особенности его позиций, и, следовательно, нереален прогноз изменения его поведения в значимых политических ситуациях. Важным является выявление и изучение генезиса личностных характеристик политических лидеров, а также построение типологии политиков России по параметрам их личностных качеств. Выводы и рекомендации проводимого исследования могут быть использованы для прогнозирования политического поведения их партнеров, построения эффективной стратегии взаимодействия с ними и переговоров, понимания сильных и слабых сторон партнеров и оппонентов, а также для оптимизации политического поведения избирателей и формирования их политического и экономического сознания.

Парадоксальность постсоветского периода заключается в том, *что не партия выдвигает из своих рядов лидера, а лидер создает себе партию*, чтобы с ее помощью реализовать свои устремления, прикрываясь лозунгами экономического и политического возрождения российского государства. Рядовому гражданину остается лишь гадать, кто же входит в данную партию и интересы каких социальных групп она выражает.

Само по себе создание партий с целью «поставить экономику впереди политики» есть явление, связанное с *экономическим хаосом в обществе*, со стремлением отдельных представителей хозяйственной элиты решить главную задачу — направить страну на путь цивилизованной модернизации без острой политической конфронтации. Однако выполнение данной цели отдельными лидерами, даже харизматического типа, вряд ли возможно без массовой поддержки населения. Следовательно, каждая партия, в том числе и «чисто экономического характера», заинтересована в получении как можно большего количества мест в представительных структурах.

Происходит болезненный *процесс соединения политического представительства с экономическими интересами* всех категорий населения через полити-

ческие партии на уровне всего общества. Основные слагаемые успеха этого процесса известны: институционализация всех существующих партий; их способность получать поддержку на выборах; интеллектуальные возможности их представителей в органах власти. Однако процессы истинно многопартийного строительства находятся в самом начале своего пути, ибо пока нет экономического базиса, программ социально-экономического развития, любые политические надстройки будут неустойчивыми.

Объединение людей в политические формирования имеет социально-психологические предпосылки. Происходит это потому, что: 1) партии естественным образом формируются в обществе, как коллективная политическая реакция психологических групп людей на состояние власти; 2) партии проектируют и создают психолого-политические властные механизмы управления обществом в интересах его жизнеобеспечения; 3) партии профессионально производят специфический продукт деятельности — целеобразование, который играет роль катализатора политических явлений; 4) партии жизнеспособны в той мере, в какой они располагают интеллектуальным базисом, достаточным для формулировки целеобразования общества; 5) партии формируют психолого-политические состояния общества, необходимые для преодоления социальных, экономических, правовых тупиков его развития; 6) партии выполняют функцию психологической связи между политикой и политическими явлениями; 7) политика имеет конечное число психологических параметров, и каждому из них соответствует политическая партия, реально существующая или теоретически возможная; 8) полное организационное и физическое искоренение какой-либо партии не означает ее уничтожения, потому что ее психологическая первооснова способна к политическому самовоспроизведению безо всякой связи с историческими предшественниками.

Формирование политических партий связано с *политической культурой общества, восприятием демократических ценностей*, отношением различных слоев населения к политическим лидерам. Отношения к абстрактным политическим идеям и институтам, которые граждане усваивают в ходе реформ, опосредуются их отношением к ярким политическим фигурам, которые становятся своего рода политическими символами. Явный переизбыток различных политических партий, движений и блоков на Российском политическом рынке в настоящий исторический период не позволяет выработать адекватные критерии оценки политических лидеров и партий, эмоциональных отношений к ним, симпатий и антипатий, существующих в различных социальных группах, что еще более усугубляется низкой политической культурой общества.

Одним из перспективных направлений дальнейших исследований является *экономико-психологический анализ политической рекламы*: представление избирателям личности политического лидера, путем создания адекватного имиджа; эргономические требования к политической символике (эмблемы, логотипы, плакаты, ролики, организация шоу и т.д.); идеологический концептуальный потенциал (убеждения, лозунги, программа).

1.2. Национальная экономическая психология, экономическая безопасность государства и качество жизни населения

Человек — это единственное существо, чье существование является проблемой для него самого. Деструктивность есть результат ущемленной и искащенной в итоге жизни.

Э. Фромм

Социально-экономический закон конкуренции в макроэкономике и мировом разделении труда приводит к тому, что между всеми странами мира как на уровне властных, так и исполнительных структур происходит экономико-психологическое соревнование по уровню жизни населения, т. е. количеству товаров и услуг доступных гражданам государства.

По мнению одного из видных американских экономических психологов Г. Катона (G. Catona): «Никто не может предугадать, в каком направлении идет экономика: будет ли она развиваться или падать в следующий период времени — неясно. Людям же нужно решать вопрос, тратить или сохранять свои накопления. В этих условиях общественное мнение становится значимым фактором экономики. Если большая группа людей одновременно меняет свое поведение, решая тратить или сберечь средства, то их решение повлияет на такой макроэкономический феномен, как объем доступных для инвестиций, денег. Психологический фактор изменит течение бизнес-цикла» [465].

Возникновение транснациональных кампаний и объединения в мировом разделении труда мирового капитала не только изменяет национальную экономическую психологию в каждой стране, но и оказывает влияние на взаимодействие законов разделения и перемены труда, воздействует на состояние, развития и функционирования социальных систем.

В первом приближении социальные системы можно условно разделить на три вида: *социально-политические* (политические партии, общественные движения и т.д.), *социально-культурные* (творческие, научные, просветительские сообщества и т.п.), *социально-экономические* (предприятия, организации, отрасли и т.д.). Генезис социальных систем привел к тому, что внутренне присущее им управление превратилось в самостоятельную область деятельности. Например, общественное производство является социально-экономической системой [401] (социальной — потому, что люди, осуществляющие процессы производства и управления им, выступают главными элементами, а экономической — потому, что в результате осуществления процессов производства и управления им создаются материальные блага, совокупный общественный продукт, потребляемый членами общества) [401]. Иными словами, экономическая система представляет собой способ, каким общество производит и распределяет имеющиеся в его распоряжении ресурсы для

удовлетворения потребностей населения [82]. В основе всех известных современному обществу экономических систем, независимо от конкретных особенностей их функционирования, лежат одни и те же фундаментальные вопросы: как используются ограниченные ресурсы для удовлетворения нужд общества, какие товары и услуги должны быть произведены, кто будет их производить, как эти товары и услуги распределяются между членами общества. Разные варианты ответов на эти вопросы определяют три основных типа современных экономических систем: капитализм, коммунизм и социализм. Самый лучший способ выявить различия между ними — это сравнение степени свободы, которую они предоставляют индивидам в овладении факторами производства и реализации собственных экономических интересов [325]. Различные типы современных экономических систем представлены в таблице 10.

Любая система является совокупностью *элементов*. Элемент всегда является структурообразующей частью системы (например, предприятие — эле-

Таблица
Типы экономических сист

Признаки	Капитализм	Социализм
Занятость и карьера	Каждый член общества имеет право на выбор специальности и места работы	Люди пользуются определенной свободой выбора специальности и места работы в экономике, которая находится под контролем государства
Собственность	Частная собственность на все предприятия и отрасли экономики, имеющая признания и поддержку государства	Государству принадлежат предприятия ключевых отраслей, значительная частная собственность сочетается с государственной
Конкуренция	Конкуренция поддерживается государством, монополии запрещены или находятся под государственным контролем	Конкуренция допускается в малом бизнесе, но ограничена в ключевых отраслях, которые, как правило, принадлежат государству
Государственное планирование	Хозяйственные решения принимаются независимо от государства, но должны подчиняться установленным правилам и регулированию	Управление в ключевых отраслях осуществляется в соответствии с государственным планом
Потребительский выбор	Товары и услуги продаются по ценам, которые формируются на основе спроса и предложения; имеется широкий выбор доступных по цене товаров	Товары и услуги продаются по ценам, которые формируются на основе спроса и предложения; имеется достаточно широкий выбор доступных по цене товаров
Профсоюзы	Широкомасштабная профсоюзная деятельность, предусматривающая право профсоюза на заключения коллективных договоров	Широкомасштабная профсоюзная деятельность, предусматривающая соответствующие права
Налогообложение	Средний уровень налогообложения, право влиять на него посредством голосования	Высокие налоги; право влиять на их уровень посредством голосования
Прибыль	Вся чистая прибыль принадлежит предпринимателям, которые идут на риск, вкладывая средства в бизнес	Предприятия, не относящиеся к государственной собственности, могут зарабатывать приемлемые прибыли

мент производственного объединения (корпорации) как системы; вместе с тем само предприятие представляет собой сложную совокупность элементов — цехов и служб). Элементу присуще одно или несколько свойств, которые определяют его место во внутренней организации системы. При этом свое назначение элемент может выполнять только при условии, если будет взаимодействовать с другими элементами системы. *Факторами производства*— это ресурсы: земля, труд, капитал и предпринимательская способность, которые общество использует для производства товаров и услуг.

Социальная система совместно с экономической определяет цели материального и духовного производства, общественной политики, формирует принципы и методы их организации [401].

Все системы — техническая, технологическая, организационная, экономическая и социальная — взаимосвязаны. В своем единстве они составляют целостный организм. При этом техническая, технологическая и организационная системы в совокупности обеспечивают и характеризуют *организационно-техническую сторону управления*, а экономическая и социальная — *социально-экономическую* [1].

Таким образом, каждое звено, характеризующее уровень управления социальными системами, состоит из управляемой и управляющей подсистем, находящихся во взаимной связи и зависимости. Например, предприятия являются первичными звеньями в иерархии управления отраслями и регионами народного хозяйства. Они составляют часть структуры экономики и в то же время представляют собой основные звенья народного хозяйства, определяющие экономическую структуру современного общества.

Связь между управляющей и управляемой системами осуществляется с помощью *информации*, которая служит основой для выработки управленческих воздействий и решений, поступающих из управляющей системы в управляемую для исполнения [1].

Каждая социальная система *самоуправляемая*. В то же время в процессе управления она испытывает внешние воздействия. Внешние и внутренние воздействия в любой системе тесно связаны между собой и взаимно обуславливают друг друга: чем значительнее одно, тем меньше другое.

Деятельность и развитие системы подчинены глобальной цели, а ее элементы и подсистемы имеют локальные задачи, решению которых подчинено их существование. Функционирование таких систем и управление ими являются не только процессом сохранения их целостности и определенности, но и процессом перевода в новое качественное состояние [1].

Современный период истории (табл. 10) — это период *симбиоза* социализма и капитализма, период осознания неизбежности длительного сосуществования труда и капитала, того, что социалистическая формация, подобно всем предшествующим формациям, не может появиться вдруг, а вынуждена долго вызревать внутри системы капиталистических отношений, прежде чем окончательно и повсеместно занять в обществе господствующие высоты. Вся современная экономическая история подтверждает факт сосуществования капиталистических и социалистических отношений не только между разными странами, но и внутри промышленно развитых стран.



Рис. 4. Роль и содержание механизма управления обществом

Творчески мыслящие ученые давно заметили, что «современный капитализм — это гетерогенное образование, заключающее в своей общей структуре две... системы: собственно капиталистическую и социализированную» [401], что «западный плюрализм есть прежде всего сосуществование в одном социальном пространстве явлений коммунизма и капитализма» [401]. Задача экономической психологии — объяснить этот факт и сделать из него полезные практические выводы.

Механизм социального управления представляет собой совокупность методов, приемов, форм управления обществом и его подсистемами, взаимосвязанное воздействие которых обеспечивает наиболее эффективное развитие всего общественного организма (рис. 4).

Социальное управление обществом, как видно из рис. 4, базируется на системе знаний, использующих разнообразных социальных наук, включая экономическую психологию [338].

Необходимо отличать науку управления от искусства управления [91]. Искусство менеджмента определяется навыками, интуицией, способностями людей, их умением творчески применять науку управления в социальной практике с учетом конкретных особенностей функционирования объекта и субъекта социального управления. Хотя социальное управление подчиняется объективным законам и закономерностям, индивидуальные особенности личности (должностные, профессиональные, возрастные),

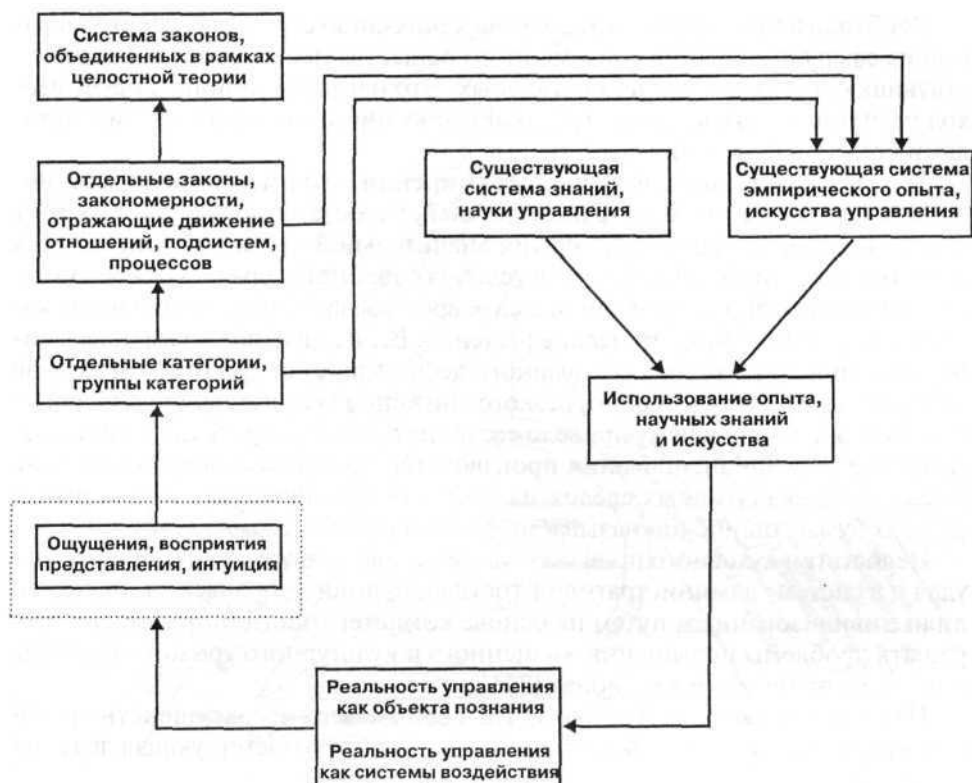


Рис.5. Роль науки и искусства в управлении (91)

обусловленные одаренностью, знанием, жизненным опытом непосредственно влияют на управление. Поэтому социальное управление — это наука и искусство, поскольку в нем всегда сочетаются объективное и индивидуальное [401]. Роль науки и искусства в социальном управлении схематически показана на рис. 5.

Становится все более очевидным, что процесс глобального оздоровления всей системы общественных отношений и создания эффективной экономики самым непосредственным образом зависит от органично взаимосвязанного реформирования трех основных сфер организации современного общества — политической, экономической и культурной.

Соответственно, осуществляться такое реформирование должно в рамках совершенствования *трех видов социального управления*, к которым относятся [331]:

1. *социально-политический менеджмент* (административно-государственное управление);
2. *социально-экономический менеджмент* (управление материальным производством);
3. *социально-культурный менеджмент* (управление духовным производством).

Необходимо учитывать, что достичь каких-либо серьезных успехов в одной из сфер организации современного общества невозможно без соответствующих достижений в двух остальных. Это наглядно демонстрирует весь ход попыток поднять, например, экономику чисто экономическими методами без учета поведения человека.

Теперь уже ни у кого не возникает сомнений, что именно непрофессионализм и некомпетентность руководителей, недостаточно высокий уровень духовного (нравственного) развития значительной части работников (как следствия тоталитарного режима в условиях двойной морали в сфере духовного производства) не позволили в свое время эффективно реализовать, казалось бы, верные экономические решения. Вспомним, во что вылилась либерализация цен в условиях товарного дефицита, став причиной массовой спекуляции и, соответственно, резкого снижения покупательной способности населения. Или к чему привело создание сети коммерческих банков, оставивших без финансирования производство при явном способствовании развитию спекулятивных сделок на рынке посреднических услуг и рынке ценных бумаг, ошибочно называемых «деловым бизнесом» [244].

Недостатки духовного производства обусловили также первопричину неудач и в системе административно-государственного управления, не позволили цивилизованным путем на основе компетентности и нравственности решать проблемы повышения жизненного и культурного уровня населения и подъема экономики в регионах [33J].

Не является секретом тот факт, что в основе всех несовершенств преобразований, перечень которых весьма велик, лежит соответствующая деятельность людей.

Однако этот общеизвестный факт пока не стал ключом к открытию нашего будущего. Он не лег в основу научной концепции реформирования общества и экономики через соответствующее формирование, развитие и использование человеческих ресурсов. Последнее прямо увязано с кардинальными изменениями в области социально-политического, социально-культурного и социально-экономического менеджмента, в центре которых стоит поведение человека [333, 334].

Исследования последних лет позволили разработать *экономико-психологический подход к управлению обществом* в отличие от господствующих сегодня технократических воззрений на этот процесс. В литературе уже сообщалось об этом подходе (схема представлена на рис. 6), имея в виду, что общество — это совокупность людей и отношений между ними во множестве социальных объектов [330].

Помимо семьи эти социальные объекты представлены организациями (предприятиями, учреждениями, заведениями, органами управления и др.), рассматриваемыми в качестве социальных систем, состоящих из двух и более человек, которые взаимодействуют между собой ради достижения определенных целей [32].

Каковы эти цели для социальных объектов всех трех сфер организации общества и каким образом сформировать соответствующий механизм их достижения с учетом конечных результатов трудовой деятельности как раз и

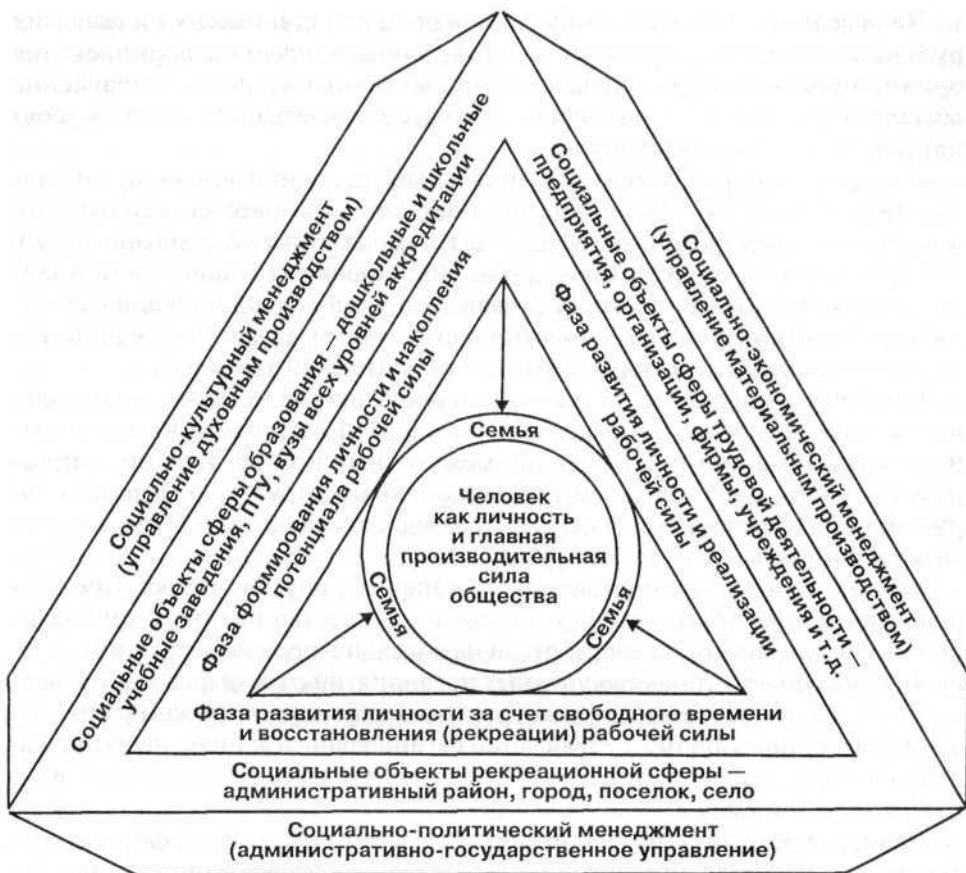


Рис. 6. Функционально-структурная схема базисных объектов антропосоциального управления обществом

является предметом стратегического менеджмента на макро-, мезо- и микроуровнях управления.

Первые шаги в направлении реализации экономико-психологического подхода в стратегическом менеджменте сферы духовного производства (в частности, системе образования) уже сделаны [316].

Использованные в системе управления образованием методы декомпозиции глобальных целей и формирования мотивационного механизма достижения целей (на базе квалиметрических измерений уровня их достижения как конечных результатов деятельности педагогов и учащихся) являются принципиальным решением проблем стратегического менеджмента на мезо- и микроуровневом управлении. Такое решение во многом обусловлено применением достижений квалиметрии как области знаний о количественной оценке качественных явлений [31].

Рассмотрим перспективные формы стратегического управления с позиций институциональной экономики.

На переломе тысячелетий в России, в процессе становления и развития рыночных отношений, проявились определенные тенденции формирования организационных форм управления на различных уровнях. Управление объектами рыночных отношений можно рассматривать на следующих уровнях [29, 49, 71, 101, 126 и др.]:

- локально-производственном (отдельные предприниматели, предприятия, организации, функционирующие в пределах населенного пункта);
- региональном (районные, областные и межобластные объединения и т.п.);
- национальном (корпорации, другие объединения в национальном масштабе, холдинговые компании с участием государственных органов и т.п.);
- интернациональном (совместно с субъектами других государств, где государственные интересы имеют приоритетный характер).

Конечные цели субъектов экономики разделяют на местные, региональные и национальные. Одновременно местные и региональные конечные цели можно рассматривать как промежуточные при реализации национальных программ. Участие в интернациональных структурах и органах управления в конечном итоге должно преследовать цели выполнения и развития национальных программ [126].

Можно утверждать с определенной степенью допуска, что все зарегистрированные предприниматели и какое-то количество незарегистрированных предприимчивых людей работали на локально-производственном уровне. Подавляющее количество крупных предприятий с государственной формой собственности, которых, по нашей классификации, можно отнести к организационным формам управления регионального уровня, функционировало неэффективно и зачастую простаивало из-за отсутствия заказов и заказчиков или нехватки финансовых средств.

Практика реформирования предприятий с государственной формой собственности показала, что большинство их руководителей занимает пассивную, выжидательную позицию в отношении создания новых организационных форм управления. Это особенно характерно для предприятий, которые можно отнести к региональному и национальному уровням управления. Серьезные провалы и неудачи в организации процессов реформирования экономики связаны, как правило, с консерватизмом, догматизмом и ограниченностью руководителей регионального уровня — «старой гвардии» управленцев («красных директоров»).

На национальном уровне управления проходят процессы приватизации, создания холдингов с участием государственного имущества. Следует отметить, что наблюдается отставание процессов создания хозяйственных структур с участием государства от сроков, предусмотренных государственными программами [131, 160, 185, 449 и др.].

Как отмечают специалисты, Российская Федерация на протяжении последнего времени проводит политику экономического реформирования, основанную на ориентации на внешний рынок сырьевых ресурсов. Общеизвестно, подобный путь ведет к становлению экономики колониального типа и одновременно является первопричиной существенного упадка в развитии высокотехнологических отраслей производства. Но в сложившихся условиях

появление и развитие финансово-промышленных групп (ФПГ) в России выглядит вынужденной мерой и преградой резкому падению производства. Как свидетельствует мировая практика, прототипами российских ФПГ являются так называемые *затухающие картели*, в которые объединялись предприятия и банковские структуры с целью совместного выживания [469].

Законодательством деятельность многих представителей большого бизнеса регламентируется федеральным законом «О финансово-промышленных группах» от 30.11.95 г. №190-ФЗ, дальнейшее изложение предварим напоминанием некоторых положений этого закона [195].

Согласно ст. 2, финансово-промышленная группа (ФПГ) — совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества либо полностью или частично объединивших свои материальные и нематериальные активы (система участия) на основе договора о создании ФПГ в целях технологической или экономической интеграции для реализации инвестиционных и иных проектов и программ. Состав участников определяет ст. 3: участниками ФПГ признаются юридические лица, подписавшие договор о создании ФПГ, и учрежденная ими центральная компания ФПГ (ст. 11) либо основное и дочерние общества, образующие ФПГ. В состав ФПГ могут входить коммерческие и некоммерческие, в том числе иностранные, организации, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Среди участников обязательно наличие организаций, действующих в сфере производства товаров и услуг, а также банков или иных кредитных организаций. Предусмотрена (ст. 4) возможность создания транснациональных ФПГ. Центральная компания ФПГ ведет сводные (консолидированные) учет, отчетность и баланс ФПГ, а также готовит ежегодный отчет о деятельности ФПГ (ст. 5). В случаях и в порядке, установленных законодательством РФ о налогах, договором о создании ФПГ участники ФПГ, занятые в сфере производства, услуг, могут быть признаны консолидированной группой налогоплательщиков, а также могут вести сводные (консолидированные) учет, отчетность и баланс ФПГ, порядок ведения которых устанавливается Правительством РФ (ст. 13). Согласно ст. 15, Правительство РФ предоставляет меры государственной поддержки ФПГ в соответствии с приоритетами в промышленной и социальной политике, заявляемыми им ежегодно одновременно с предоставлением проекта государственного бюджета на соответствующий год.

В соответствии с законодательством Российской Федерации ФПГ — это объединение, в которое могут входить промышленные предприятия, сельскохозяйственные предприятия, банки, научные и проектные учреждения, другие учреждения и организации всех форм собственности, имеющие целью получение прибыли. Такое объединение создается по решению правительства на определенный срок для реализации государственных программ развития приоритетных отраслей производства и структурной перестройки экономики, включая программы согласно международным договорам, а также производства конечной продукции. ФПГ не является юридическим лицом. Право действовать от имени ФПГ имеет исключительно главное предприятие ФПГ. В составе ФПГ может быть только одно главное предприятие. Главное пред-

прияние и участники ФПГ заключают генеральное соглашение о совместной деятельности по производству конечной продукции ФПГ.

Так, во время проведения авиасалона «МАКС-95» было объявлено о создании ФПГ «Международные авиационные проекты». Она включает АНТК имени Туполева, АНТК имени Антонова, АО «Авиакор», Внешэкономбанк, Межрегиональный Волго-Камский банк реконструкции и развития. В соответствии с договором об образовании ФПГ конечной целью группы является производство гражданских, транспортных и военно-транспортных самолетов ТУ-154М, ТУ-334, ТУ-354, ТУ-234, АН-72, АН-74, АН-70, АН-77, АН-140 и АН-142 [215,216].

Появилась и законодательно оформилась новая организационная форма управления на интернациональном уровне.

ФПГ России рассмотрен сценарий «ускоренного роста», главным содержанием которого является резкое повышение производительности труда на базе обновления производственного аппарата. Приоритетом государственной промышленной политики здесь должна стать концентрация усилий на развитии высокотехнологичных производств. Именно опора на эти отрасли позволит российской экономике занять достойное место в мировой системе хозяйствования с учетом экономической безопасности регионов.

Анализ сценария «ускоренного роста» экономического потенциала на основе стратегического менеджмента в институциональной экономике позволяет разработать структуру взаимосвязи основных элементов экономической безопасности региона, которая представлена на рис. 7 [32].

Обеспечение экономической безопасности входит в состав важнейших функций государства. Являясь в целом составной частью национальной безопасности страны, экономическая безопасность в силу ряда общих условий и специфических факторов формирует системные представления на современную жизнь общества и государства. Совокупность таких факторов можно свести к следующим:

- *во-первых*, это различия в национальных интересах, стремление к более полному выделению их общих интересов, не смотря на развитие интеграционных процессов. Специфика их соблюдения требует определения механизмов их реализации (в первую очередь экономических механизмов) и разработки соответствующей стратегии;
- *во-вторых*, ограниченность природных ресурсов, разная степень обеспеченности ими регионов содержат потенциальную возможность для обострения экономической и политической борьбы;
- *в-третьих*, возрастает значение фактора конкуренции в производстве и сбыте товаров, особенно в сфере финансово-банковских услуг.

Необходимость поддержания баланса разных наций делает особо значимой для России задачу самосохранения при наличии внутренних и внешних угроз [333, 334].

Специалисты отмечают, и следует с этим согласиться, что объектом экономической безопасности региона (ЭБР) является региональная экономика как система взаимодействия производственной, социальной и природно-экологической сферы [168]. Субъектом ЭБР с точки зрения экономической психологии являются органы государственной власти, специфика которых зак-

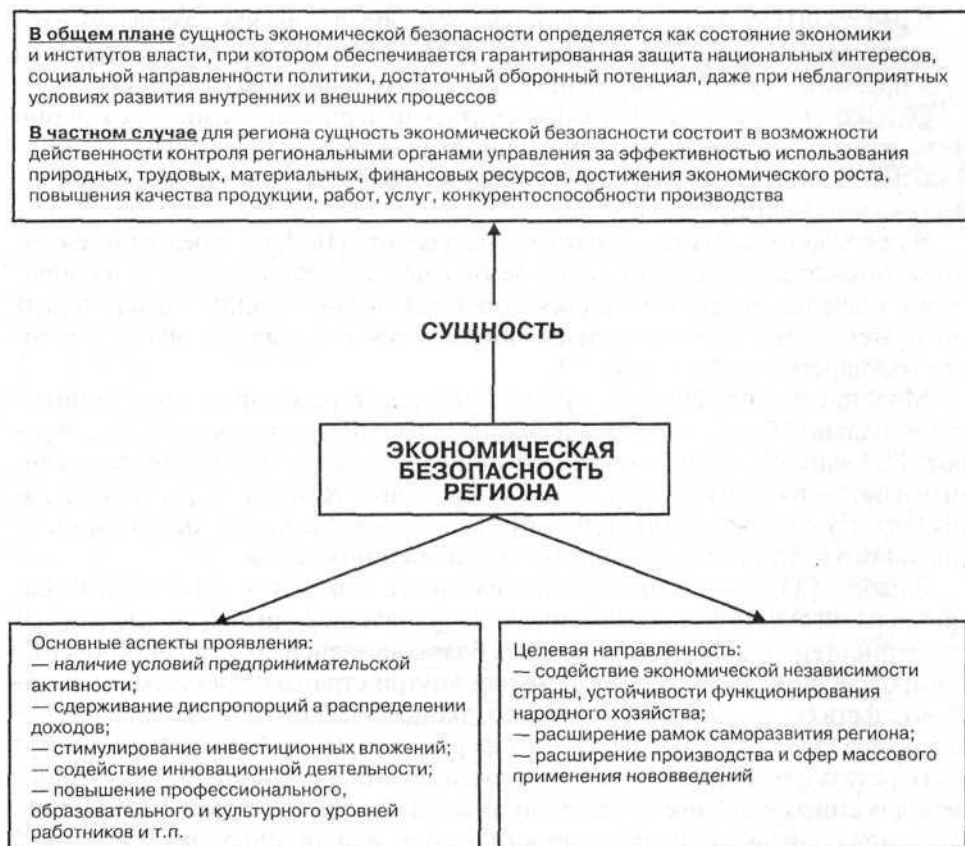


Рис. 7. Структура взаимосвязи основных элементов экономической безопасности региона

лючается в реализации двух противоречивых начал: региональная власть реализует на своей территории не только общегосударственные, но и собственные интересы. Полномочия органов управления в период критической ситуации должны быть продолжением их функциональных обязанностей. Координация управляющих в Совет экономической безопасности субъекта Федерации.

Стратегическое управление процессами территориального развития в условиях переходного периода вызывает объективную необходимость регионов иметь собственную концепцию экономической безопасности.

К одной из первых попыток исследования системы в безопасности, по-видимому, следует отнести публикацию [67]. В ней была выделена «экономическая составляющая», реализуемая через экономическую оценку интересов участников собственно обеспечения безопасности на различных уровнях хозяйственной деятельности. При этом экономическая безопасность определялась как способность национальной экономики обеспечивать благосостояние нации и стабильность внутреннего рынка независимо от действия внешних факторов и внутренних причин.

В работе [91] экономическая безопасность определена как создаваемые государством условия, гарантирующие, что хозяйству страны не будет нанесен непоправимый ущерб от внутренних и внешних экономических угроз.

Однако эти определения нельзя считать исчерпывающими, так как они не раскрывают содержащиеся в них понятия «благосостояние нации», «стабильность внутреннего рынка», «внешние факторы», «внутренние причины», «непоправимый ущерб».

В некоторой степени это исправлено в работе [181], где предлагается система показателей экономической безопасности, устанавливаются их пороговые значения, по соотношениям пороговых и фактических значений этих показателей выявляются направления развития экономической безопасности государства в целом (табл. 11).

Можно отметить еще ряд публикаций, в которых определены понятия национальной безопасности и ее экономической составляющей. Так, в работе [32] национальная безопасность понимается как «система государственных и общественных гарантий, обеспечивающих устойчивое развитие страны, защиту базовых ценностей и интересов, источников духовного и материального благополучия от внутренних и внешних угроз»,

В работе [335] экономическая безопасность трактуется как состояние национальной экономики, обеспечивающее удовлетворение жизненно важных потребностей страны в материальных благах независимо от возникновения в мировой экономической системе или внутри страны форс-мажорных обстоятельств социально-политического, экономического или экологического характера. Здесь же отмечается, что форс-мажорные обстоятельства могут быть результатом обострения межгосударственных отношений, возникновения военных конфликтов; дестабилизации внутривнутриполитической ситуации, усиления социальной напряженности, резких изменений демографической ситуации в стране; усиления дискриминационного влияния тех или иных доминирующих экономических союзов и обострения конкурентной борьбы на рынках товаров, услуг и капиталов как вне, так и внутри страны; истощения жизнеобеспечивающих ресурсов; возникновения стихийных бедствий и экологических катастроф в стране и за рубежом и др. Причем экономическая безопасность отождествляется с таким состоянием национальной экономики, при котором степень зависимости страны от доминирующей экономической группы стран не превышает предела, грозящего утратой национального суверенитета, существенным ослаблением экономической мощи, значительным снижением уровня жизни нации либо срывом достижения глобальных стратегических целей страны.

В качестве количественного предела зависимости национальной экономики от мировой экономической системы предлагается использовать пороговые значения показателей экономической безопасности (см. табл. 11). В то же время отмечается, что использовать дифференцированные значения этого предела довольно сложно, ибо одновременно действует много противоречивых факторов, обладающих к тому же высоким уровнем неопределенности. И тем более сложно дать дифференцированные значения этого предела для оценки возможных последствий.

Таблица 11
Показатели экономической безопасности

Показатель	Пороговое значение	Фактическое состояние	Соотношение фактического и порогового значений
Объем ВВП, %: в целом от среднего по «семерке»	75	29	0,39
на душу населения от среднего по «семерке»	50	19	38
на душу населения от среднемирового	100	25	0,25
Доля в промышленном производстве обрабатывающей промышленности, %	70	50	0,71
Доля в промышленном производстве машиностроения, %	20	15	0,75
Объемы инвестиций, % к ВВП	25	13	0,6
Расходы на научные исследования, % к ВВП	2	0,5	0,25
Доля новых видов продукции в объеме выпускаемой продукции (машиностроение, 1996 год), %	6	2,6	0,43
Доля в населении людей, имеющих доходы ниже прожиточного минимума (сентябрь 1996 года), %	7	20	0,29
Продолжительность жизни, годы	70	64	0,91
Разрыв между доходами 10% самых высокодоходных и 10% самых низкодоходных групп населения, раз	8	12,9	0,62
Уровень преступности (число преступлений на 100 тыс. населения), тыс.	5	6	0,83
Уровень безработицы (по методологии МОТ), %	7	9,2	0,76
Уровень инфляции за год (за девять месяцев 1996 года), %	20	16	1,25
Объем внутреннего долга, % к ВВП за сопоставимый период	30	33	0,9
Текущая потребность в обслуживании и погашении внутреннего долга, % к налоговым поступлениям бюджета	25	более 100	0,25
Объем внешнего долга, % к ВВП	25	31	0,8
Доля внешних заимствований в покрытии бюджетного дефицита (проект бюджета — 97), %	30	45	0,66
Дефицит бюджета, % к ВВП за январь — сентябрь 1996 года	5	4,2	1,2
Объем иностранной валюты по отношению к рублевой массе в национальной валюте, %	10	50	0,2
Объем наличной иностранной валюты к объему наличных рублей, %	25	100	0,25
Денежная масса, % к ВВП	50	12	0,24
Доля импорта во внутреннем потреблении, %: всего, в том числе продовольствия	30	53	0,56
Дифференциация субъектов Федерации по прожиточному минимуму, раз	1,5	5	0,3

Примечание. Соотношение фактического и порогового значений нормировано относительно порогового значения, которое принимается за единицу. При этом его рассчитывают как отношение фактического к пороговому, если желательно увеличить соответствующий показатель экономической безопасности, и наоборот, если нужно его снизить.

Многоплановостью исследований критериев, показателей и пороговых значений экономической безопасности, стратегии ее обеспечения на национальном и региональном уровнях отличается коллективная монография [181].

В ней сущность экономической безопасности определена как состояние экономики и институтов власти, при которых обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социальная направленность политики, достаточный оборонный потенциал даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов. Иными словами, экономическая безопасность — это не только защищенность национальных интересов, но и готовность и способность институтов власти создавать механизмы реализации и защиты национальных интересов развития отечественной экономики, поддержания социально-политической стабильности общества. При этом авторы исходят из того, что сущность экономической безопасности реализуется в системе критериев и показателей. Под критерием экономической безопасности они предлагают понимать оценку состояния экономики с точки зрения важнейших процессов, отражающих сущность экономической безопасности. В такую критериальную оценку включены показатели: ресурсного потенциала и возможностей его развития; уровня эффективности использования ресурсов и его соответствия уровню в развитых странах, а также уровню, при котором угрозы внешнего и внутреннего характера сводятся к минимуму; конкурентоспособности экономики; целостности территории и экономического пространства; суверенитета, независимости и возможности противостояния внешним угрозам; социальной стабильности и условий предотвращения и разрешения социальных конфликтов. Здесь предлагается несколько иная, более обобщенная система показателей — индикаторов экономической безопасности: уровень и качество жизни; темпы инфляции; норма безработицы; экономический рост; дефицит бюджета; государственный долг; встроенность в мировую экономику; состояние золотовалютных резервов; деятельность теневой экономики. Пороговые значения индикаторов рассматриваются как предельные величины, несоблюдение которых препятствует нормальному ходу развития различных элементов воспроизводства, приводит, к формированию негативных, разрушительных тенденций в области экономической безопасности. В то же время следует отметить, что, исследуя региональные аспекты экономической безопасности, авторы монографии не дают четкой трактовки экономической безопасности региона, а специфические аспекты экономической безопасности предприятий, как и в большинстве других публикаций, и вовсе не освещают.

В связи с этим можно предложить следующее определение экономической безопасности региона. Это система мер по ограждению экономического пространства региона от внешних и внутренних угроз эффективному функционированию составляющих региональной экономики: институциональной инфраструктуры (органов административно-территориального управления и финансово-кредитных институтов); собственно сферы производства (предприятий); объектов транспорта и связи; науки и научных учреждений; систем жизнеобеспечения; социальной сферы [32].

Понятие национальной безопасности шире понятия экономической безопасности. Оно включает оборонную, информационную, экологическую, энер-

гетическую безопасность и т. д. В частности, в работе [70] информационная безопасность трактуется как защищенность жизненно важных интересов человека, общества и государства в сфере информационных отношений при соблюдении баланса интересов между ними. Более конкретна трактовка, данная в работе [331]: комплекс организационно-технических мероприятий, обеспечивающих целостность данных и конфиденциальность информации в сочетании с ее доступностью для всех авторизированных пользователей.

Однако наиболее универсально безопасность определена в законе Российской Федерации «О безопасности», где она постулирована как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. К жизненно важным интересам отнесена совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства — основных объектов безопасности.

С экономико-психологической точки зрения безопасность на более низких, чем государство или общество в целом, уровнях можно определить как защищенность жизненно важных интересов человека, общества, государства и субъекта защиты в определенной сфере отношений при соблюдении баланса интересов между ними [216].

Проведенный анализ позволяет установить, что все определения понятия «безопасность» в прямом или косвенном виде включают следующие основные положения:

- наличие угроз, подразделяющихся, в свою очередь, на внешние и внутренние;
- наличие жизненно важных интересов объектов защиты;
- баланс интересов между ними.

Первичным в предложенных определениях является именно наличие угроз. Вторичный аспект — наличие жизненно важных интересов, т. е. тех интересов, реализация которых определяет само существование объектов защиты и без которых объекты перестают существовать как единое целое. Например, для государства это суверенитет и целостность границ, экономический рост; для предприятия — эффективная текущая деятельность и устойчивые тенденции развития. Что касается баланса интересов, то это категория хотя и подчиненная, но также крайне важная, ибо без соблюдения такого баланса возникает угроза «выпячивания» интересов одного из объектов защиты в ущерб другим.

Закон определяет угрозу безопасности как совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам. Угрозы, исходящие от внутренних и внешних источников, определяют содержание деятельности по обеспечению внутренней и внешней безопасности. Если учитывать, что внешние и внутренние угрозы различаются как реальные и потенциальные, то деятельность по обеспечению безопасности будет сводиться к прогнозированию угроз, определению и реализации наиболее эффективных мер по их локализации. Это соответствует фабуле Закона, а также государственной стратегии и концепции экономической безопасности [331], в которых были сформированы контуры безопасности. Из этой фабулы следует, что в основе организации, планирования и реализации мер обеспечения безопасности в различных сфе-

рах лежат анализ и оценка характера реальных и потенциальных внутренних и внешних угроз, кризисных ситуаций, а также прочих неблагоприятных факторов, препятствующих достижению поставленных целей и представляющих опасность для жизненно важных интересов.

Необходимо отметить, что на уровне предприятия в значительной степени проявляется зависимость от субъективных факторов, так как концепцию достаточности безопасности конкретного предприятия определяет его руководство исходя из своего представления о проблеме безопасности, наличия необходимых для ее обеспечения ресурсов, стратегических целей деятельности. И тем не менее можно согласиться с выводом авторов работы [32], что такая оценка угрозы обязательна для всех видов хозяйственной и иной деятельности при планировании и принятии решений на всех уровнях в пределах полномочий, закрепленных действующем законодательством..

Очевидно, что, обосновывая затраты на обеспечение экономической безопасности, необходимо учитывать все три составляющие, отмеченные нами как общие в большинстве определений, а также недетерминированный характер угроз. Система реальных и потенциальных угроз экономической безопасности не статична. Угрозы могут появляться и исчезать, нарастать и уменьшаться.

Исходя из выполненного анализа и интерпретации приведенных определений под термином «безопасность предприятия» понимается защищенность его жизненно важных функций (интересов) от угроз внешнего и внутреннего характера при наличии баланса между этими функциями и интересами личности, общества и государства.

В свою очередь, угрозу безопасности предприятия будем трактовать как любой конфликт целей функционирования и развития предприятия с внешней или внутренней средой, а если цели совпадают — как несовпадение путей их достижения. Иными словами, угроза безопасности предприятия — совокупность условий и факторов, создающих опасность его жизненно важным интересам.

Предложенные определения позволяют рассматривать систему обеспечения безопасности предприятия как комплекс эффективных мер (управленческих решений) по локализации реальных и потенциальных внутренних и внешних угроз. Этот комплекс мер должен быть обоснован оценкой характера угроз, анализом кризисных ситуаций, прочих неблагоприятных факторов, препятствующих достижению целей предприятия и представляющих опасность для его жизненно важных интересов.

Возможный вариант декомпозиции понятия «безопасность общества» представлена на рисунке 8 [32].

Как отмечает в своих исследованиях О.С. Дейнека, безопасность российского социума определяется в первую очередь тенденциями сближения экономики и политики, в ситуации кризиса общественного развития. В условиях редких социально-экономических изменений экономики все более «политизируется» [112].

При отсутствии сбережений у подавляющего большинства российского социума, когда вообще только начинается ставиться задача образования «среднего класса» и управления качеством жизни, вслед за Дж. М. Кейнсом можно сделать вывод, что *экономическая политика* — это государственное регулирование, которое состоит в воздействии на такие независимые перемен-



Рис. 8. Экономико-психологическая трактовка понятия «безопасность общества»

ные, как склонность к потреблению, предельная эффективность капитала и норма процента, что через денежно-кредитную и налоговую политику влияет на занятость и национальный доход (рис. 9) [176].

Экономическая политика государства связана с опережающими тенденциями роста валового национального продукта по отношению к численности населения страны, что определяет качество и уровень жизни населения с учетом его потребностей.

Изучение особенностей национальной экономической психологии российского социума, связанных с различными группами потребностей населения показало, что менталитет россиян связан с отсутствием культа денег, наличием установок на предпринимательство и бизнес не ради наживы, а также *этикой православия* как основы экономического сознания наиболее активной и трудоспособной части населения [330].

Есть универсальные потребности, присущие всему населению любой страны — это все первичные потребности и некоторая часть вторичных, например, стремление к самореализации. По отношению к таким потребностям характеристики качества жизни могут быть универсальными. Но по отношению к спе-



Рис. 9. Взаимосвязь экономической теории и экономической политики

цифическим потребностям разных социумов, соответственно, должны разрабатываться специфические показатели качества жизни. Это принципиальное положение относится и к такому социуму, как население России. Принятый ООН показатель «Развития человеческого потенциала» является универсальным для всех стран, его можно применять в целях сравнения качества жизни населения в разных странах. У России имеются свои, специфические трудности, связанные с особенностями экономической и социальной ситуации. Для преодоления этих трудностей необходимо решать задачи, используя в качестве ориентира специфические показатели качества жизни, которые еще предстоит разработать.

Таковыми задачами предположительно являются следующие [154]:

1. Мониторинг качества жизни в разных регионах, сравнение их между собой в целях:
 - более точной и содержательной оценки уровня жизни и тенденций его изменения;
 - определения путей повышения качества жизни;
 - предупреждения взрывоопасного социально-психологического напряжения населения (вследствие очень большого разрыва между уровнями жизни в разных регионах).
2. Комплексная (социо-гуманитарная и экономическая) экспертиза крупных проектов, затрагивающих интересы больших групп населения.
3. Выявления структуры потребностной сферы населения и определение доминирующих потребностей интересов, социальных ожиданий, мотивов, по отношению к которым будут выбраны частные и интегральный показатели качества жизни.

В настоящее время, когда кризисные явления приобретают все более острый характер, для определения показателей качества жизни населения, определяющих уровень экономической безопасности государства, предстоит выработать структурно-содержательную концепцию и модель антикризисного управления обществом на макроэкономическом уровне с учетом геополитической безопасности социума.

1.3. Эволюция экономико-психологических идей в истории развития человечества

*На земле весь род людской
Чтит один кумир священный,
Он царит над всей вселенной,
Тот кумир — телец златой.*

Гёте

Предпосылки возникновения и развития экономической психологии обнаруживаются в культуре древних миров, прежде всего в форме *этических норм хозяйственной деятельности*, которым большое внимание уделяли Конфуций, Платон и Аристотель. Развитие экономических отношений требовало их регламентации, и именно экономико-психологические принципы хозяйственной практики легли в основу хозяйственного права древних цивилизаций — от Китая до Рима. Кодификация норм экономической психологии как форма урегулирования хозяйственных отношений получила свое развитие и в средние века. Яркой иллюстрацией эволюции экономико-психологических норм и социально-экономических ценностей служат тексты «Салической правды» и «Капитулярия о поместьях». Формы права, такие, как правовой обычай и прецедент, в хозяйственном праве выражались в законодательном закреплении определенных параметров экономического поведения и представлений о хозяйственных явлениях и институтах — собственности, аренды, кредита, торговли и т.д. Новое время ознаменовалось активным использованием беспрецедентных нормативных актов, учитывающих не столько сложившиеся экономико-психологические нормы, сколько угадывающие в массовой экономической психологии мощные подводные течения, способные резко повысить благосостояние наций. Наглядным примером этому могут служить американская Декларация независимости и кодекс Наполеона [220].

Нормативные документы хозяйственного права служат основным источником анализа эволюции экономической психологии в древние и средние века. Другим источником, активно используемым рядом исследователей, являются литературные тексты и фольклор [112].

Истоки экономической психологии можно найти при рабовладельческом строе в законах Хаммурапи (1792—1750 гг. до н.э.). В древнеавилонском царстве были установлены и действовали юридические, экономические и психологические правила и нормы рабовладельческих отношений и денежного обращения. Однако возникновение человека экономического (Номоэкономикс) связывают с Новым временем (от XVI — XVII вв. до начала XX в.), политическими революциями, промышленным переворотом, появлением гражданского общества, урбанизацией жизни [330].

Основоположник классической политической экономии Адам Смит (1723—1790 гг.), преподавая на кафедре нравственной философии в Глазго, выпустил в 1750 году свою главную, как он тогда считал, книгу «Теория нравственных чувств». Адама Смита как исследователя глубоко волновали проблемы человеческой души. Работая в этом направлении, он не мог быть незнакомым с современными психологическими воззрениями. Поэтому в своей следующей книге «Исследовании о природе и причинах богатства народов», завершённой в 1776 году, он представил образ «экономического человека» значительно менее «рациональным», чем его непосредственные последователи. Современный социолог и экономист В.В. Радаев так пишет по этому поводу: «Вдохновленная идеями А. Смита, классическая политическая экономия приступает к последовательной рационализации понимания хозяйственной жизни. Такая рационализация связана с упрощением рассматриваемых связей, уменьшением количества вовлекаемых переменных. Признавая в принципе (как само собой разумеющееся) различия между классами и странами, ученые пытаются снять эти различия в своде общеэкономических принципов, которым придается характер объективных законов. Именно выведение общих принципов, а не описание всего богатства хозяйственной жизни ставит своей задачей Ж.Б. Сэй (1767—1832 гг.), обеспечивший победу смитовского учения во Франции. У английского пастора Т. Мальтуса (1766—1834 гг.) эти общие принципы приобретают статус естественного печально известного закона о народонаселении, провозглашение которого повлияло на столь многие выдающиеся умы. А с появлением создателя техники экономического анализа Д. Рикардо (1772—1823 гг.) установление объективных экономических законов превращается в основной принцип исследования» [280].

Основополагающее значение трудов А. Смита для возникновения и развития экономической психологии как самостоятельного психологического направления отмечает современный отечественный психолог О.С. Дейнека [112].

«Что касается истории экономической психологии, то ее истоки можно найти, прежде всего в трудах знаменитых экономистов: Адама Смита, признанного основателем самостоятельной науки экономики, Альфреда Маршалла (1842—1924 гг.), создателя микроэкономической теории, Джона Кейнса (1883—1946 гг.), автора теории макроэкономики. В трудах этих авторов оформилась теория рационального «экономического человека», цель деятельности которого состоит в получении выгоды, дохода. Идея «экономического человека» длительное время господствовала в экономической психологии, принимая все новые формы. Рамки этой концепции не стесняли исследователей до тех пор, пока ими были экономисты».

Большинство современных обществоведов сходятся во мнении относительно теоретических допущений, на которых строится классическая модель экономического человека. Как правило, таких допущений называют четыре [22].

1. Экономический человек действует на конкурентном рынке, что предполагает его минимальную взаимосвязь с другими экономическими людьми.
2. Экономический человек рационален с точки зрения механизмов принятия решений. Он способен к постановке цели, последовательному ее достижению, расчету издержек в выборе средств такого достижения.

3. Экономический человек обладает полнотой информации о той ситуации, в которой он действует, удовлетворяя свои потребности.
4. Экономический человек эгоистичен, т. е. он стремится к максимизации своей выгоды.

По мнению современного исследователя экономических проблем В.С. Автономова, «экономическая наука, как и другие дисциплины, относящиеся к общественным наукам: социология, политология, психология— имеет своим предметом экономическое поведение. ...Однако научный подход к предсказанию и описанию человеческого поведения требует от общественных наук его обобщения, типизации. На практике это проявляется в использовании определенной поведенческой гипотезы, предполагающей упрощенное представление о человеческой природе. Данная модель является *не предметом* изучения, а элементом *метода* соответствующей теории. При этом для каждой из общественных наук характерно свое представление о человеке, о логике его поведения, фиксирующее те его свойства, которые составляют интерес для данной отрасли знания, и абстрагирующиеся от отдельных его признаков. Более того, можно показать, что выработка специфической модели человека лежала в основе обособления отдельных общественных наук от моральной философии» [22].

Рассмотрим, как изменялась модель человека в экономических теориях. Для удобства примем за основу гипотезу В.В. Радаева о том, что каждая исследовательская дисциплина имеет внутренний цикл развития, который условно можно разбить на шесть этапов [280]:

- Доклассический, когда происходит обоснование дисциплины, определяются ее основные понятия и вводятся ключевые термины.
- Классический, когда складывается общий дисциплинарный подход, разрабатываются первые системы понятий.
- Неоклассический, или этап профессионализации, когда складывается «методологическое ядро», идет детальная разработка категориального аппарата, создаются рабочие модели и инструментарий. Наблюдается интеграция дисциплины и ее обособление от других областей знаний.
- Этап профессиональной зрелости, когда происходит относительно обособленное развитие дисциплины, ее достраивание и заполнение «белых пятен». Складываются основные исследовательские направления.
- Этап кризиса и экспансии. Осуществляется перераспределение собственных границ, делаются попытки вторжения в смежные области, активно используются междисциплинарные подходы.
- Этап фрагментации и переоформления, когда возникает несколько новых относительно самостоятельных отраслей знаний, перемешивающихся со смежными дисциплинами.

На первом, доклассическом этапе не было еще речи о каком-то обособлении «экономического человека» из общего метафизического о нем представления. Поэтому начнем анализ его эволюции со второго этапа [22].

Примечательно, что на этапе профессиональной зрелости, особенно у институционалистов, прослеживается влияние современной психологии на модель экономического человека.

Таблица 12

Экономическая модель человека в экономических теориях

Этап, школа	Ученый, время	Представление об экономическом человеке, системе экономических взглядов
Классический этап	А. Смит, 1723—1790 гг.	Человек — автономный индивид, движимый двумя природными мотивами: 1723—1790 гг. своекорыстным интересом и склонностью к обмену. Собственный интерес может идти вразрез с общественным. Это проявляется в попытках ограничить деятельность конкурентов. Но даже при самых эгоистических склонностях рыночная экономика, основанная на свободной конкуренции, которую обеспечивает государство, дает лучший результат, чем принудительная регламентация экономической деятельности.
	Д. Рикардо, 1772—1823 гг.	Из нескольких предпосылок: убывающего плодородия почвы, Мальтусовского закона народонаселения и собственного интереса как основного мотива экономической деятельности вывел законы распределения доходов между основными общественными классами. Только капиталисты ведут себя в соответствии с логикой собственного интереса, но и это стремление модифицируется различными привычками и предрассудками (например, нежеланием расстаться с гибнущим предприятием или предрешением, но против выгодного вложения капитала за границей). Поведение рабочих подчинено только привычкам и инстинктам, а землевладельцы — праздные получатели ренты — вообще не властны над своим поведением.
	Д. Милль, 1806—1873 гг.	Политэкономия абстрагируется от всех человеческих мотивов, кроме стремления к богатству и внутреннему ограничению этого стремления — отвращению к труду и нежеланию откладывать на завтра то, что можно употребить сегодня. Однако Д. Милль понимал, что такой экономический человек — научная абстракция, а возрастанию конкуренции на рынке противостоят привычки и традиции. Модель экономического человека имеет пространственные ограничения для своего применения, поскольку в странах континентальной Европы «люди довольствуются меньшими денежными барышами, не столь дорожа ими по сравнению со своим покоем и своим удовольствием».
	К. Маркс, 1818—1882 гг.	Объективные условия капиталистического общества ставят людей в настолько жесткие рамки, что их выбор оказывается однозначно детерминированным, а личные предпочтения не имеют возможности проявиться. Основной хозяйствующий субъект — капиталист. Он выступает как а) пассивный — собственник капитала, цель которого совпадает с объективной — ростом капитала, мотивация определяется производством прибавочной стоимости, причем совершенно бессознательно; б) активный — как управляющий рабочей силой и производственным процессом. Его образ приближен к образу предпринимателя в конкурентной среде. Однако эти два образа К. Марксом так и не были согласованы.
Неоклассический этап. Маржиналистская революция	И. Бентам, 1748—1832 гг. (идейный предшественник маржиналистов)	Модель человека И. Бентама, по его мнению, универсальна и годится не только для экономики, но и для всех других сфер жизнедеятельности. Все мотивы человека гедонистичны, т.е. сводятся к достижению удовольствия во избежание огорчения. Человек полностью лишен эмоций и способен к арифметическим действиям для получения максимума счастья. Ошибки у него возможны, но связаны либо с плохими способностями к арифметике, либо пристрастными оценками.
	Г. Госсен, 1810—1857 гг. (идейный предшественник маржиналистов)	Для человека характерно стремление к максимизации удовольствия. Вывел закон убывания наслаждения по мере его повторения или продолжения (первый закон Госсена). Возможно равенство наслаждений, если время, которое человек может им посвятить, ограничено (второй закон Госсена). Ценность блага он понимал как разность между убывающими наслаждениями и нарастающими тяготами труда.
	Л. Вальрас, 1834—1910 гг.	Главная идея — теория общего равновесия, построенная «снизу» с учетом поведения отдельных производителей и потребителей. Она крайне абстрактна и не предполагает течения времени, неуверенности в принятии решений, неопределенности нововведений, экономического роста, неполной занятости. Человек — максимизатор полезности, в основе его поведения — только экономическая рациональность; нравственность не должна приниматься в расчет. Функция полезности зависит от устойчивости, транзитивности и монотонности насыщения, из чего вытекает математическое направление в экономике, концепция общего экономического равновесия.

Этап, школа	Ученый, время	Представление об экономическом человеке, системе экономических взглядов
Неоклассический этап. Маржиналистская революция	К. Менгер, 1840—1921 гг. (австрийская школа)	Субъективистское направление: в основе поведения экономического человека лежит природное стремление как можно полнее удовлетворить потребности, и для его поддержки не нужны ни законы, ни принуждение. Новые экономические институты возникают и могут существовать только вследствие понимания частью предпринимателей выгоды таких-то хозяйственных форм.
	А. Маршалл, 1842—1923 гг. (Кембриджское направление)	Пытается ввести в экономическую теорию более реального человека, предполагая его действия в рамках оптимизационных моделей. Это приводит к отбору только тех форм поведения, которые более устойчивы и поддаются измерению. Все остальное отбрасывается как некоторое отклонение от нормы. В итоге рабочие оптимизационные модели все больше расходятся с эмпирическим наблюдением. Происходит принципиальный разрыв с историко-социологическими течениями (см. ниже).
	В. Парето, 1848—1923 гг.	Стремился к освобождению экономической теории от психологизма. Предмет и причины максимизации выгоды неважны. Главное же — приписываемая человеку логика выбора и последовательность предпринимаемых им действий.
Этап профессиональной зрелости	Д. Кейнс, 1883—1946 гг.	Указал на существование надындивидуальной рациональности и обратил внимание на макроэкономические проблемы. Для создания модели человека, приемлемой к макроанализу, оперировал психологическими факторами (склонность к сбережению, предпочтение ликвидности и др.). Вывел на первый план фигуру биржевого спекулянта как наиболее характерную для его времени. Рассматривал экстремальные экономические ситуации и на их фоне — поведение при неполной экономической информации. При этом проявлялось влияние ожиданий, иллюзий, настроений и других психологических факторов.
	Ф. Хайек, 1889—1992 гг. (новая австрийская школа)	Человек просто следует традиции и приспосабливается к неизвестному. При этом конкуренция обеспечивает отбор рациональных и иррациональных правил и формирует традиции. Эволюционный рационализм означает, что общий порядок — не продукт человеческого разума, а спонтанно возникающее явление. При взаимодействии индивидов возможен конфликт, нарушение равновесия между «экономическими людьми», при этом важна роль социальных институтов как устойчивых комплексов, регулирующих правила, нормы и установки в приобретении и распределении знаний между индивидами.
	Институционалисты Т. Веблен, 1857—1929 гг.	Отказываются от атомистического подхода к человеку в пользу организма. Понимал, что существует огромный разрыв между экономической теорией и экономической реальностью, а модель экономического человека, сопоставляющего полезность благ с затратами, устарела. Человеческая природа определяется психическим складом: инстинктами — целями человеческого поведения, формирующимися в культурном контексте и передающимися из поколения в поколение, и культурно-обусловленным характером — институтами, средствами достижения целей. Главным мотивом экономического поведения человека ученый считал стремление к повышению социального статуса. Оно ведет к техническому прогрессу. Институты в капиталистическом обществе, скорее, сдерживают этот прогресс.
	Д. Коммонс, 1862—1945 гг.	Продолжал линию Т. Веблена, исследуя роль корпораций, профсоюзов, политических партий в согласовании действий индивидов. Ввел понятие «действующего коллективного института» как регулятора коллективного действия людей, снимающего антагонизм между ними («административный капитализм»).
	Современные институционалисты Р. Коуз, р. в 1910 г.	Подчеркивал важность институтов (правил игры, ограничений). Они становятся полноценными объектами экономического анализа, особенно права собственности и трансактных издержек (затрат на поиск и приобретение информации, переговоры и принятие решений, проверки и обеспечение их выполнения).
	В. Ойкен, 1891—1950 гг.	Выступал за сочетание теоретической однородности с принципом историзма и представлял людей как галерею типов, соответствующих разным «хозяйственным порядкам». Причем формула каждого типа у него складывается из ограниченного числа фиксированных принципов.
	(Административный бихевиоризм) Г. Саймон, р. в 1916 г.	Выступал за сочетание теоретической однородности с принципом историзма и представлял людей как галерею типов, соответствующих разным «хозяйственным порядкам». Причем формула каждого типа у него складывается из ограниченного числа фиксированных принципов.

Этап, школа	Ученый, время	Представление об экономическом человеке, системе экономических взглядов
Этап кризиса и экспансии	М. Фридмен, р. в 1912 г.	Утверждал, что существует внутренняя связь между свободой предпринимательства и свободой общества. Для умножения свободы нужно уменьшить роль государства в экономике. Так как все колебания экономической активности сопровождаются изменениями в предложении денег, единственная задача государства — регуляция их количества в обращении.
	Чикагское направление теории рационального выбора Г. Беккеор, р. в 1930 г., Дж. Стиглер, р. в 1911 г.	Стремятся расширить сферу применения экономической логики. Распространяют концепцию накопления капитала на трудовое и потребительское поведение человека. Утверждают, что вкусы и предпочтения постоянны во времени и одинаковы для всех индивидов и групп в реальном экономическом поведении. Важным элементом рациональности становится экономная трата ресурсов на некий оптимальный объем информации и пренебрежение к информационным излишествам.
	Вирджинская школа Д. Бьюкенен, р. в 1919 г.	Уверен, что методы анализа рыночного поведения можно применить к исследованию любой сферы деятельности.
	Теория социального выбора А. Сен, Ю. Эльстер, Дж. Ремер	Активно вводят в экономическую теорию этическое начало, отвергают ограничение морали в экономике только рамками личной выгоды. В то же время призывают не преувеличивать значение этических мотивов, которые достаточно дефицитны в экономике, а как опора — шатки (альтруизм против личного интереса выглядит более слабым фактором).
Экономический империализм. Этап профессиональной зрелости	К. Маркс, Ф. Энгельс, В.И. Ленин, П. Хейне, Д. Канеман, А. Тверски и др.	Классическая политэкономия XIX века была теорией материального благосостояния. Неоклассическая преобразовалась в теорию распределения ограниченных ресурсов. Современная же превращается в теорию рационального принятия решений. Это уже не требует прямой связи с хозяйственным процессом и соблазняет принять экономический подход (методы чистой экономики типа моделирования, абстрагирования, экономического анализа) к объяснению всей социальной теории, т.е. осуществляется экономический империализм в области проблем дискриминации, преступности, образования, семьи, политики, права (в основе всего можно найти расчет и рациональное решение). Есть и обратное движение, когда экономические проблемы решают с применением методов социальных наук: применение голосования при принятии решения — здесь действуют уже не рыночные силы. Таким образом, сейчас намечается конвергенция, превращение экономики в гуманитарную науку (что следует из ее определения), взаимообогащение.

Важным этапом становления экономической психологии стало открытие предельной полезности и разработка маржиналистской (от фр. *marginal* — предельный, конечный) или субъективно-психологической теории в экономике. Англичанин У.С. Девонс (1835—1882 гг.) сформулировал закон убывающей предельной полезности, согласно которому субъективно оцениваемая ценность потребляемого блага определяется его полезностью, которая, в свою очередь, характеризуется соотношением между приростом удовлетворения, получаемого от последней единицы потребляемого блага, и приростом общего запаса этих благ у потребителя. По мере удовлетворения данного вида потребности и увеличения предложения соответствующих товаров полезность убывает. Француз Л. Вальрас (1834—1910 гг.), развивая теорию предельной полезности, сформулировал положение о том, что предельная полезность есть убывающая функция потребляемых обществом благ. Поэтому цена товара, определяемая его предельной полезностью, зависит прежде всего от редкости данного товара, а не от издержек по его производству. Австриец К. Менгер сформулировал закон, согласно которому

«вся товарная наличность оценивается в виде произведения ценности последней, наименее существенной единицы на количество данного товара» (Цит. по М.К Бункина, В.А. Семенов, 1998). Работы экономистов субъективно-психологической школы заложили основы современной микроэкономики, где экономическое поведение человека определяется балансом субъективно оцениваемых издержек, связанных с приобретением экономических благ (в частности «тягости» затрачиваемого труда) и субъективно оцениваемым удовольствием, получаемым от их потребления.

Современные представления о роли психологических факторов на макроэкономическом уровне были разработаны в трудах американских экономистов. В частности, основной психологический закон Дж. Кейнса гласит, что склонность к потреблению в обществе повышается по мере роста доходов и снижается по мере их снижения, но более медленно (см. рис.12), что объясняется действием социально-психологических факторов (инертностью привычек, традиций). Этим объясняется разница в соотношении долей бюджета, направляемых на потребление и сбережение на разных стадиях жизненного цикла.

Среди психологов проблемы экономической психологии одним из первых начал разрабатывать французский ученый Габриэль Тард, чей двухтомный труд под таким названием был опубликован в 1902 г. По определению Г. Тарда, экономическая психология имеет дело с психологическими основами экономики или, говоря другими словами, с психологическими положениями, на которых основывается экономическая теория. Г. Тард одним из первых обратил внимание на роль социально-психологических факторов (этнокультурных особенностей, традиций, макросоциального окружения) в регуляции экономического поведения. Немецкий психолог Г. Мюнстерберг (1863—1916 гг.), более известный в России как основатель психотехники, занимался эмпирическими, в том числе экспериментальными, исследованиями в области психологии труда и рекламы. Его работа «Психология и экономическая жизнь» (1912) была переведена на русский язык.

В США отцом экономической психологии считается Джордж Катона, который первый начал систематически применять психологическую теорию и методы к исследованию экономических проблем в сотрудничестве с группой экономистов и социологов. Именно Катона сформулировал одну из базовых идей экономической психологии: покупка зависит не только от способности (экономической возможности) сделать покупку, но и от желания ее сделать (психологической готовности). Его первое исследование «Контроль цен и бизнеса» (1945) содержит обзор тщательно выполненных интервью с представителями делового мира. В книге содержится интересная дискуссия «Интервьюирование как инструмент экономической психологии», которая значительно способствовала более широкому использованию метода интервью экономистами в системных экономических исследованиях. Несколько лет спустя Катона представил первый обзор покупателей, который включал в себя анализ результатов серии стандартизированных интервью с покупателями, выполненных на представительных выборках (1951). Результаты исследований, проведенных Катонкой, показали, что поведение

покупателя как совокупность реакций на экономические стимулы можно достаточно точно описать и прогнозировать, используя результаты регулярных исследований покупательских установок в сочетании со статистическим анализом соответствующих экономических данных [464].

В наиболее полном объеме его теоретические представления о соотношении психологии и экономики описаны в книге «Психологическая экономика» (1975). Главная задача в использовании психологии для экономических исследований состоит, по мнению Дж. Катона, в выявлении и анализе внутренних тенденций, лежащих в основе экономических процессов и ответственных за экономические поступки, решения и выборы. Экономика без психологии не может успешно исследовать важнейшие экономические процессы, также как и психология без экономики не имеет возможности исследовать наиболее важные аспекты человеческого поведения. Дж. Катона предложил общую модель, включающую основные группы факторов экономического поведения, которая, несмотря на всю ее упрощенность и явный бихевиористический крен, определяет место психических процессов как промежуточных переменных, опосредствующих влияние внешних условий на экономическое поведение.

Исследования установок в среде потребления и бизнеса, начатые Дж. Катонной, быстро распространились во всех странах мира. Начиная с 70-х годов обзоры таких данных (опросов) собираются во всех странах ЕЭС. В них дается анализ ожиданий в среде бизнеса и потребления в отношении будущих экономических условий жизни в масштабах государства или индивидуального хозяйства, представляющий большую ценность в плане подготовки краткосрочных прогнозов потребительской и деловой активности.

Организационное оформление экономической психологии произошло в начале 80-х годов, когда ведущие исследователи (в первую очередь западноевропейские), занимающиеся проблемами экономической психологии, объединились в Международную ассоциацию исследователей экономической психологии. Основной задачей этой организации является оказание помощи исследователям путем организации конференций, школ совместно с обучением, издания «Журнала экономической психологии» [459].

Среди отечественных мыслителей большое внимание роли психологических факторов в хозяйственной деятельности уделяли С.Н. Булгаков (1871—1944), П.Б. Струве (1870—1944), П.Н. Савицкий (1895—1965), А.В. Чаянов. Характерной особенностью российских работ является повышенное внимание к социально-психологическим аспектам феномена хозяйствования: проблемам общения, взаимодействия и взаимоотношений между людьми и группами в хозяйственной деятельности. Так П.И. Савицкий рассматривает предпринимательство не только как хозяйственно-экономическую, но и как особую духовно-экономическую деятельность. Хозяйское отношение включает в себя, по мнению автора, не только стремление к получению наибольшего дохода, но и стремление к сохранению и расширению удовлетворенности работающих в хозяйстве людей. В теории трудового крестьянского хозяйства А.В. Чаянов разрабатывает принцип предельной полезности применительно к анализу хозяйственной деятельности. Субъективная оцен-

ка ценности результатов хозяйственной деятельности определяется человеком как соотношение тягостности последних, предельных единиц труда, затрачиваемого для увеличения объема производимой продукции, и предельной полезности, определяемой степенью удовлетворения потребностей субъекта в материальных благах, которая понижается по мере роста объема ценностей, поступающих в обладание субъекта хозяйствования. В теории А.В. Чаянова человек одновременно выступает субъектом и производства, и потребления как основных сторон хозяйственной деятельности. Причем в качестве субъекта хозяйствования рассматривается не только отдельный индивид, но и группа (семья, кооператив) [166].

Большое число исследований в дореволюционной России было посвящено таким интересным социально-психологическим феноменам, как предпринимательские общности. В обзоре этих работ Е.В. Шорохова отмечает, что в основе создания таких хозяйственных общностей, как товарищества и артели, наряду с чисто хозяйственными целями немаловажное значение имело и общение, объединение людей в группы на основе взаимопомощи, доверия и взаимной ответственности. Однако с развитием капиталистических отношений все большее распространение получали акционерные общества, для которых характерно четкое ограничение имущественного участия и ответственности индивидов в совместном предприятии (Е.В. Шорохова, 1999) [395].

В зарубежной экономической психологии центральным направлением эмпирических исследований является изучение поведения потребителей. Это обусловлено и практической востребованностью таких исследований для научного обеспечения решения задач рекламы и маркетинга, и реальностями повседневной жизни общества с рыночной экономикой, которое не случайно называют обществом потребителей. Для развития отечественной экономической психологии характерен изначально более высокий интерес к сфере производства материальных и духовных благ (и в меньшей степени — их обмена и распределения), чем потребления. Это также связано и с традициями развития отечественной науки, и с практикой общественной жизни и исходящими от нее запросами. С одной стороны, к моменту оформления экономической психологии в России в самостоятельную отрасль знания в отечественной науке уже был накоплен богатый теоретический и эмпирический материал, связанный с исследованием психологических закономерностей поведения и взаимодействия людей именно в сфере производства (психологические исследования трудовой и профессиональной деятельности, совместной деятельности, трудовых коллективов, управления и руководства). С другой стороны, изучение потребительского поведения в отечественной науке традиционно осуществлялось в рамках относительно независимо сформировавшихся научных направлений: психологии торговли и психологии рекламы. Интеграция этих направлений — неизбежный этап становления экономической психологии [190].

Сравнивая особенности развития экономической психологии в России и странах с развитой рыночной экономикой, нельзя не отметить еще одну особенность в постановке проблем и направлении эмпирических исследований. Для зарубежной, в первую очередь западной, экономической психологии ха-

рактарно акцентированное внимание к процессам принятия экономических решений, экономического поведения и взаимодействия партнеров в условиях торговых переговоров и сделок. При этом активно используется моделирование экономических процессов в условиях лабораторных экспериментов с деньгами. Не умаляя важности подобных исследований для получения строго фиксируемых эмпирических данных и анализа взаимосвязей между изучаемыми переменными, следует подчеркнуть принципиальную ограниченность возможностей лабораторного эксперимента для изучения реальной экономической жизни и социальной обусловленности психологических особенностей хозяйствующих субъектов. Эта тенденция отражает избегание нашими зарубежными коллегами собственно социальных сторон и проблем экономической жизни: отношений собственности (этой святой святых буржуазного общества), бедности и богатства, отношений между предпринимательством и наемным трудом, безработицы. Для отечественной экономической психологии, напротив, характерно пристальное внимание именно к этим узловым социальным проблемам экономической жизнедеятельности. Проведение эмпирических исследований по этим направлениям предполагает изучение сознания и поведения представителей различных социально-экономических групп в естественных условиях их жизнедеятельности. При этом очень важно не ограничиваться анализом только субъективных представлений и мнений, выявляемых с помощью опросных методов, но изучать их во взаимосвязи с особенностями реального экономического поведения в конкретных социально-экономических условиях. И здесь очень перспективным представляется использование стратегии естественного эксперимента, когда социально-психологические феномены, связанные с особенностями субъективного отражения экономических условий жизнедеятельности субъектов и регулицией их экономического поведения, исследуются в условиях радикальных социально-экономических изменений.

Первые упоминания об экономической психологии как прикладной ветви психологической науки прозвучали в работах советских ученых А.И. Китова, С.В. Малахова, А.В. Филиппова, опубликованных в 80—90-е гг. В соответствии с запросами государственной экономической политики того периода основным направлением исследования было изыскание средств повышения эффективности хозяйственного механизма. *Экономическая психология* чаще всего рассматривалась как наука о психологических условиях эффективного хозяйствования, а ее тематика связывалась с человеческим фактором в производстве и проблемами управления. Речь шла о том, что руководителю необходимы знания по психологии, чтобы полнее использовать все резервы человеческого фактора, обращаясь к самому глубинному, психологическому его началу. Это заставляло экономическую психологию некоторое время развиваться практически одновременно с психологией, психологией управления, инженерной психологией и Эргономикой [330].

Однако уже тогда имелись работы, авторы которых понимали неизбежность самостоятельного пути. Такой путь рассматривался в русле марксистской идеологии как выявление психологических аспектов отношений собственности. «Экономика и психология — две отрасли знания, изучающие

один и тот же общий для обеих наук объект — человека. Экономическая наука исследовала отношения людей в общественном производстве, отношения «по поводу вещей» и уделяла недостаточно внимания воздействию личностных, субъективных факторов на экономические отношения. Психологическая же наука, в свою очередь, всецело занималась человеком, субъективными сторонами отношения людей вне зависимости от конкретного экономического контекста этих отношений. Соединение их усилий дает возможность полнее отразить экономическую жизнь общества. Чтобы убедиться в этом, нужно обратиться к рассмотрению таких экономических понятий, как товар, стоимость, и психологических аспектов тех реальностей, которые они отображают» [269].

Превращение проблемы человека в общую главную особенность всех современных наук отмечали ведущие отечественные психологи. Б.Г. Ананьев обозначил возрастающую дифференциацию научного изучения человека, углубление специализации отдельных дисциплин, их дробление на все более частные учения, а также объединение различных наук, аспектов и методов исследования человека в различные комплексные системы, возникновение новых пограничных дисциплин и междисциплинарных подходов таких, например, как эргономика [19].

В России советского периода в общественных науках доминировало такое понимание политэкономии К. Маркса, при котором особое значение придавалось экономическому базису, основывающемуся на производстве и определяющему систему надстройки. Поскольку утверждалось, что экономика определяется главным образом производством, человек производящий рассматривался в качестве основы общества, а потребность в труде определялась как базовая. Поэтому сейчас можно утверждать, что социально-экономические реформы в России застали психолога-прикладника врасплох, а его заказчика-практика поставили перед соблазном прямого некритического заимствования эмпирических материалов, полученных в других научных традициях и в другой культуре [2].

В научной литературе и в периодической печати можно найти самые разные ответы на вопрос о степени достижения целей реформ с самого их начала. Однако не только политическая оппозиция, но и значительное количество других компетентных мнений сходятся в их невысокой оценке. Опыры экспертов, проведенные официальными социологическими организациями, также дают достаточно мрачную картину (табл. 13) [287].

Поданным Р. В. Рыбкиной, оценивая направления реформ, немногим более 50% опрошенных «удалось»: разрушить старую систему управления; наполнить рынок товарами; обеспечить экономическую свободу. По остальным же одиннадцати оценки экспертов говорят о полном провале реформ [287].

Существующая в настоящее время в России социально-экономическая ситуация оказалась неожиданной не только для неискушенного в экономических вопросах населения, но и для сменяющих друг друга на реформаторском поприще лидеров, имеющих серьезные познания в экономической науке. Если отбросить мысль о злонамеренности некоей темной силы, остается заключить, что значительное количество реализованных экономических

Таблица 1.

Оценки результатов реформ (% к числу ответов)

Оценка направления реформ	Скорее удалось	Скорее не удалось	Не знаю
Разрешить старую систему управления	84	14	2
Создать новую, рыночную систему управления	2	96	2
Обеспечить экономическую свободу	61	36	3
Приостановить спад производства	4	94	2
Приостановить инфляцию	13	86	1
Замедлить падение уровня жизни	21	78	1
Стимулировать инвестиции	4	96	0
Создать работающую налоговую систему	11	88	1
Провести конверсию	9	86	5
Наполнить рынок товарами	77	21	2
Обеспечить политическую стабильность	12	86	2
Создать новый класс собственников	45	53	2
Создать экономические системы, улучшить отношение к труду	10	85	5
Снизить экономическую преступность, коррупцию	1	98	1

и политических решений, возможно, не учитывало интересов всего общества в той мере, в какой этого требовал их масштаб [112].

Такая ситуация требовала ответа ученых на конкретные вопросы. Существуют ли чисто человеческие причины, по которым не идут те или иные реформы? В чем суть «психологического» компонента в комплексе причин коррупции, инвестиций и проблем руководства? Почему люди в некоторых случаях не хотят видеть «очевидной выгоды»? Каких «человеческих качеств» требуют реформы? Каким образом получить в массовом масштабе такие человеческие качества, при которых реформы могли бы быть осуществлены с наименьшими потерями для субъекта управления? Или, с другой стороны, какие человеческие качества нашего соотечественника должны быть учтены самими создателями нормативных документов, регулирующих ход реформ?

Вначале многие неудачи были объяснены как сопротивление реформам из-за неизжитых поведенческих или мыслительных стереотипов населения. Возможно, именно вследствие этих причин появился ряд интересных и содержательных прикладных исследований по экономической психологии, рассматривающих «установки людей, семей, групп» в качестве предмета данной науки. Последующий за этапом, выявляющим экономико-психологические стереотипы, момент развития науки должен был бы подготовить ответ на вопрос, как можно изменить мешающий реформированию стереотип. И такие исследования начали появляться. Например, нужно экономическое образование организовать так, чтобы формировать у студентов необходимые стереотипы и разрушать негодные, предполагая, что рынок в России уже введен. Или, зная психологические особенности подчиненных, умно-

му руководителю следует умело их использовать, стремясь к наилучшему результату для фирмы, и т.д.

Однако скоро стало ясно, что еще не найдены условия, которые способствовали бы формированию «западного» варианта экономического мышления у таких-то многочисленных групп населения. Например, особенно актуален вопрос, как совместить право людей преследовать свои личные интересы и благополучие конкретных организаций и общества в целом. В настоящее время имеется значительное количество исследований, в которых приводятся примеры, как руководители на различных уровнях преследовали личный интерес не только в ущерб процветанию руководимых ими организаций, но и за счет их гибели. Во многих случаях нельзя не признать, что такие решения являлись сиюминутно экономически эффективными для их авторов, если рассматривать их как рациональных экономических людей, стремящихся получить выгоду сейчас и любым путем. Но даже при таком понимании это экономическое мышление бесперспективно, если дальнейшие судьбы этих людей связываются именно с российской экономикой, резко откатывающейся назад. К сожалению, социологами доказано, что, чем выше социальное положение нашего соотечественника, т.е. возможность принимать такие решения, тем слабее его связь с Россией и выше готовность уехать в другую страну [22].

Следует заметить, что понятие «экономическое мышление» является одной из основных категорий экономической психологии, его нельзя отождествить с «рыночным мышлением», ведь в этом случае игнорируются по крайней мере два других важнейших направления менеджмента в экономике: традиционное (связанное с «борьбой за выживание») и командное (связанное с государственно-административным управлением экономикой). К этому же выводу приходит известный финансовый деятель и пропагандист Джорж Сорос, который считает, что «одним из крупнейших недостатков системы мирового капитализма является тот факт, что она позволила рыночному механизму и мотиву получения прибыли проникнуть во все сферы деятельности, даже туда, где им нет, по существу, места». Сам рыночный фундаментализм он характеризует как «наивный и нелогичный». Даже если отложить в сторону более существенные моральные и этические вопросы и сконцентрироваться на экономических проблемах, идеология рыночного фундаментализма и здесь оказывается «глубоко и безнадежно ошибочной» [294].

Лишенный шор, надеваемых на себя (или только на общество?) рыночными фундаменталистами, Дж. Сорос ясно видит, что «рыночные силы, если им предоставить полную власть, даже в чисто экономических и финансовых вопросах, вызывают хаос и в конечном итоге могут привести к падению мировой системы капитализма». Он объясняет это тем, что «сама капиталистическая система не демонстрирует тенденции к равновесию. Владельцы капитала стремятся увеличить свои прибыли. Предоставленные самим себе, они будут продолжать аккумулировать капитал до тех пор, пока ситуация не потеряет равновесие. Маркс и Энгельс 150 лет назад дали очень хороший анализ капиталистической системы, который, я должен сказать, в чем-то даже лучше, чем теория равновесия классической экономической науки».

Трудно не согласиться с выводом Дж. Сороса о том, что в настоящее время «масштаб влияния экономической теории вышел за рамки, которые должны определяться постулатами аксиоматической системы. Теория перестала быть просто теорией. Рыночные фундаменталисты трансформировали аксиоматическую, нейтральную по отношению к человеческим ценностям теорию в идеологию, которая оказывала и продолжает оказывать мощное и опасное влияние на поведение людей в политике и бизнесе» [293].

Выдающийся английский экономист и государственный деятель Дж. Кейнс, один из основоположников макроэкономики и послевоенных финансовых отношений, также предостерегал от чрезмерного увлечения абстрагированием при использовании такого ключевого понятия, как «экономическое мышление». Не случайно увлечение абстракциями завело в тупик известного в России пропагандиста экономической теории из США Пола Хейне [375].

Пол Хейне в книге «Экономический образ мышления» сравнил механизм работы свободного рынка с ездой по скоростному шоссе, на котором автомобилисты принимают автономные решения, ничего не зная о целях и намерениях друг друга и тем не менее действуя удивительно согласованно. Эта аллегория призвана показать, что люди эффективнее всего действуют, когда руководствуются соображениями личной выгоды и им не мешает внешнее регулирование. Автора восхищает факт «сотрудничества посредством взаимного приспособления», которое позволяет автомобилистам перемещаться с одной стороны шоссе на другую «быстро и непрерывно, и гораздо эффективнее, чем если бы кто-то при въезде на автостраду выдавал билеты, предписывающие автомобилям занимать определенный ряд» [375].

Картина, нарисованная П. Хейне, как нельзя лучше раскрывает суть экономического образа мышления маржиналистов. Он заключается в принципиальном абстрагировании от любых нерыночных общественных отношений и тем самым приписывании всего эффекта, достигаемого общественными системами, только рыночным отношениям. Вопреки правильной характеристике рыночного выбора как частного случая выбора вообще, повседневно осуществляемого людьми во всех сферах своей деятельности, теоретики рынка изображают его как единственную и всепроникающую форму выбора. В частности, П. Хейне прямо утверждает, что «все общественные взаимодействия можно трактовать как рыночные процессы», демонстрируя тем самым пренебрежение не только к фактам нерыночной экономики, но и к законам логики, согласно которым из того, что существует рыночный способ выбора, на чем «прежде всего экономическая теория фокусирует внимание», вовсе не следует, что всякий выбор люди осуществляют таким же способом, как и рыночный.

Вычленение части из целого и распространение на целое выводов из анализа его части — существеннейший методологический недостаток, свойственный рыночным теориям, которые все экономические явления пытаются объяснить соотношением рыночного спроса и предложения, абстрагируясь от других общественных условий, других потребностей и интересов, определяющих поведение людей в процессе экономической деятельности.

Подавляющее большинство как отечественных, так и зарубежных экономистов в своих теориях, к сожалению, вообще очень легковесно относятся к таким ключевым понятиям экономической психологии, как интересы и потребности.

Номо есоnотісuѕ, даже будучи наемным рабочим, равно как работодатель (менеджер по персоналу), общество в целом, крайне заинтересованы в том, чтобы работа приносила человеку удовольствие, а интерес к ней не пропал, так как интерес — это мощная движущая сила, своего рода «вещь в себе» [269].

Еще очень не скоро доживет человечество до того в общем-то нормального состояния, когда работа станет источником наслаждения и творчеством. Приблизить это время способна психологическая наука, правда, при условии, что будет взята на вооружение руководителями всех уровней, ибо прежде всего от них в наибольшей степени зависит претворение в практику сведений, добытых экономическими психологами.

Управлять производством — значит управлять поведением участников производственного процесса. Поведение, всякая активность побуждаются системой потребностей личности. Никто не может сделать что-нибудь иначе, чем повинувшись какой-либо потребности, сказано у классиков. Еще Л.С. Выготский подчеркивал, «что нельзя приписывать мышлению как таковому магическую силу, определяющую поведение людей» [195]. Мышление только вооружает потребность знанием о средствах удовлетворения, но побуждается поведение все-таки потребностью. Что человеку нужно, о чем он мечтает, на что надеется, что ему дорого в жизни — все самое главное предопределено уровнем развития потребностей. Отношение к труду есть результат, функция процесса реализации потребностей. Поэтому — это прежде всего специалист по психологии потребностей, технолог по формированию мотивации. Ни в каком учебнике такой фразы еще не написали, мало кто из производственников сможет с ней согласиться, но хочется надеяться, что со временем число принявших эту идею будет возрастать.

Каждый человек знает по себе, что такое чувство голода или жажды, и каждый понимает, что потребность, положим, в воде приводит его иногда в особое состояние, когда ни думать, ни делать что-нибудь как следует невозможно до тех пор, пока жажду не удастся утолить. А что такое потребность в труде? Это потребность — в чем? Уставать? надрывать-горбатиться? Чтобы ответить на эти вопросы, нужно разобраться, в чем сущность потребности, как категории экономической психологии [178].

Субъективно потребность переживается как нуждаемость, недостаток, нехватка и, в силу этого дефицита, как нечто неприятное, тревожное, угрожающее прервать или нарушить нормальную жизнедеятельность. Недостаток или полное отсутствие какого-то из средств жизнеобеспечения воспринимается как блокада, препятствие, но несмотря на то, что возникновение любого барьера сопровождается состоянием внутреннего дискомфорта, растерянности, озабоченности (воодушевление и боевой азарт — это позже, да и то не всегда), род человеческий может существовать, если только у него есть препятствия, которые требуется преодолевать. Это они мобилизуют и придают силы, без препятствий человек слабеет и работает не эффективно.

Встрепенувшись от встречи с барьером, испугавшись за свое благополучие, человек настораживается, собирается с силами и приступает к поиску средств для ликвидации дефицита. Снять угрозу можно добычей, присвоением необходимых для жизнедеятельности ресурсов (благ, ценностей). Ресурс можно взять в готовом виде у матери-природы, отнять у ближнего или сделать, создать самому. Но для каждого из этих способов добывания благ требуется активность, усилие — работа.

Стало быть, с позиций экономической психологии существующие потребности складываются из двух последовательных событий: сначала — от смутного предчувствия до отчетливого осознания — констатация нехватки, блокирующей деятельность, затем активность, действие по ликвидации дефицита. Зафиксировать состояние нужды, установить источник (предмет) удовлетворения, определить высоту и трудность барьера, найти способ овладения предметом — все это связано с поиском, получением и переработкой информации. Информация является источником особого психологического явления — эмоции, которая служит своеобразным энергетическим средством для мобилизации сил организма в целях овладения благом.

Три этих ключевых понятия — информация, эмоция и потребность, стали основанием для объяснения мотивации поведения в рамках так называемой информационной теории эмоций, созданной в трудах академика П.В. Симонова [307].

В основе этой теории лежит давно сформулированный «принцип удовольствия». Уже в учениях древних мыслителей стремление к удовольствию и избегание страдания считалось главной детерминантой поведения человека. Память и жизненный опыт, повинувшись ощущению нужды, оживляют образы предметов и ситуаций, доставивших эмоции удовольствия когда-то в прошлом. Затем включается механизм прогнозирования вероятности достижения цели. Путем оценки имеющихся ресурсов (физическая сила, умения и навыки, запас времени, инструментальное оборудование и т.д.) и сопоставления наличных ресурсов с предположительно необходимыми человек получает оценку вероятности достижения [366].

Низкая вероятность означает отрицательный прогноз и ведет к появлению негативных эмоций (уныние, огорчение, печаль, страх, горе, гнев, тоска, ярость). Наоборот, высокая вероятность удовлетворения потребности порождает положительные эмоции воодушевления, надежды, бодрости, восторга, энтузиазма и т.д. Когда человек, скажем, путник, почувствует усталость, он начинает собирать информацию (определяет по карте, где находится, подсчитывает оставшиеся километры пути, смотрит на небо, на часы и в рюкзак, где продукты лежат) и, получив благоприятный прогноз, чувствует прилив сил и уверенность в достижении цели благодаря эмоциональному подкреплению.

Сказанное позволяет перейти к определению понятия потребность. Однако здесь мы встречаем препятствие более чем серьезное: до настоящего времени не существует ясного и вполне бесспорного понимания сущности этого главного психологического явления. В учебниках и в самых авторитетных словарях потребность чаще всего определяется через понятие «нуж-

да». Будто сговорившись, большинство предлагаемых определений характеризует это явление словами недостаток, необходимость, надобность, нужда, желание — словно не замечая, что говорят только об одном классе потребностей, а другие забыли или не сумели различить.

В Большой советской энциклопедии: «Потребность — нужда, недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности» [22].

В наиболее употребительных учебниках психологии читаем: «Потребность — это испытываемая человеком необходимость в определенных условиях жизни и развития» [21]. Ничуть не лучше из другого издания: «Потребность — состояние личности, выражающее ее зависимость от конкретных условий существования» [2].

Каждая из этих характеристик утверждает, по сути, только одно: человек чего-то хочет. Но это ведь и так ясно, а что творится в голове, в душе человека, в чем психологическая сущность хотения? Эти определения годятся для простых, материальных желаний — еды, питья, но нетрудно заметить, что нехватка-нужда-недостаток, так и подмывающие вскочить и бежать, чтобы взять, добыть нечто желаемое и тем самым недостаток ликвидировать, является признаком далеко не всех потребностей.

Обдумывая свои планы, вспоминая какой-то поступок, оценивая свои отношения с людьми (в случае нравственной потребности, человек испытывает нехватку — в чем? Вроде бы нет никакого дефицита, а потребность есть. Второй пример: потребность в творческом труде (коли она есть) не угасает и тогда, когда человек вполне достаточно обеспечен любимой работой. Стало быть, первый вывод — нужда, недостаток есть признак далеко не всех потребностей личности.

Определение должно объяснять, почему так повелительна и неукротимо сильна мощность этого движителя наших поступков, откуда возникает эта внутренняя сила, какое место принадлежит данному явлению в общей системе психологии. Например, если ограничиться традиционным «потребность есть нужда», то сразу «исчезает» сама проблема *формирования* потребностей, являющаяся центральной для экономической психологии управления. Отнимите что-нибудь у человека, создайте условия нужды — и, готово дело, потребность сразу и сама собой «сформировалась». Получается, чтобы сформировать, например эстетическую потребность, достаточно всего лишь создать условия нужды. Лишите человека возможности попасть на концерт, сильно подняв цену на билеты, и — пожалуйста, эстетическая потребность уже воспитана, легко и просто.

Другим слабым местом в общепринятом понимании сущности потребности является множественность трактовок, возникающая из-за слабой междисциплинарной согласованности исследований, а также вследствие различий в подходах и целях исследований, представляющих разные научные дисциплины. Понятие «потребность» фигурирует в научной литературе, по крайней мере, в трех значениях. Во-первых, как обозначение *объекта* внешней среды (потребность в рефрижераторах, миксерах, таймерах, трейлерах и тому подобных чрезвычайно модных плеерах) — преимущественно в социологии, маркетинге. Во-вторых, как *состояния* психики, от-

ражающего эмоциональную напряженность вследствие нехватки чего-либо — общая и педагогическая психология. В-третьих, как фундаментальные *свойства* личности (высокий уровень развития познавательной потребности соответствует таким свойствам личности, как любознательность, увлеченность, усидчивость и т.д.).

В этом ключе М.И. Дьяченко предложил в свое время разграничительные понятия: потребность-объект, потребность-состояние и потребность-свойство [129]. Когда кто-то из исследователей пропускает это замечание или не хочет видеть, что за словом потребность скрываются три весьма непохожих психологических явления, то возникает ситуация прямо-таки нелепая: любое благо, всякую ценность, каждое психическое состояние или просто любую человеческую вещь можно бездумно присоединить к слову потребность и тогда получается необозримый, нескончаемый ряд названий-ярлыков, которые невозможно просто даже сосчитать, не то что классифицировать — потребность в холодильниках, мороженом, потребность в покое и отдыхе, потребность читать свежие газеты, потребность в чистой воде, в витаминах и так далее — до бесконечности. Так возникает мнение, что разработать классификацию потребностей невозможно в принципе.

Этой ошибки не миновал и один из самых глубоких специалистов по данной проблеме. Не один раз в своих работах А.И. Китов повторяет: «По-видимому, перечисление и классификация всех потребностей человека — дело совершенно бесплодное» [177]. В другом месте: «Классификация конкретных потребностей представляется задачей безнадежной» [178].

Если же принять, что потребность есть свойство личности (что не отрицает, конечно, ни наличия потребностных состояний, ни надобности, положим, отслеживать потребительский спрос в маркетинге, но просто делает их предметом анализа в иных исследовательских программах), то возникает возможность избавиться от «дурной бесконечности». Если потребностей бесконечно много, то нет никакой возможности определить уникальную композицию потребностей конкретного работника, нет возможности диагностировать уровень их развития, нет возможности определить программу воздействий и тактику усиления трудовой мотивации данной личности, неизвестно, какие потребности наиболее сильны и значимы для одухотворения личности и смогут служить основанием для плодотворного взаимодействия руководителя с подчиненным.

Напомним, что наша исходная посылка состоит в том, что менеджер должен хорошо знать, какие потребности побуждают активность именно этого человека, чтобы, создавая условия для их удовлетворения, решать главную свою профессиональную задачу — вызывать к жизни мотивы, делающие человека хорошим работником. Отсюда, руководителю требуется конкретное знание системы потребностей — сколько, какие именно, какова соотносительная сила каждой из них, а всякая теория потребностей должна начинаться с их классификации.

В экономической психологии существует множество теории мотивации, которые можно разделить на СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ и ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ [233].

Содержательные теории описывают структуру потребностей, их содержа-

ние и то, как данные потребности связаны с мотивацией человека к деятельности. В данных теориях делается попытка ответить на вопрос о том, что внутри человека побуждает его к деятельности. Наиболее известными теориями мотивации этой группы являются: теория иерархии потребностей Маслоу, теория ERG Альдерфера, теория приобретенных потребностей Макклелланда, теория двух факторов Герцберга, мотивационная система Мадсена [227, 228].

Процессуальные теории рассматривают мотивацию в ином плане. В них анализируется то, как человек распределяет усилия для достижения различных целей и как выбирает конкретный вид поведения. Процессуальные теории не оспаривают существования потребностей, но считают, что поведение людей определяется не только ими (Р.С. Немов) [237].

С позиций социальной и экономической психологии можно заключить следующее [243, 316]:

- важно, чтобы мотивы деятельности давали возможность получать **УДОВЛЕТВОРЕНИЕ** от работы;
- необходимо создавать **ВОЗМОЖНОСТИ** для реализации исполнительных мотивов;
- важно, чтобы удовлетворялись потребности как в деловых (формальных) контактах, так и в неформальных контактах (в нерабочее время).

К сожалению, на современном этапе развития российского общества ни социологи, ни экономисты, ни даже менеджеры и психологи явно недооценивают тот факт, что предметом экономической психологии является отражение хозяйственных отношений в сознании и экономическом мышлении человека [337].

Таким образом, экономическая психология — это психология хозяйствующего субъекта. Им может быть один человек, семья, организация, государство или нация, т.е. объект исследования экономической психологии может быть представлен на разных уровнях — микро-, мезо- и макроэкономическом.

Учитывая многообразие экономико-психологических подходов и плоскостей их применения, О.С. Дейнека заостряет внимание на феномене экономического сознания, присущего хозяйствующему субъекту, что является традиционным для отечественной психологии. Под экономическим сознанием понимается системная составляющая сознания, высший уровень психического отражения экономических отношений *общественно развитым человеком*. Далее О.С. Дейнека выделяет некоторые компоненты структуры экономического сознания [112]:

- *Экономические эмоции и чувства*, окрашивающие процесс приобретения, коллекционирования, заготовок и т.д.: эмоции практические (удовлетворение от результатов и процесса труда), гностические (связанные с познанием), глорические (желание признания и почета), пунические (желание преодолеть опасность, испытать азарт, риск), альтруистические или эгоистические при обмене и распределении.
- *Перцептивная сфера экономического поведения* (исследования восприятия денег, отношения к вещам, товарам, услугам, неосознаваемая перцепция в рамках маркетинговой ветви экономической психологии — психология потребителя, рекламы; методы продаж).

- *Экономические представления и экономическое мышление*: представления о том, как функционирует экономика, создается субъективный экономический образ: способность субъект-социального человека или социальной группы отражать, осмысливать экономические явления, познавать их сущность, усваивать и соотносить экономические понятия, категории, теории с требованиями экономических законов, с реальностью и на основе этого строить свою экономическую деятельность.

Волевые компоненты экономического сознания — это экономические нормы, экономический интерес, экономический поступок, деятельность и т.д.

Экономисты также предпринимают попытки определить предмет экономической психологии и систематизировать ее задачи. М.К. Бункина и А.М. Семенов отмечают, что «экономическая психология раскрывает процесс познания экономической реальности, состоящий из восприятия, представления и мышления», и включает следующие взаимосвязанные аспекты изучения [62]:

- побуждения или мотивы деятельности экономического человека;
- экономическое сознание личности, формирующееся на основе жизненных переживаний, накопленного опыта, преодоления трудностей;
- бессознательное начало в психике индивида и масс (иллюзии, ажиотаж, страхи и психозы), возникающее из закрепившихся в памяти событий, взаимосвязей, эмоций;
- экономическое поведение, активные волевые действия, целенаправленно изменяющие окружающую среду.

Итак, молодая отечественная экономическая психология претендует на решение широкого спектра проблем, находящихся на стыке психологии и экономической науки, хозяйственной деятельности (как особого рода деятельности) и поведенческих факторов.

Теперь постараемся определить место экономической психологии среди других наук, а также определим предмет, объект и методы экономической психологии как науки.

1.4. Предмет, объект и методы экономической психологии как междисциплинарной области знания

Мы положили больного на операционный стол, вскрыли ему грудную клетку... А оказалось у него другая анатомия!

Медицинская байка

Экономическая психология, исследующая отражение человеком (и группами) экономической реальности, особенности и механизмы экономического поведения, к настоящему времени сформировалась в России как самостоятельное междисциплинарное направление и отрасль научного знания, интенсивно развивающегося последние годы.

По своему статусу экономическая психология является смежной научной дисциплиной (или междисциплинарной отраслью знания), объединяющей теоретические положения, методы и результаты исследований, накопленные как в психологической науке, так и в экономике. Экономическая психология тесно связана с экономической социологией и имеет во многом общее предметное поле и сходную структуру. Спецификой экономической психологии является исключительное внимание к субъективным, психологическим, осознаваемым и неосознаваемым явлениям, связанным с отражением человеком экономической сферы жизнедеятельности и регуляцией его экономического поведения.

Как отмечали О.С. Дейнека и Э.Х. Локшина на 1-й Всероссийской научно-практической конференции по экономической психологии, основные тенденции ее развития на современном этапе могут быть сформулированы следующим образом [210]:

1. Преодолены теоретические разногласия на пути сближения и взаимодополнения экономики и психологии.
2. Осуществляется движение в сторону преодоления фрагментарности экономической психологии и поиска собственной научной парадигмы.
3. Происходит процесс сближения зарубежной и отечественной психологических школ с экономической психологией при решении прикладных проблем.
4. Развитие экономической психологии осуществляется не только под влиянием сближения экономики и психологии, но и экономики и политики.
5. Утвердился статус экономической психологии как междисциплинарной отрасли научного знания.
6. Назрела острая необходимость в подготовке кадров высшей квалификации по экономической психологии и утверждения в номенклатурном перечне ВАК РФ новой специальности 19.00.14. — экономическая психология с правом защиты диссертации на экономические и психологические науки.

Являясь частью культуры и цивилизации, экономика входит в сферу духовной жизни общества. Экономике России необходима адекватная хозяйственная идеология, которая бы учитывала, что лишенное смысла, идеалов, духовности хозяйствование нарушает временную перспективу. Бездуховная экономика — краткосрочна, бесперспективна. Необходимость придания гуманистического смысла экономическому развитию страны все, что отстает отечественными экономическими психологами [112, 178, 210, 265].

Любая наука может быть понята как сфера человеческой деятельности, основной задачей которой является выработка и систематизация знаний о мире. Науки различают по ряду существенных признаков. В основе их базового деления на группы могут лежать специфические особенности ее *объекта* — той из сторон реальности, на изучение которой данная наука направлена. Естественно, что ни одна наука не в состоянии описать свой объект полностью.

Науки различаются и по *предметам* исследования. Предмет не фиксирует всех сторон объекта. Например, психология, имея объектом человека или группу, в качестве предмета рассматривает факты психической жизни, характеризующиеся качественно и количественно. Различные психологические направления, эволюционируя, могут рассматривать сознание, сознательную и бессознательную области психики, поведение и т.д. [246].

Изменяется и представление о предмете экономической науки — хозяйственных системах и хозяйственной деятельности. Классики создали науку об экономическом поведении людей в ситуации рыночных экономических отношений, когда в качестве объекта рассмотрения берутся малые экономические системы — фирмы, предприятия, хозяйства отдельных владельцев. Впоследствии такой подход был назван *микроэкономическим*. Микроэкономика оперирует понятиями: прибыль, цены, затраты; изучает отношения между участниками рынка: производителями, потребителями, в основу анализа закладывая понятие конкуренции [294].

Общемировая тенденция к усложнению хозяйственных систем, усилению их взаимозависимости, глобализации экономических проблем, выходу их за рамки отдельных национальных и государственных хозяйств создает другую экономическую реальность и как ее рефлексию — *макроэкономику* — науку об агрегатном экономическом поведении людей в макросистеме, выявляющую закономерности экономического развития на основе взаимосвязей между основными структурными пропорциями, обобщающими показатели народного хозяйства. Макроэкономика оперирует понятиями: общественное благосостояние, пропорции распределения национального дохода, инфляция, совокупность инвестиций и т.д. [293].

Союз микро- и макроэкономики с психологией порождается разными проблемами. Микроэкономика, исходя из представлений о достаточно устойчивой экономической реальности, соответствующей определенной экономической формации и определенному типу цивилизации, дает ответы субъектам экономических отношений микроэкономической среды — владельцу фирмы (группе владельцев), предпринимателю, банкиру и другим о том, как оптимизировать свою деятельность, повысив ее экономические показатели. Экономическая психология в прикладном ее аспекте отвечает на эти же вопро-

сы, учитывая человеческий фактор на психологическом уровне: характеристики личности, особенности ее поведения и деятельности, принятия решений и т.д. В определенном смысле, учебное пособие по прикладной экономической психологии — справочник для предпринимателя, действующего в условиях рынка и стремящегося «совместить» экономического человека с человеком реальным, учитывая рекомендации психолога. Областью интересов микроэкономической психологии может быть использование экономических стимулов в управлении, психология потребителя, рекламы, любых видов хозяйственной деятельности в микроэкономической среде.

Формирование экономического сознания и экономического мышления российского социума интегрируется с точки зрения «теоретической» экономики по трем основным направлениям.

Фундаментальные науки познают мир безотносительно к возможностям практического применения знаний, а *прикладные* ориентированы на применение знаний, полученных в фундаментальных науках, на пользу обществу. Соотношение фундаментальных и прикладных наук можно представить образно, как соотношение корней (фундаментальные) и кроны (прикладные) одного дерева. Они взаимно обогащаются и не могут развиваться в отрыве друг от друга. При наличии такой картины экономико-психологического описания облегчен поиск оснований для решений широкого масштаба, подобных тем, что привели к нынешнему состоянию российского общества [22].

Одна из причин продолжительного игнорирования возможности макроэкономической психологии как подхода к решению проблем экономической политики заключается в том, что на экономический тип общества трудно посмотреть вне традиционной оценочной позиции. Большее экономическое развитие обычно ассоциируют с современным индустриальным или постиндустриальным (благополучным и стабильным) обществом Запада. Одновременно предполагается, что другие общества находятся на подступах к той же цели, хотя и признается возможность различных путей ее достижения [22].

Примечательно, что в 20-е гг. XX века другие науки об обществе, по традиции более сосредоточенные на проблеме человека, — культурология, этнография, антропология — нашли научные и нравственные ресурсы преодоления западно-центрического подхода к культурам и подразделения их на примитивные и высокоразвитые. Первый шаг в том же направлении сделали экономические науки, признав принципиальное различие европейского и азиатского способов производства, результаты которых невозможно сравнивать только по количественным показателям. Вторым шагом могло бы стать признание необязательности экономического прогресса западного варианта для всех социокультур. Ведь он формирует разрушающие человека потребности, экологические катастрофы, массовую культуру и образование, манипулирующие массовым сознанием на уровне личности. Все, что характерно для западного общества. Такое переосмысление возможно в случае принципиальной переориентации экономико-политических решений с фиксации сугубо макроэкономических показателей — валовой продукт, затраты на культуру, образование и медицину — на осмысление вопроса, что именно они дают человеку, как отражаются на его жизни порождения индустриальной и постин-

дустриальной экономик — виртуальная реальность, созданные в лабораториях монстры, тяжелейшие формы неврозов, новые экзотические болезни и т.п., и до каких пор собственно человек остается таковым [269].

Если область интересов экономической психологии распространяется на изменения в личности, социализованной (получившей ролевой репертуар в той или иной социокультурной среде) при переходе к другому типу экономики, а также на обратные влияния — психологических новообразований личности экономически активных субъектов на хозяйственную реальность, — следует отметить не только прикладной, но и фундаментальный аспект.

Если конкретное экономико-психологическое исследование не предполагает сравнительного анализа сменяющих друг друга или существующих одновременно различных экономических укладов отдельно взятого общества в их влиянии на характеристики человеческой личности, имеет смысл говорить о более частной психологии, например доиндустриальной, индустриальной, постиндустриальной. Так или иначе, осмысленным введение термина «экономическая психология» будет только в том случае, если предполагается наличие какой-то экономической эволюции (не обязательно восходящей) обществ или отдельно взятого общества и человека в нем.

На данном этапе своего развития экономическая психология большей частью описательна, а потому не имеет собственного метода, широко используя методы смежных наук. Когда об элементах экономической психологии говорят экономисты, то пользуются методами своих наук. Психологи применяют методы своей науки.

Следует заметить, что подавляющее большинство методов любой науки на этапе ее первоначального становления всегда носило междисциплинарный характер, поэтому экономическая психология не является исключением.

Инженеры, имеющие дело с техникой, убедились, что ни конструировать системы человек-машина, ни эксплуатировать их невозможно без учета психологии тех людей, для которых новая техника создается, и во многом способствовали зарождению эргономики и инженерной психологии, усиленно участвуют в их развитии наряду с психологами, имеющими базовое образование [13, 74, 392]. Докторские и кандидатские диссертации по инженерной психологии защищаются с присвоением ученой степени не только по психологии, но и по техническим наукам. В то же время, когда речь заходит об организационно-производственных и экономических системах также связанных с человеком, у исследователя нет возможности осуществить защиту психологических диссертаций по экономическим наукам и наоборот. Как экономисты, так и психологи мало обращаются к психологическим аспектам экономических реальностей для исследования пограничных проблем. Проблема трудного сближения экономики и психологии связана как с различием их предметов, так и с отсутствием единого понимания предмета, прежде всего междисциплинарных прикладных исследований, так как к экономической психологии примыкает целый ряд смежных научных направлений.

Нельзя не учитывать и тот факт, что в междисциплинарных областях знания методологические основы и исследовательские парадигмы в новых направлениях определяют базовое образование, традиции научных школ и личные ин-

тересы конкретных ученых. Так, например, философы, политологи, социологи считают, что экономическая психология должна сосредоточить внимание на влиянии психологических факторов на хозяйственную жизнь в макроэкономическом ракурсе [6, 40, 75, 229], при котором следует изучить экономическое поведение населения и основных социальных групп, государства. Экономисты, инженеры, психологи чаще видят предмет экономической психологии на микроэкономическом уровне в изучении поведения личности, малых и больших групп в масштабах рабочего места, производственного участка, фирмы, организационно производственных систем [33, 73, 93, 115, 190].

На наш взгляд, как микро, так и макроэкономический уровень рассмотрения влияния человеческого фактора на различные экономические процессы в конечном итоге определяют сферу интересов экономической психологии, однако с учетом накопленных эмпирических результатов в инженерной психологии и эргономике, психологии и социологии труда, психологии менеджмента и социальной психологии и других, смежных с экономической психологией областях рассмотрим их интегративные взаимодействия, обратив особое внимание на исследовательские методы.

Современная трактовка экономической психологии связана с комплексной системой управления человеческими ресурсами, охватывающей рынок труда, производство новейшей техники (оборудования, товаров, услуг и т.д.), рынок капитала. Изучение экономической психологии связано с основами экономической теории, экономическим поведением различных слоев населения психологическими аспектами экономической политики, психологическими основами рынка и потребления и целым рядом других проблем, а особенно стратегическим, инновационным менеджментом («концепцией национального ромба»), созданием и внедрением новейших технологий и «ноу-хау» [316].

Опыт преподавания таких научных дисциплин, как социальная психология, организационное поведение, экономическая психология, спецкурсов: техническое творчество и охрана интеллектуальной собственности, инженерная психология и эргономика, психология менеджмента и других показывает, что экономическая психология является базовой специализацией для целого ряда инженерных специальностей (например, инженерный бизнес), экономических специальностей (например, финансовый менеджмент), педагогических специальностей (например, профессиональная ориентация), т.к. междисциплинарные связи и логика построения этих дисциплин связаны с рынками (труда капитала и производства) [327, 328].

Анализ и обобщение различных источников, где сделаны попытки определить предмет экономической психологии, показывают, что наиболее удачно это удалось В.П. Познякову [264]. «Экономическая психология — комплексная прикладная отрасль психологической науки, интенсивно развивающаяся в последние годы. Ее предметом являются психологические закономерности экономического поведения человека, связанного с производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг. Она изучает закономерности взаимодействия и взаимного влияния экономических факторов и психологических явлений в регуляции экономического поведения. По своему статусу экономическая психология является смежной

научной дисциплиной (или междисциплинарной отраслью знания), основу которой составляют теоретические положения, методы и результаты исследований, накопленные как в психологической науке, так и экономике».

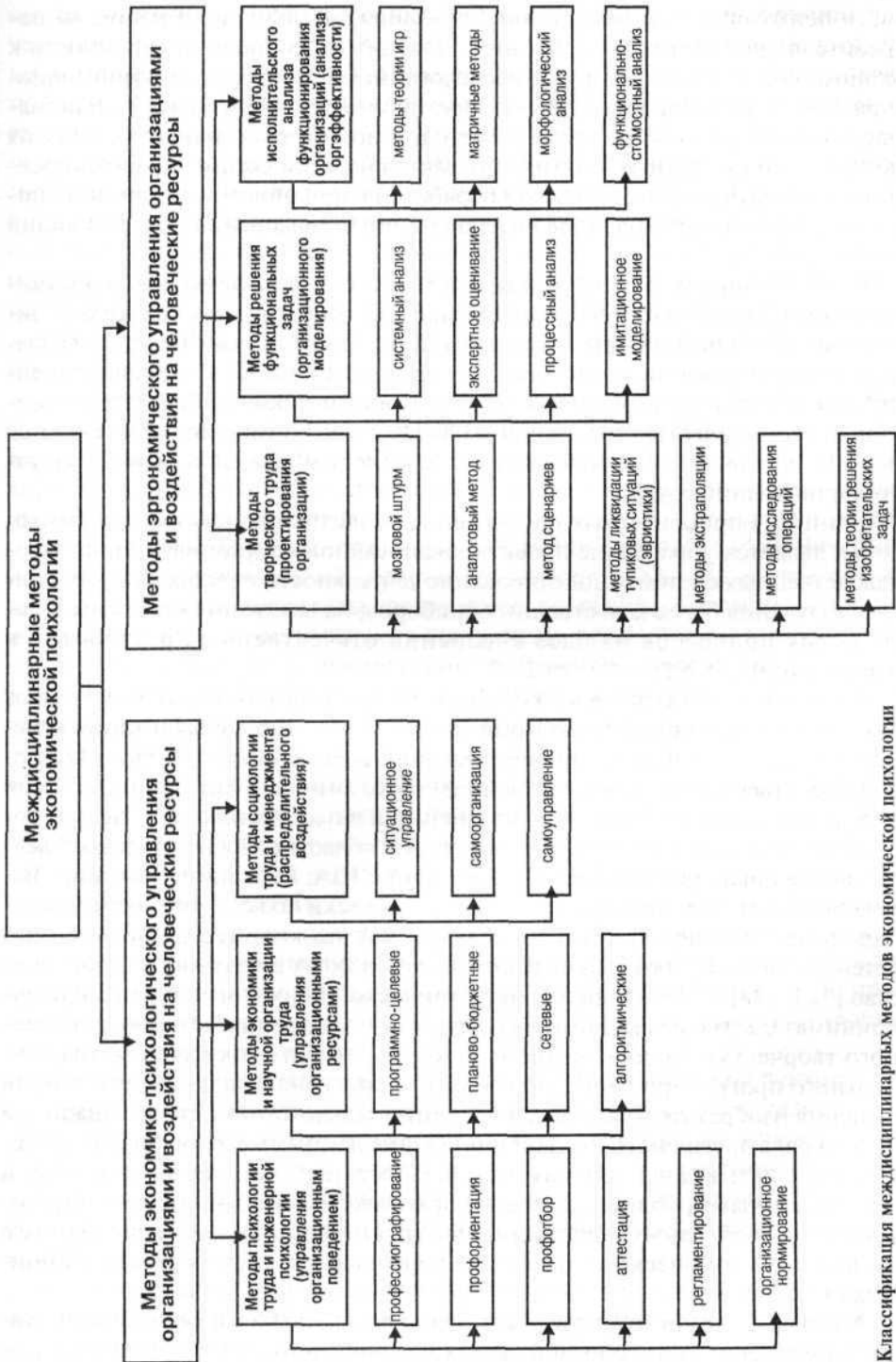
Известно, что возникновение и развитие любого нового научного направления связано не только с запросами практики, но и с процессами дифференциации и интеграции научного знания, комплексностью и междисциплинарностью проводимых исследований, взаимопроникновением методов, становлением понятийного и категориального аппарата, правильным пониманием предмета и общепринятых методологий и методов исследований. Экономическая психология относится именно к тому направлению психологической науки, потребность в которой продиктована социально-экономическими изменениями в России, а методологический базис данного научного направления заложен всей историей взаимодействия и взаимовлияния экономики и психологии, субъектами экономической деятельности и процессами производства, обмена и потребления.

Анализ и обобщение многочисленных отечественных и зарубежных источников, посвященных методам психологического исследования приводят к выводам о наличии проблемы уже в самом понимании метода как явления, как категории психологии. Предложенное еще Р. Декартом определение «метод — это способ», так же, как и понимание принципов отечественной психологии, из которых, на наш взгляд, никак не вытекают методы конкретно психологических исследований, наводят на предположение о том, что разрыв между научной и практической психологией не случаен, ибо первая развивается на философской базе предшествующих исследований, а вторая основана на попытках обобщения результатов эмпирики, полученной без серьезной методологической проработки. Применительно к экономической психологии наблюдается та же картина: с одной стороны, идет теоретическое осмысление зарубежных исследований, с другой — делаются попытки обобщения немногочисленных отечественных работ в этой области без соответствующей методологической базы и наработанных методов [336, 337].

Вся совокупность методов, используемых в экономической психологии, может быть разделена на три группы: первая группа — методы, традиционно используемые в психологических исследованиях (наблюдение, эксперимент, анкетирование, различные виды опросов и интервью, тестирование, математико-статистические методы обработки и объективизации данных и т.д.); вторая — методы, используемые в междисциплинарных исследованиях и смежных научных направлениях, и третья — собственно методы экономической психологии, разработанные с учетом специфики данной научной дисциплины.

Дадим краткую характеристику и выделим особенности каждой из этих трех групп методов (см. рис. на стр. 87).

Особенностью первой группы методов является то, что их использование требует, как правило, репрезентативных выборок, что усиливает требование к процедуре организации, планирования и проведения экспериментальных исследований. Так, например, маркетинговые опросы, эксперименты в об-



Классификация междисциплинарных методов экономической психологии

ласти психологии покупательского поведения, воздействие рекламы на потребителя, диагностика предпринимательских способностей, склонности к экономическому риску и другие исследования в русле традиционной экономической психологии предъявляют достаточно жесткие требования к валидности и надежности используемых методов, достоверности получаемых с их использованием данных, снятия артефактов на этапе планирования, корректно математико-статистической обработки и приемов объективизации полученных результатов на этапе интерпретации исследований и верификаций гипотез.

Наиболее широкое использование в экономической психологии получили методы, которые хорошо зарекомендовали себя в экономических, социологических и инженерных исследованиях, при этом если на этапе создания и моделирования экономических организационных и производственных систем чаще используются методы экономической кибернетики и инженерного творчества, то на этапе их экспериментации шире применяются методы психологии, социологии труда и менеджмента, экономики и научной организации труда.

Одним из приоритетных направлений развития экономической психологии является управление проектированием новых организационно-производственных систем и моделирование деятельности персонала в них с целью получения более качественных приборов, налаживания новых технологических процессов на базе внедрения отечественных разработок и изобретений [20,70].

Только на этой основе можно предотвратить экономический ущерб от иностранных инвестиций, которые создают видимость наращивания качественных товаров и услуг при свертывании собственных организационно-производственных систем и дальнейшем технологическом отставании России от ведущих мировых стран. Анализ динамики патентования за последние десять лет новых идей и решений в различных областях изобретательской деятельности показывает отставание России от США, Германии, Франции, Великобритании, Японии, других стран практически по всем рубрикам междunarодной классификации изобретений как по количеству полученных патентов на изобретательские решения, так и по их внедрению в производство [323, 324]. С точки зрения экономической психологии бизнес и предпринимательство немислимы без освоения и внедрения методов инженерного творчества, таких как мировой штурм, метод дискуссий, метод экспертного прогнозирования, морфологического анализа и синтеза, теории решения изобретательских задач, функционально-стоимостного анализа и целого ряда других методов. Использование данных методов позволяет успешно решать важнейшие научные, изобретательские, инновационные и хозяйственные проблемы, выявлять и согласовывать интересы и потребности многообразных корпоративных групп, формировать необходимую культуру экономического мышления персонала различных организационных структур.

Методы системного анализа, как и системный подход в целом, давно стали нормативной методологией любых научных, в том числе психологичес-

ких исследований. Однако, что касается исследований в области экономической психологии, можно отметить присущие именно этим исследованиям неопределенности факторов планирования и стоимости, организационной и статистической неопределенности. Поэтому можно говорить не столько о системном анализе и системном подходе в экономико-психологических исследованиях, сколько об общей теории систем как системной методологии экономической психологии [13, 50, 212, 335].

Методы процессного анализа, хорошо зарекомендовавшие себя в эргономике и инженерной психологии [216, 276, 392], также могут успешно использоваться в процессе моделирования экономического поведения, принятия решения, переработки информации, оценки воздействия на персонал различных факторов, оптимизации восприятия, слежения за динамически изменяющейся средой и т.д.

В организационно-производственных системах процессный анализ может рассматриваться как специальная теория решений и комплексный подход к анализу производственных и экономических процессов, т.к. он позволяет осуществлять соизмерение затрат и результатов при выработке и реализации оптимальных решений.

Анализ отечественных и зарубежных публикаций в области экономической психологии и смежных с ней областях показывает, что в этих исследованиях все чаще используются методы исследования операций, основанные на математическом аппарате оптимального программирования, теории массового обслуживания, теории игр, эвристическом программировании и т.д. [24, 328].

Выбор и использование любого из этих методов определяется целью и задачами исследования, так, например, большинство многовариантных, по существу, задач экономической психологии, хорошо количественно сформулированных, где зависимости выявлены и могут быть выражены в числах и символах, решаются построением и оптимизацией детерминированной экономико-математической модели с единым критерием оптимальностей. Примером таких задач являются: транспортные задачи, задачи ассортиментной загрузки производственных мощностей и им подобной. Они решаются оптимизационными методами детерминированных процессов; оптимизаций; вариационного исчисления; линейного и нелинейного программирования; дискретного, геометрического и динамического программирования; детерминированными методами математической теории оптимальных процессов [328].

Достаточно эффективным инструментарием экономической психологии, особенно таких ее разделов, как бизнес и предпринимательство, является теория игр. Теоретико-игровые задачи используются для прогнозирования реакции конкурентов на изменение цен, предложения дополнительного обслуживания, модификацию старой и освоенной новой продукции, моделирование экономического поведения инвесторов на рынке ценных бумаг и т.д. [317,326].

Одно из направлений экономической психологии связано с управлением организационным поведением на основе использования методов организационного проектирования, определения рациональной степени авто-

матизации, определения численности управленческого и обслуживающего персонала, организационного регламентирования и нормирования. Задача определения организационной структуры производственно-экономических систем может решаться ставшими традиционными для инженерной психологии и эргономики методами: теории массового обслуживания, теории игр, математической теории планирования эксперимента, сетевого планирования и управления, теории графов и др. [26, 65, 80, 104].

Решение задач, связанных с обоснованием оргструктуры, позволяет в конечном итоге совершенствовать технологию деятельности персонала управления, сократить и рационализировать документооборот, в полном объеме дать необходимые рекомендации по организационному нормированию и регламентированию, т.е. создать организационные основы совместной деятельности персонала организации [315].

Следует отметить, что как методы экономической кибернетики и инженерного творчества, так и методы психологии труда и инженерной психологии, лежащие в основе управления организационными и человеческими ресурсами, предопределяют для заданных условий различные типы организационного воздействия, обеспечивающие с точки зрения экономической психологии рациональное выполнение всех работ управленческим персоналом.

Следующая группа методов, связанная с непосредственным управлением человеческими ресурсами, хотя и названа методами социологии труда и менеджмента, по своему содержанию из всех методов экономической психологии наиболее тесно связана с собственно психологическими закономерностями человеческого поведения.

Давая характеристику методов экономической психологии целесообразно вспомнить отмеченное еще А.А. Богдановым: «человеческая деятельность, от простейших до наиболее сложных ее форм, сводится к организационным процессам». Он выявил «действительное единство организационных методов, единство их повсюду — в психологических и физических компонентах, в живой и неживой природе, в работе стихийных сил и созидательной деятельности людей» [50].

Действительно, методы экономической психологии проявляются в организационных отношениях между людьми, поэтому в проектировании и управлении организационными ресурсами с успехом может быть использован весь арсенал, накопленный в экономике и научной организации труда. Содержание и последовательность выполнения всех работ по управлению организационными ресурсами, исходя из теории экономической психологии, строится на основе планов, программ, алгоритмов. Дадим краткую характеристику наиболее известным методам данной группы. Как отмечает ряд исследователей, планово-бюджетные методы прочно вошли в хозяйственную практику и независимо от рыночной конъюнктуры задают деятельность всей функциональной структуры системы управления организацией, предусматривают целевые установки, миссию организации, периоды деятельности, содержание и последовательность деятельности персонала и т.д. [117, 127, 155].

Неконструктивность критики планово-бюджетных методов с макроэкономической точки зрения связана с представлениями о том, что смоделировать все мероприятия, сбалансировать их по основным позициям в масштабах всей страны практически невозможно, тем более что, как признают ведущие экономисты, в социалистической системе хозяйствования отсутствовали соответствующие механизмы реализации этих планов. Однако, что касается макроэкономики, то в предпринимательстве ни одна из организационно-производственных систем не может обойтись без планирования своей деятельности в стратегическом и инновационном менеджменте [170, 179,232].

Положительный опыт в экономической психологии как в зарубежных, так и отечественных исследованиях накоплен и в разработке научно-обоснованных, апробированных на практике планов рационального расхода личного времени, планирования жизненного пути, внутрисемейного распределения времени и т.д. [247, 307,426].

Перспективными направлениями экономической психологии были и остаются бюджетная политика государства, психология денежных доходов и расходов, восприятие различными слоями населения экономической политики, экономико-психологические проблемы налогообложения, расширения налогооблагаемой базы и уменьшения налоговых ставок и т.д. [38, 48, 68, 87, 146].

Успешно используются в управлении организационно-производственными системами программные методы и методы сетевого планирования и управления. Так, например, в зарубежных исследованиях по экономической психологии все чаще используются методы нелинейного программирования, когда затраты растут непропорционально количеству закупленных или произведенных товаров (эффект «оптовое™») [417, 440], при этом многие нелинейные задачи могут быть приближенно заменены линейными (линеаризованы) в области, близкой к оптимальным решениям [476, 481].

Многие вопросы экономической психологии, связанные с планированием и управлением развиваемым во времени (пятилетка, год, месяц, день), относят к многошаговым процессам и решают с помощью методов динамического программирования [82].

Как правило, данный класс минимаксных задач связан с перспективным оптимальным и текущим планированием, распределением ресурсов и вложением их в производство, оптимизацией многошаговых решений, при этом методы динамического программирования используют при расчетах сетевых графиков [341].

Методы сетевого планирования и управления дают возможность ответить на целый ряд традиционных для экономической психологии вопросов: как распределять имеющиеся материальные средства и трудовые ресурсы между звеньями комплекса, когда начинать и заканчивать работы, какие препятствия возникают при завершении всех работ и как их устранять и т.д. [321].

При решении практических задач экономической психологии оптимизацию осуществляют по критериям времени, стоимости и по потоку. Опти-

мизация по времени проводится сокращением продолжительности критического пути, изменения топологии сети и детализации работ. Сокращение длительности критического пути достигается совершенствованием выполнения работ, в него входящих. Изменение топологии сети состоит в изменении последовательности выполнения работ или выявления возможности параллельного их проведения. В задачах, где оптимизируются режимы труда и отдыха или минимизируется время выполнения определенного потока работ, говорят об оптимизации сетевого графика по потоку [322].

Наконец, последняя группа методов экономической психологии, приоритет в разработке которых принадлежит отечественным экономистам, связана с ростом масштаба и сложности управленческих задач, усложнением связей между организационно-обособленными органами управления, получила название программно-целевых методов, которые реализуются через целевые комплексные программы. Под целевыми комплексными программами понимается предназначенный к плановому осуществлению, объединенный общей целью комплекс взаимосвязанных задач, связанных с централизованным принятием решений с указанием исполнителей, ресурсов и их источников. Как показано, в психологии управления применение программно-целевых методов требует специальной организационной структуры управления, которая позволяет реализовывать процедуру построения «дерева целей» по принципу дедуктивной логики с использованием экспертных оценок [31, 73, 79, 315].

Построение «дерева целей» осуществляется «сверху—вниз», от более сложных и более важных задач к задачам менее сложным и менее важным, требующим меньше времени (средств, сил, ресурсов) для их осуществления (рис. 10).

Применение данного метода позволяет определять пути достижения цели с количественными оценками сложности каждого из вариантов решаемых задач, так, например, в работе [314] показано, каким образом экономическая эффективность от внедрения изобретений связана с динамикой изобретательской активности, уровнем и сложностью разработок и временем жизни систем.

Провозглашенный в свое время В. Дильтеем один из основополагающих принципов «понимающей психологии»: «науки — это предмет и метод ...» приводит к мысли о том, что экономическая психология, как и любая другая отрасль психологического знания, может претендовать на самостоятельный научный статус именно благодаря четко обозначенным границам и областям научных методов, апробированных в данной отрасли и приводящих к получению и приращению новых знаний. При этом история науки показывает, что приращение новых знаний может быть полезно и с использованием традиционных методов, хорошо зарекомендовавших себя в смежных областях (так было в физиологической психологии, психофизике сенсорных систем инженерной психологии и эргономике, других отраслях психологической науки), в которых организация и техника эксперимента получили опережающее развитие. Подобная тенденция характерна и для экономической психологии, где разработка собственных методологических и методических средств отстает от методов, практически используемых из других отраслей научного знания для решения проблем экономической психологии [338].



Рис.10. Последовательность построения дерева целей.

Процесс создания и моделирования новых экономических (организационно-производственных) систем на микроэкономическом уровне, опыт их эксплуатации, обновления в замкнутом цикле системного рассмотрения материальных (финансовых), человеческих и товарных ресурсов может быть включен в предмет

экономической психологии. При таком подходе экономическая психология по своему предмету и объекту исследования ближе всего к таким научным направлениям, как эргономика, организационная психология, социальная психология, психология управления, психология труда и инженерная психология, экономика и социология труда, системотехника, целый ряд инженерных дисциплин, связанных с проектированием новой техники, товаров и услуг в рыночных условиях хозяйствования.

Процесс анализа и функционирования экономических систем на макроэкономическом уровне, анализ их эффективности позволяет рассматривать экономическую психологию как дисциплину, обеспечивающую объяснение закономерностей отклонения от экономических законов и экономической социологии: за счет уникальности человеческого поведения на уровне больших групп, целых народов и государств.

При таком подходе экономическая психология по своему предмету и объекту исследования ближе всего к таким научным дисциплинам, как философия, политология, история, культурология, этнология, социология, целому ряду социальных и экономических наук, связанных с проектированием анализом и развитием общественно-экономических формаций в целом и мировым разделением труда в зависимости от различных экономических укладов и форм хозяйствования. В макроэкономическом понимании размывается сама грань между научными дисциплинами, т.к. все они претендуют на уровень метаобъяснения, так если проанализировать категориальный аппарат, например экономической теории и психологии на макроуровне (экономическое сознание, экономическое поведение, экономическое мышление, потребности, ресурсы, психология собственности, социальная справедливость, стратификация общества, противоправное поведения и т.д.), то можно сказать, что экономика это и есть психология и наоборот.

В таком макроэкономическом понимании экономическая психология сближается с философией, которой не нужны, и она может претендовать на обобщающие объяснительные метатеории только на основе категориального аппарата, логики и междисциплинарных связей и установления некоторых универсальных соответствий и аксиоматик, которые не требуют опровержения, именно поэтому, на наш взгляд, несмотря на пересечение исследовательских путей экономической теории и психологии, их сближение идет крайне медленно.

Следует согласиться с В.М. Соколинским [307], что существуют два подхода к предмету исследования экономической психологии, их «различие со-

стоит в масштабности позиции: в одном случае внимание сосредоточено на влиянии психологических факторов на хозяйственную жизнь в микро-, в другом — в макроэкономическом ракурсе».

Дискуссия о предмете экономической психологии развивается и в другой плоскости, какой стороне единого предмета отдать предпочтения — экономической или психологической?

Рядом зарубежных авторов выдвинута идея доминирования психологической составляющей, чему соответствует обозначение науки, о которой идет речь, термином «психологический экономике». Замысел исследователей, поддерживающих этот вариант, заключается в том, чтобы отойти от принятой в экономической науке ориентации на построение моделей. Экономическая действительность включает, подчеркивают эти авторы, множество психологических переменных, не вписывающихся ни в какие модели. При таком подходе решение экономических проблем сопрягается преимущественно с исследованиями в области психологии, что, естественно, представляет собой определенный отход от классической экономической теории.

Сторонники равноправного сочетания экономической теории и психологии используют термин «экономическая психология», что ориентирует на конкретно-аналитическое рассмотрение хозяйственных решений. В качестве основы при этом используются данные, полученные в ходе не только экономического, но и психологического анализа. Данный вариант подхода к сочетанию двух наук оказался более популярным в среде современных исследователей.

Ретроспективный анализ показывает, что первый этап в эволюции взглядов на предмет экономической психологии связан с именем французского ученого Г. Тарда (G. Tarde), выпустившего в 1902 г. двухтомный труд под названием «Экономическая психология» [496]. Г. Тард видел в своем подходе альтернативу австрийской экономической школе К. Менгер (K. Menger), Ф. Фон Визер (F. Fon Vizer), определявшей себя как «психологическая школа». Ее представители ввели в научный оборот маржиналистскую концепцию предельной полезности благ, предполагающую рассмотрение экономических явлений с учетом субъективных оценок потребителей товаров. Однако своеобразие этого подхода состояло в том, что экономический анализ не предполагал выхода на эмпирическую психологию и ограничивался ссылкой на определенные психологические абстракции. Человек и его потребности, если и рассматривать в экономическом анализе, то без учета включенности человека в групповые, социальные взаимосвязи, безусловно, влияющие на экономическое поведение населения.

Однако Г. Тарду удалось заложить основы «социально ориентированной психологии экономической жизни», что с методологической точки зрения соответствует сложившемуся к настоящему времени понятию «экономическая психология» [496].

Первый этап развития новой науки прошел в начале XX в. и в Германии. В этой стране родоначальником экономической психологии принято считать Г. Мюнстерберга (H. Munsterberg), впервые опубликовавшего

ся в России в 1924 г. Г. Мюнстерберг внес заметный вклад в исследования научной кооперации между национальной экономией и психологией. Характерной особенностью его научного подхода является нацеленность преимущественно на сферу микроэкономических отношений, так исследовались вопросы монотонности труда, его организации, степени справедливости получаемой оплаты. В работах немецкого ученого было, в частности, положено начало экспериментальному анализу эффекта рекламы в экономике Германии [473].

Первый этап научного развития экономической психологии был непродолжительным и не захватил широкого круга исследователей. Прошло несколько десятилетий, прежде чем интерес к данной научной концепции возник вновь. Вторая волна исследований развернулась в США и Франции лишь в 50-е годы. Она связана с именами, прежде всего двух ученых: Г. Катоны (G. Katona) и П. Ренольда (P. Reynaud), широко использовавших психологические подходы к макроэкономике [465, 481].

Работы американского экономиста-психолога Г. Катоны посвящены главным образом экономическому поведению потребителей и предпринимателей, большое внимание уделялось иррациональности действий покупателей. Был предложен вариант классификации экономического поведения: различались импульсивная и традиционная его формы. Кроме того, Г. Катона ввел понятие «подлинного, т.е. фактического решения», понятие которого, по его мысли, во многом зависит от ожиданий. Основной упор в данной концепции был сделан на самом факте появления чувства ожидания и на его влияние на принятие экономических решений, например, по поводу потребления или инвестиции. Американский исследователь предложил также некоторые экономико-психологические показатели. Один из них называется «индексом потребительского чувства». Его функциональная роль выражается в способности дать характеристику психологического состояния определенных масс людей и добиться на той основе возможно более раннего предвидения изменений конъюнктуры рынка [465].

Научные интересы французского исследователя П. Ренольда распространялись на общие проблемы экономического роста, формирования предпринимательства, роли развивающихся стран в мировой экономике. Он выступал с критикой того направления, которое приняла экономическая психология, отметив, что к 50-м годам данное научное течение еще не оформилось в общую дисциплину с определенным ядром и оставалось раздробленным [481].

Однако и вторая волна развития экономической психологии не захватила широкое научное пространство. Лишь в конце 60-х и в 70-х годах соответствующие позиции получили определенное отражение в работах немецкого ученого Б. Штрюмпеля (B. Strumpel) и американских ученых Г. Бекера (G. Becker) и Д. Канемана (D. Kahneman) [426, 493, 501].

На 80-е годы пришлась третья волна, связанная, в частности, с изданием по инициативе голландских, английских и скандинавских ученых регулярного «Журнала экономической психологии» [429, 441].

Авторам 80-х годов в значительной мере удалось установить междисциплинарные связи, соединяющие экономическую и психологическую науки.

Синтез удалось осуществить благодаря тому, что при постановке проблем и ориентации полученных результатов представители обеих наук нацеливались прежде всего на экономическую сферу. Так, например, чисто психологические концепции использовались для объяснения теоретических моделей экономики, сложилась ситуация, при которой «экономическая психология» стала иметь предпочтения перед «психологической экономикой».

Наиболее актуальными направлениями исследований третьего этапа стали: поведение потребителя на рынке; поведение предпринимателя в области сбережений; проблемы инфляции, налогообложения, благосостояния и т.д. [107, 148, 161,241].

В то же время экономико-психологические проблемы безработицы, «теневой экономики», эколого-экономической деятельности проектирования новых систем рассматривались явно недостаточно. Кроме того, современный этап развития рассматриваемой науки — сохранение определенной ее раздробленности, отсутствие комплексных междисциплинарных подходов.

Приходится констатировать, что единый курс экономической психологии как науки, в котором создана методологическая база и понятийный аппарат, выстроить пока не удалось. Так, психологический подход сегодня активно применяется к проблемам труда, производственного персонала, системы организации. Однако реализуется это в рамках психологии менеджмента, организационной психологии, сохраняющих самостоятельность и не идущих на интеграцию между собой.

Можно отметить дифференциацию уже сблизившихся научных дисциплин, например, экономики и организационной психологии, углублений их специализаций с соответствующей автоматизацией исследовательских традиций. С другой стороны, такое направление, как психология труда, обнаруживает тяготение к эргономике; психология менеджмента — к социальной психологии. Проблемы рынка сбыта исследуются занимающей особую позицию маркетинговой психологией. Самостоятельным направлением стала в известном смысле и психология рекламы [200].

Общий вывод таков: рассмотренные подразделы экономической психологии возникли не на основе общеэкономического подхода к совокупности исследуемых проблем, а явились результатом интеграционных взаимодействий ряда конкретных междисциплинарных научных курсов. В итоге экономическая психология выступает преимущественно в качестве несамостоятельной обслуживающей дисциплины. Ее задача реализуется главным образом в прикладном направлении — в распространении знаний о том, как можно повысить производственную эффективность главным образом на микроэкономическом уровне.

Что касается макроэкономического уровня, то одной из исторических миссий, которые может выполнить экономическая психология в России как отрасль психологического знания, является обоснование легитимности происходящих социально-экономических измерений, когда активность и предприимчивость одних экономических субъектов в условиях рынка через процессы законотворчества корпоративных структур и перераспределения собственности позволит объяснить всем слоям населения экономическую стратегию страны

именно через экономические интересы, стимулы и мотивацию к труду в условиях складывающихся имущественных, финансовых и других прав граждан.

В заключение параграфа хотелось бы заметить, что моделирование и экспериментальное изучение экономического поведения, несмотря на дискуссионность самой предметной области экономической психологии, как показывает наш опыт, наиболее эффективно осуществляется при проведении специально разработанных инновационных, деловых и организационно-деятельностных игр, позволяющих для получения нового знания использовать весь спектр методов психологической науки, а также приемов и способов обработки, объективизации и интерпретации полученных результатов.

Таким образом в качестве *методов исследования* в экономической психологии можно выделить два основных: лабораторные эксперименты (различные экономические игры) и полевые исследования, проводимые в естественных условиях. В прикладной области экономической психологии также существуют два главных направления: консультирование фирм и отдельных клиентов по конкретным проблемам и обучение и подготовка руководителей и специалистов в области экономической психологии. В качестве самостоятельного направления практической психологии активно формируется психология бизнеса, в рамках которой практические психологи отрабатывают методы и технологии практической работы в этой области.

В зарубежной экономической психологии центральным направлением эмпирических исследований является *изучение поведения потребителей*. Это обусловлено и практической востребованностью таких исследований для научного обеспечения решения задач рекламы и маркетинга, и реальностями повседневной жизни общества с рыночной экономикой, которое не случайно называют обществом потребителей. Для развития отечественной экономической психологии характерен изначально более высокий интерес к сфере производства материальных и духовных благ (и в меньшей степени их обмена и распределения), чем потребления. Это также связано и с традициями развития отечественной науки, и с практикой общественной жизни и исходящими от нее запросами. С одной стороны, к моменту оформления экономической психологии в России в самостоятельную отрасль знания в отечественной науке уже был накоплен богатый теоретический и эмпирический материал, связанный с исследованием психологических закономерностей поведения и взаимодействия людей именно в сфере производства (психологические исследования трудовой и профессиональной деятельности, совместной деятельности, трудовых коллективов, управления и руководства). С другой стороны, изучение потребительского поведения в отечественной науке традиционно осуществлялось в рамках относительно независимо сформировавшихся научных направлений: *психологии торговли и психологии рекламы*. Интеграция этих направлений — неизбежный этап становления экономической психологии.

Сравнивая особенности развития экономической психологии в России и странах с развитой рыночной экономикой, нельзя не отметить еще одну особенность в постановке проблем и направлений эмпирических исследований. Для зарубежной, в первую очередь *западной*, экономической психо-

логии характерно акцентированное внимание к процессам *принятия экономических решений*, экономического поведения, *экономического взаимодействия партнеров в условиях торговых переговоров и сделок*. При этом активно используется моделирование экономических процессов в условиях лабораторных *экспериментов с деньгами*. Не умаляя важности подобных исследований для получения строго фиксируемых эмпирических данных и анализа взаимосвязей между изучаемыми переменными, следует подчеркнуть принципиальную ограниченность возможностей лабораторного эксперимента для изучения реальной экономической жизни и социальной обусловленности психологических особенностей хозяйствующих субъектов. Эта тенденция отражает избегание нашими зарубежными коллегами собственно социальных сторон и проблем экономической жизни: *отношений собственности* (этой святыня святых капиталистического общества), бедности и богатства, *отношений между предпринимательством и наемным трудом, безработицы*. Для отечественной экономической психологии, напротив, характерно пристальное внимание именно к этим узловым социальным проблемам экономической жизнедеятельности. Проведение эмпирических исследований по этим направлениям предполагает изучение сознания и поведения представителей различных социально-экономических групп в естественных условиях их жизнедеятельности. При этом очень важно не ограничиваться анализом только субъективных представлений и мнений, выявляемых с помощью опросных методов, но изучать их в связи с особенностями реального экономического поведения в конкретных социально-экономических условиях. И здесь очень перспективным представляется использование стратегии *естественного эксперимента*, когда социально-психологические феномены, связанные с особенностями субъективного отражения экономических условий жизнедеятельности субъектов и регуляцией их экономического поведения, исследуются в условиях радикальных социально-экономических изменений.

Глава 2

Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности

2.1. Экономическое сознание и отношение людей к собственности как базовые понятия экономической психологии

Идеи экономистов и политических мыслителей — и когда они правы, и когда ошибаются — имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности только они и правят миром. Люди практики, которые считают себя совершенно неподверженными интеллектуальным влияниям, обычно являются рабами какого-нибудь экономиста прошлого. Безумцы, стоящие у власти, которые слышат голоса с неба, увлекают свои сумасбродные идеи из творений какого-нибудь академического писаки, сочинявшего несколько лет назад. Я уверен, что сила корыстных интересов значительно преувеличивается по сравнению с постепенным усилением влияния идей.

Дж. Кейнс

Российское государство находится на сложном этапе формирования современных конкурентно-рыночных отношений, осуществляемого при одновременном учете требований постиндустриального вектора общественного развития. Ядром всех преобразований по праву считается трансформация и реформирование собственности прежде всего в производственном секторе отечественного хозяйства. Однако из всех существующих вариантов преобразования собственности был принят и реализован наиболее радикальный в форме массовой и «ускоренной» приватизации. При этом его недостаточная научная обоснованность, а также противодействие проводимой приватизации общим тенденциям социально-экономического прогресса предопределили низкую эффективность разгосударствления собственности и объективную невозможность формирования высокоэффективного собственника. Более того, практически не достигнута ни одна из официально объявленных целей реформирования собственности в целом и приватизации в частности. Общим итогом приватизации и в целом либерализационно-монетаристского курса реформ стали спад производства прежде всего в наукоемком, информационном секторе промышленности, углубляющийся инвестиционный кризис, деградация инновационного и трудового потенциала российской нации, растущее противоречие между социально-экономическими и организационно-правовыми формами и видами собственности.

В отечественной экономической психологии еще в начале 80-х годов XX века была поставлена проблема отношений собственности А.И. Китовым в работе «Психология управления» [177]. Однако до сих пор она остается малоизученной. На первый план здесь выступают, на наш взгляд, такие фундаментальные психологические механизмы, как идентичность [228].

Мировая и отечественная наука в настоящее время дают развернутые доказательства тезиса: *и экономика, и политика, и государственная идеология, и культура, следовательно, стратегия реформ должны быть идентичны социально-психологическим факторам, менталитету, глубинной психологии экономического мышления населения.*

Точно так же, как и внедрение рыночных принципов в экономическую практику привело к развалу народного хозяйства, так и проникновение «основного течения» в экономическую науку привело к ее деградации. Это особенно заметно в современных трактовках категории «собственность».

Можно заметить, что прежде ученые пытались выяснить смысл понимания собственности как экономических и правовых отношений, однако с приходом сторонников «экономики» к власти в учреждениях экономической науки «собственность» была решительно исключена из числа базовых научных категорий. На достаточно небольшой исторической дистанции всем преподавателям экономической теории предписывается исходить из догмы, что «собственность — одна из базовых правовых категорий» [175].

Говорят, что история повторяется дважды, сначала как трагедия, затем как фарс. Ошибочное представление о собственности как отношении, которое подчиняется человеческой воле, вполне подтверждает это. Политика принудительного обобществления средств производства, вплоть до кур, была во многом трагичной для советского народа, но она так или иначе реализовывалась. Политика же их принудительной приватизации вплоть до естественных монополий несет народу не меньше ненужных страданий, но она не может реализоваться ни при каких обстоятельствах и потому с позиций исторической и экономической психологии является фарсом.

Существование самого понятия «собственность» не надо доказывать. Оно просто есть. Везде, где человек использует ту или иную вещь исключительно в *своих интересах*, а окружающие его люди не хотят или не могут по какой-либо причине потребовать от него, чтобы эта вещь использовалась совместно или исключительно в интересах других лиц, присутствует экономическое отношение собственности. Экономический собственник — это фактический собственник, лицо — фактически использующее благо в своих интересах, в отличие от юридического собственника, который обладает правом его использования в своих интересах, но не хочет, не умеет или не может это право реализовать. Так, например, фактическим собственником денег, вложенных в «МММ», является Мавроди, тогда как по закону их собственниками являются вкладчики.

Если у вас угнали автомобиль, то вы остаетесь по праву его собственником. Но его экономическим собственником является тот, кто использует его в своих интересах, это обыденная логика экономического мышления.

Сведение проблем собственности только к хозяйственной деятельности еще больше обедняет содержание категории «собственность», так как обще-

ственное отношение, обозначаемое этим термином, складывается не только в процессе хозяйствования в современном понимании этого слова.

В реальной жизни экономические отношения между людьми, называемые *собственностью*, складываются в любом процессе общественного присвоения благ. Легко заметить, что *основные отношения собственности — отношения по поводу природных ресурсов складываются, как правило, совсем не в процессе хозяйствования*. Они складываются в процессе мирного освоения свободных пространств или силового захвата занятых территорий [175].

Вполне очевидно, что если феномен собственности изучать только на примерах процессов хозяйствования, то самые главные вопросы остаются за пределами анализа. Можно выделить два основных вопроса: *как возникают собственники факторов производства и как складываются формы собственности на них* [307].

Человеческая жизнедеятельность и экономическая наука дают совершенно ясные ответы на поставленные вопросы. Научный анализ исторической экономической действительности показывает, что отношения *владения и пользования* — это далеко не только атрибуты права собственности, это прежде всего экономические отношения, имеющие с собственностью общее основание — *способ присвоения*. Данный экономико-психологический факт *требует выделения отношений собственности, владения и пользования в отдельную группу экономических отношений с общим названием*, например, «отношения принадлежности» или «отношения присвоения» [175].

Право использования категории «собственность» в научных работах должно принадлежать и философам, и психологам, и экономистам. Весьма актуально и на сегодня высказывание В. Соловьева, в конце XIX века понявшего эту закономерность: «Все острые вопросы экономической жизни тесно связаны с понятием собственности, которое, однако, само по себе принадлежит к области права, нравственности и психологии, нежели к области отношений хозяйственных. Уже это обстоятельство ясно показывает, как ошибочно стремление обособить экономические явления в совершенно самостоятельную и себедовлеющую сферу» [306]. Последнее предупреждение более-менее успешно было проигнорировано советской экономической наукой, что прежде всего негативно сказалось на ней самой. Учитывая экономико-психологический аспект проблемы, мы попытаемся показать лишь часть задач собственности и собственников, решение которых сегодня невозможно без привлечения экономического мышления.

Общеизвестно определение собственности как идеального продолжения личности в вещах или ее перенесение на вещи. Особенно рельефно этот момент выступает в так называемой интеллектуальной собственности, которая есть прежде всего произведение человеческого разума, проявление уникальных способностей индивидуума, продукт его самовыражения и самоактуализации [27].

С экономико-психологической точки зрения можно утверждать, что собственность и личность зачастую неразделимы друг от друга, поэтому есть смысл вникнуть в этимологию данных терминов. Так, слово *собственность* происходит от старославянского «собъство» в значении «особенность, лицо».

По смыслу это слово близко термину «особа», который в старину характеризовал прежде всего авторитетного, почтенного человека: «важная особа», «известная особа». В данном слове «звучат» индивидуалистические, личностные оттенки данного понятия, поскольку оно образовано на базе общеславянской предложно-падежной формы «о себе» — «для себя», а в древнерусском языке эта же форма означала «отдельно, сам собой». Таким образом, можно вполне определенно сказать, что слово «собственность» своими корнями нисходит к понятию личность как отдельного человека, существующего «в себе и для себя» [182].

С точки зрения *homo economicus* можно заметить, что собственность является как бы продолжением личности во внешнем мире, чему есть немало различных подтверждений. Отдельные из них можно свести к очевидному преимуществу: наличие собственности на нейтральной или даже чужой территории, т.е. расширение «зон собственности» позволяет личности чувствовать себя в таких зонах комфортно, независимо от других, уверенно. В то же время, любые посягательства на собственность так или иначе затрагивают саму личность, и если данные действия лишают «частички меня», это всегда воспринимается как ущемление прав и свобод личности [175].

В возрастной и экономической психологии доказывается, что собственность связана с индивидуалистическими устремлениями человека. В этом можно убедиться на простейшем примере: любой ребенок начинает усваивать понятие «мое» с первыми проблесками формирования самосознания. В тот период, когда «новоявленная» личность начинает уходить от диктата взрослых и внешних обстоятельств, все чаще реагируя на их воздействия по принципу «я сам», она начинает не только защищать собственное имущество, но стремится «захватить» вещи и предметы, принадлежащие другим [206].

Зарождающееся в трехлетнем возрасте самосознание ребенка, вне всякого сомнения, включает в себя и возникновение чувства собственности. С.Л. Рубинштейн писал: «В известном смысле и мы можем, конечно, сказать, что трудно провести грань между тем, что человек называет самим собой, и кое-чем из того, что он считает своим. То, что человек считает своим, в значительной мере определяет и то, чем он сам является» [277].

В дополнение к вышеприведенному определению собственность нередко интерпретируется как отношение человека к вещи и человека к человеку в процессе отношения к вещи. Такое объяснение особо значимо с точки зрения экономической психологии как науки, поскольку за большинством взаимодействий людей, реализующих различные экономические роли, «скрывается собственность». Экономическое поведение — это поведение, в основе которого лежат различного рода действия и поступки, целесообразность и значимость большинства из которых предопределяется эффективностью использования (приобретения, продажи, производства, обмена и т.п.) объектов собственности.

В современной отечественной мысли выделяются лишь два аспекта (две стороны) в содержании (сути) отношений собственности: экономический и правовой. *Экономическое содержание отношений собственности* — это отношение кого-то (субъекта) к объектам собственности как к своим. Глав-

ными признаками таких отношений являются: приобретение, присвоение, а в итоге — владение. Другими словами, на первом плане здесь выступает объект собственности, его движение (капитал), а только на втором — субъект, владелец [290].

Правовой подход к анализу содержания отношений собственности дополняет, расширяет экономико-психологический, который включает в себя: 1) право на владение (юридическое закрепление приобретенного, т.е. экономического содержания собственности); 2) право на распоряжение, управление; 3) право на пользование (например, аренда). В психологическом плане особенно важным является и право на потребление (т.е. получение доли прибыли от используемой собственности). С экономико-психологических позиций, как мы видим, на первом плане уже субъект собственности, а на втором — объект.

С позиций классической экономической теории в отношениях собственности при их анализе на первом месте правомерно выступает вещественный (объектный) носитель этих отношений, а субъект (владелец) — на втором плане (вспомним показатели в тоннах, литрах, кубометрах при оценке эффективности «социалистической экономики»). Отсюда и примат «экономического подхода» в таком анализе. Недостает психолого-экономического или экономико-психологического. (См.: *Малахов С.В.* Основы экономической психологии. М., 1992; *Соколинский В.М.* Психологические основы экономики. М., 1999) [220, 307].

В контексте неклассической, релятивистской, субъектной методологии, наряду с объектом, равноправно с ним выступает субъект и связи между ними, а также способы их развития. При этом экономический аспект анализа закрепляется юридически. Но этим не ограничивается анализ неклассической парадигмы таких отношений. В условиях открытой системы они резко усложняются, становятся трудно прогнозируемыми, с релятивистскими параметрами, которые обусловлены возросшей субъектностью (что не тождественно субъективности) этих отношений. Субъект — это человек, а его сущность многогранна и мало изучена. Отсюда следует, что *отношения собственности должны быть идентичны сущности человека*. С позиций экономической психологии *критерии их развития — создание эффективных собственников — хозяев, в обществе будет слабо, недостаточно срабатывать*. Именно поэтому без психологии собственности уже ни экономического, ни правового (вместе взятых) подходов явно недостает [316].

На данный момент со всей очевидностью (по результатам приватизации) в одном ряду с экономическим и правовым содержанием отношений собственности должна выявляться и учитываться экономико-психологическая их компонента, а отсюда — соответствующие методы анализа, т.е. в контексте и с позиций экономической психологии [317, 318].

В подтверждение значимости такого подхода можно в первом приближении сослаться на одну психосемантическую особенность нашего времени, а именно: слова «шок», «стресс», «паника», «кризис доверия», «тревога», «неврозы», «психическая усталость» не сходят со страниц как макроэкономической, так и микроэкономической прессы. Эти явления выступают детерминантами в мотивации экономического поведения банкиров, кредиторов, вкладчиков [306].

На наш взгляд, в национальной экономической психологии с учетом ментальности того или иного социума прогресс любого общества обеспечивается уровнем сформированности экономического мышления тех, кто вступает в отношения обмена, другими словами, именно модель отношений собственности определяет качество жизни населения и социально-экономический прогресс государства. Рассмотрим сказанное выше в историческом ретроспективном анализе отношений трансформации собственности [290].

1. Высокоразвитые страны мира еще в 60-е годы пришли к выводу, что система «хозяин — наемные работники» переживает кризис и заходит в тупик. Реакцией на это стал поиск новых моделей отношений собственности.
2. Прежде чем приступить к трансформации отношений собственности, в 60-е годы в странах с высокоразвитой экономикой (но входящей в кризис) был осуществлен переход к новому *субстрату рыночной системы хозяйствования*. Если ранее таким субстратом был товар (вспомним «Капитал» К.Маркса), где таковым выступала и рабочая сила, то *теперь в качестве главного и исходного системообразующего элемента становится человек, человеческий ресурс*. Отсюда появление концепции «человеческих отношений». Отсюда смена приоритетов в инвестициях. Так, если в 20-е годы в США совокупный овеществленный капитал более чем в 2 раза превышал накопленный «человеческий капитал», то через 50 лет они сравнялись по стоимости. Сейчас инвестиции в «человеческий капитал» в США сравнивались с инвестициями в здания, сооружения, машины, оборудование, товарно-материальные запасы.

Но, пожалуй, превзошла всех в этом деле Япония. Известное японское «экономическое чудо» 60-х годов было во многом достигнуто благодаря опоре на трех «китов»: 1) человеческие способности и их развитие, 2) знания и их обновление и 3) энтузиазм как духовный мотив экономического поведения.

3. Смена субстрата системы рыночного хозяйствования вызвала развитие отношений собственности по спирали (или смене циклов) в направлении «деперсонализации крупной частной собственности», формирования «интегральных экономических собственников» (См. подробно: Корняков В. Новая модель отношений собственности (анализ современного опыта // Экономист. 1994. № 3) или частнокорпоративных, коллективных собственников. В этих целях «передовыми странами» была создана программа «ESOP». Суть ее можно выразить двумя решаемыми экономико-правовыми задачами: 1) расширение числа собственников (экономическая демократизация) с элементами деприватизации; 2) формирование структур: «сверхкорпорация — микробизнес» или дробление под одной крышей сверхкорпорации на относительно самостоятельные в экономико-правовом статусе фирмы (на принципах среднего и малого бизнеса). Добавим от себя, точнее не от себя, а основываясь на выводах ученых, анализирующих результаты работы по программе ESOP (П.Дракера, Дж.Куна, Д.Шривера, Н.Штера и др.), что при этом решалась третья задача сменить с минуса на плюс значение главного мотива экономического поведения, т.е. *преодолеть отчуж-*

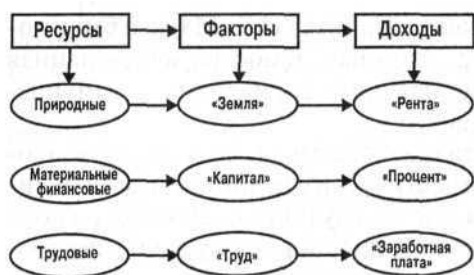


Рис 1. Схема факторов производства

дение наемного работника от собственности хозяина, сделать его хозяином, соучастником управления ею.

С точки зрения марксистской социопсихологической экономической теории, факторы производства делятся на две группы: «личный» и «вещественный». Личный фактор — живой труд — К. Маркс считал единственно производительным и поэтому основным. Роль вещественных факторов сводится к

тому, что они вооружают живой труд, повышая его производительность [224].

С точки зрения Экономикса, все факторы производства одинаково производительны и каждый способен приносить собственнику соответствующий доход (рис 1.) [244].

Известно, что доходность факторов с точки зрения «теории трех факторов» означает: собственники факторов независимы и равноправны в том смысле, что доходы каждого участника производства соответствуют вкладу принадлежащего ему фактора в создании совокупного дохода, что является основой как простого, так и расширенного воспроизводства.

Производство с точки зрения экономической психологии это деятельность людей, посредством которой они удовлетворяют свои потребности, при этом экономическое мышление любого участника производственных отношений направлено на создание материальных условий своей жизни: пищу, одежду, жилище, а также удовлетворение духовных потребностей по принципу их актуализации. Возрастающие человеческие потребности по мере их удовлетворения стимулируют развитие производительных сил и производственных отношений. С экономико-психологической точки зрения, к сожалению, идеологам марксизма-ленинизма так и не был притворен в практику и осмыслен лозунг: «от каждого по способностям — каждому по труду», а удовлетворение все «возрастающих потребностей советского народа» в условиях общенародной собственности на средства производства и вовсе оказалось утопией.

К сожалению, в экономической теории и социологии на постсоветском пространстве на работы К.Маркса, Ф.Энгельса и В.И. Ленина отечественные «ученые» предпочитают ссылок не делать, в то время как за рубежом марксистско-ленинское учение остается классикой [437].

Предметом исследования в основополагающей работе К. Маркса «Капитал» с точки зрения экономической теории, экономической социологии и экономической психологии является процесс накопления капитала, капиталистического производства [224].

К. Маркс показал механизм стратификации общества, выявил типы экономического поведения и некоторые психологические особенности этих типов, объяснил сложнейший феномен прибавочной стоимости, которая может выступать в таких формах, как предпринимательский доход, торговая прибыль, процент и рента.

В определенной степени идеи и замыслы «Капитала» К. Маркса были дополнены и развиты Ф. Энгельсом и В.И. Лениным. В последующем данная теория получила обобщающее название научного социализма (коммунизма) или *МАРКСИЗМА - ЛЕНИНИЗМА* [309].

Однако концепция научного социализма оказалась в марксистской теории представленной гораздо слабее с практических позиций, чем политическая экономия капитализма. Что же касается научного социализма и коммунистической теории, то их в завершенном виде так и не удалось построить ни Марксу, ни теоретикам научного коммунизма.

По существу, научный социализм ограничился формированием социалистических принципов. Основными из них являются: общественная собственность на средства производства, отказ от присвоения владельцами капитала прибавочной стоимости, равная оплата труда за равный труд, всеобщая и полная занятость, от каждого по способностям — каждому по труду (при коммунизме — каждому по потребностям), ведение хозяйства по единому плану.

В.И. Ленин как крупнейший политик и психолог внес существенный вклад в социологию и экономическую теорию, который еще предстоит оценить (а не предавать забвению, как это иногда пытаются сделать «бывшие марксисты-ленинцы»).

В.И. Ленин как идеолог коммунистической доктрины и научного социализма написал целый ряд научных трудов, которые вошли в сокровищницу марксизма-ленинизма» [202—204].

Рассмотрим кратко вклад В.И. Ленина в экономическую теорию, социологию и экономическую психологию [394].

1. Работа «*Развитие капитализма в России*» посвящена критике народничества. Проанализирован процесс формирования российского рынка, вовлечения в систему рыночных отношений крестьянских хозяйств. Раскрывая ошибочность позиций своих оппонентов, Ленин обосновывает вывод, что капитализм в России не только возможен, но и фактически уже существует.

В ряде работ обосновывается положение о двух путях развития капитализма в сельском хозяйстве. Аграрный вопрос рассматривается в качестве основного в развитии и оценке перспектив социально-экономической эволюции российского общества.

2. Написанная в годы войны работа «Империализм, как высшая стадия капитализма» — одна из главных в творчестве Ленина. Полемизируя в Р. Гильфердингом и К. Каутским, автор характеризует основные черты капитализма на его империалистической стадии. Главное внимание уделено анализу противоречий. Вырастая из конкуренции, монополия не ликвидирует ее, а, существуя наряду с ней, порождает острые конфликты и катаклизмы. «Империализм «спутывает» со свободной конкуренцией монополию, но устранить обмена, рынка, конкуренции, кризисов и т.д. империализм не может» [100].

Господство монополий ведет к искусственному торможению технического прогресса, к обострению неравномерности развития в разных странах и отраслях.

3. Проблемам переходного периода и становления социализма посвящено несколько работ, статей, записок. Становление социализма предполагает особый переходный период — трансформации буржуазного общества в социалистическое. Рассмотрены вопросы многоукладности, специфики рыночных отношений, взаимосвязи между различными классами и укладами.

В последних работах Ленин выдвинул идеи и положения, представляющие основы экономической модели нового общества — основы теории государственного социализма.

Во всех своих исследованиях и опубликованных трудах В.И. Ленин поддерживал идею универсальности социологического закона, открытого К. Марксом: соответствие между уровнем развития производительных сил и формой общественной организации. Знание этого закона позволяет прогнозировать исход конкурентной борьбы между любыми системами и формациями, дать ответ на вопрос, почему происходят перевороты в производственных отношениях, во всей надстройке над экономическим базисом. Именно поэтому изучение «Капитала» К. Маркса с позиции экономической социологии и экономической психологии имеет непреходящее, исключительно важное значение.

Конечно, нельзя ограничиваться только изучением комментариев к «Капиталу» К. Маркса, которые будут даны ниже, «ибо только обращение к классическим первоисточникам позволит внедриться в мир блестящих идей и выдающихся заблуждений» [77].

Основной экономической труд К. Маркса «Капитал» состоит из четырех томов: первый том — «Процесс производства капитала», второй — «Процесс обращения капитала», третий — «Процесс капиталистического производства, взятый в целом», четвертый — «Теории прибавочной стоимости». Последний том содержит критический обзор экономических теорий, с точки зрения трактовки сущности и форм распределения прибавочной стоимости [224, 225].

Основную цель исследования Маркс видел в выяснении тех законов, которым подчиняются возникновение, существование, развитие и разложение рассматриваемого им социально-экономического организма.

Анализ системы экономических отношений начинается не с богатства (слишком общей категории), а с товара. Именно в товаре, по мысли Маркса, в зародышевой форме заложены все противоречия исследуемой системы.

В первом томе Маркс рассматривает стоимость, лежащую в основе цены; прибавочную стоимость — основу прибыли; стоимость рабочей силы, лежащую в основе ее «цены» — заработной платы. Характеризуются процесс накопления капитала и его влияние на положение рабочего класса.

Второй том посвящен анализу процесса движения капитала, его оборота и кругооборота. Согласно предложенной Марксом схеме воспроизводства рассматриваются условия и пропорции обмена между двумя подразделениями: — производством средств производства и производством предметов потребления.

По словам А. Пигу, Маркс создал основополагающую схему, описывающую взаимосвязь между отраслями, выпускающими средства производства и предметы потребления. В своей таблице «Затраты — выпуск» А. Пигу расширил и конкретизировал схемы воспроизводства, предложенные Марксом.



Рис 2. Марксовы схемы воспроизводства

В схемах простого и расширенного воспроизводства (рис.2) по горизонтали представлены предложение средств производства (I подразделение, равное 6000) и предложение предметов потребления (II подразделение, равное 3000). Вертикальные столбцы отражают спрос на средства производства и спрос на предметы потребления.

Как и отдельный товар, общественный продукт, по Марксу, состоит из постоянного капитала (с), переменного капитала (v — эквивалента стоимости рабочей силы), прибавочной стоимости (m).

Показатели, заключенные в прямоугольники, должны быть реализованы посредством обмена между I и II подразделениями. Пропорции обмена:

$$Ic = I(v + m) \text{ — при простом воспроизводстве;}$$

$II(c + \Delta c) = I(v + \Delta v + m)$ — при расширенном воспроизводстве. Обмен продукцией, на схемах не включенной в прямоугольники, происходит внутри каждого из двух подразделений.

Усложнение состава общественного продукта в условиях расширенного воспроизводства обуславливается тем, что часть прибавочной стоимости в соответствии со сложившейся структурой (отношением постоянного капитала с к переменному v) затрачивается на приобретение дополнительных средств производства и наем дополнительной рабочей силы. Таково обязательное условие накопления, иначе говоря, воспроизводство капитала в постоянно возрастающих размерах.

Согласно марксистской концепции национальный доход есть чистый продукт общества, равный разнице между полной стоимостью произведенного продукта и суммой амортизации, или, при ином счете, сумме стоимости необходимого и прибавочного продукта:

$$\text{НД} = (c + v + m) - c, \text{ или } \text{НД} = v + m.$$

Анализ капиталистически организованного общественного воспроизвод-

ства показывает, что ему присущи *рост органического строения капитала, его усиливающаяся концентрация и централизация и неутолимое стремление к увеличению прибыли*, действующее как *основной закон капитализма*. Совокупность этих факторов обуславливает образование относительного перенаселения и *рост безработицы, относительно понижение оплаты труда и усиление социальной и политической зависимости наемных работников от своих работодателей*. На основании изучения действия этих факторов Маркс сформулировал всеобщий закон капиталистического накопления, сущность которого состоит в том, что рост богатства класса капиталистов сопровождается относительным ухудшением положения рабочего класса и тенденцией к его абсолютному ухудшению. «Чем больше общественное богатство, функционирующий капитал, размеры и энергия его возрастания, а следовательно, чем больше абсолютная величина пролетариата и производительная сила его труда, — писал К. Маркс, — тем больше промышленная резервная армия. Свободная рабочая сила развивается вследствие тех же причин, как и сила расширения капитала. Следовательно, относительная величина промышленной резервной армии возрастает вместе с возрастанием сил богатства. Но чем больше эта резервная армия по сравнению с активной рабочей армией, тем обширнее постоянное перенаселение, нищета которого прямо пропорциональна мукам труда активной рабочей армии. Наконец, чем больше нищенские слои рабочего класса и промышленная резервная армия, тем больше официальный пауперизм. *Это — абсолютный, всеобщий закон капиталистического накопления* [224].

По поводу этого закона вообще и его конкретной формулировки, данной К. Марксом, в частности, было высказано немало критики с многочисленными указаниями на факты, доказывающие, что в развитых капиталистических странах непрерывно улучшается экономическое положение наемных работников, сохраняется незначительным уровень безработицы и укрепляются демократические свободы. Однако подобную критику следует признать либо некорректной, либо сознательно апологетичной, направленной на приписывание капиталистической системе *тех качеств, которых в ней нет*.

Отрицать всеобщий закон капиталистического накопления фактами улучшающейся жизни населения некоторых капиталистических стран, все равно что отрицать закон земного тяготения. Капитализм как абстрактная экономическая система и как общество, в котором эта система занимает то или иное место — совершенно разные вещи.

Маркс исследовал капиталистическую систему, по возможности максимально абстрагируясь от капиталистических отношений изучаемого общества. И он не ставил своей задачей тут же излагать факторы, противодействующие открытому им всеобщему закону капиталистического накопления, о чем он заявил сразу вслед за процитированной выше формулировкой: «Подобно всем другим законам, в своем осуществлении он модифицируется многочисленными обстоятельствами, анализ которых сюда не относится» [224].

Действительно, жизнь большей части населения в развитых промышленных странах, которые в настоящее время принято называть капиталистичес-

кими, сравнительно хорошо налажена и как минимум с конца прошлого века в материальном отношении понемногу улучшается. Но происходит это улучшение *не благодаря* капиталистической, рыночно организованной системе, *а вопреки* ей.

В третьем томе «Капитала» рассматривается процесс распределения прибавочной стоимости, ее превращенных форм между получателями прибыли, процента торговой прибыли, земельной ренты. Показан механизм трансформации стоимости товара в цену производства: в капиталистическом обществе равновеликие капиталы приносят равновеликие прибыли; цены формируются в соответствии с капитальными издержками и средней прибылью. Если товары продаются по ценам производства (а не по их стоимости), то тем самым сохраняется действие закона стоимости в несколько измененном виде.

С трудами и именем К. Маркса связано новое направление в исследовании экономических и социальных процессов. Его экономическая теория социологична, что можно рассматривать как силу марксистской концепции.

Согласно теории К. Маркса *источником дохода является труд*. В создании новой стоимости участвует только один фактор — рабочий, владелец рабочей силы. Остальные виды доходов: предпринимательская прибыль, торговая прибыль, ссудный процент, рента — превращенные формы прибавочной стоимости результат неоплаченного труда рабочих.

Справедливость распределения доходов, по Марксу, в том, что доходы участников трудовой деятельности формируются в соответствии с общественно необходимыми затратами труда на производство товаров. Измерение доли каждого работника производится одной и той же мерой — трудом, что обеспечивает равенство в распределении трудовых доходов. Действует не принцип уравнивания, а принцип равнозначности трудовых усилий. Учитывается как количество труда (отработанные часы), так и качество его (сложный труд сводится к простому труду).

С переходом от частной к общественной собственности достигается в значительной степени равномерное участие всех трудоспособных в создании общественного продукта. При распределении общественного продукта участники производства не вправе претендовать на получение «полного не урезанного продукта труда».

В «Критике Готской программы» Маркс писал, что часть продукта идет на удовлетворение общих потребностей и на обеспечение нужд общества в будущем. Это — прибавочный продукт. На оплату труда и удовлетворение текущих потребностей расходуется необходимый продукт.

Производство прибавочной стоимости — узловое проблема первого тома «Капитала», фундаментальное положение теоретического анализа взаимоотношений двух основных классов: наемных рабочих и капиталистов — собственников средств производства.

1. По Марксу, товар, во-первых, способен удовлетворять потребности людей, т.е. обладает потребительной стоимостью; во-вторых, производится для обмена, способен обмениваться на другие товары, т.е. обладает стоимостью. В основе этого двуединого свойства лежит выдвинутое Марксом

положение о *двойственном характере труда*. В условиях товарного производства труд производителей является, с одной стороны, конкретным трудом, создающим потребительную стоимость, а с другой стороны, абстрактным трудом, создающим стоимость. Труд — создатель стоимости — есть труд не для себя, а для других, для обмена, для продажи на рынке.

2. В основе стоимости товара лежит только один источник, один производственный фактор — труд наемных работников. Все товары являются продуктами человеческого труда. Измерителем ценности товаров служат затраты рабочего времени, причем не индивидуальные, а общественно необходимые, усредненные затраты.

3. Наемный рабочий получает за свой труд заработную плату. Заработная плата покрывает издержки, необходимые для поддержания и восстановления физических и моральных сил, для нормального функционирования работника.

Заработная плата оплачивает не труд, а специфический товар— «рабочую силу». Особенность рабочей силы заключается в том, что она имеет свойство создавать продукт (товар), стоимость которого выше стоимости самой рабочей силы, т.е. того, что необходимо для поддержания жизни рабочего и его семьи.

4. Итак, капиталист, нанимая рабочего, оплачивает его способность к труду и приобретает право заставить его трудиться сверх того времени, которое нужно рабочему для обеспечения некоторого минимума жизненных средств. В результате образуется разница между стоимостью произведенного трудом рабочего товара и стоимостью рабочей силы — заработной платой, оплачиваемой капиталистом в качестве «цены» товара «рабочая сила». Эта разница и представляет собой прибавочную стоимость — часть материализованного в товаре труда рабочего, безвозмездно присваиваемого владельцем предприятия.

Причина эксплуатации, по Марксу, кроется в том, что рабочая сила, как любой товар, имеет два свойства: стоимость и потребительную стоимость. Прибавочная стоимость есть не «вычет из труда рабочего» (как считал Рикардо), а результат эквивалентного обмена. Рабочая сила продается и покупается по стоимости, но ее стоимость, или «цена», ниже, чем стоимость создаваемой ею продукта.

Все обоснование существа рассматриваемого процесса — логическое продолжение и «развертывание» исходных постулатов о двойственном характере труда и двух Факторах товара (рис. 3).

5. Прибавочная стоимость лежит в основе доходов владельцев капитала — предпринимательской прибыли, торговой прибыли, процента.

Критики Маркса считают, что его теория прибавочной стоимости представляет своего рода теоретическую конструкцию, которая не учитывает, что предпринимательский труд, труд по управлению, организации производства также является источником ценности товара, создаст доход. Лежащая в ее основе трудовая (однофакторная) теория стоимости не согласуется с практикой, ибо труд разнороден и отличается не только по затраченному времени, но и по результатам.

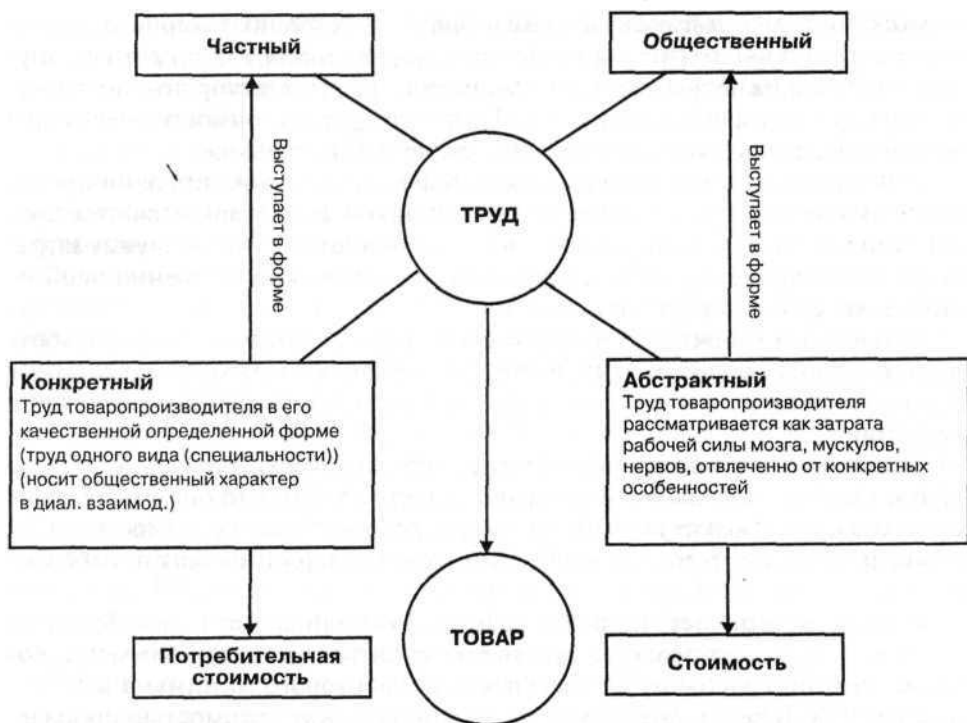


Рис. 3. Схема двойственного характера труда по К. Марксу

К. Маркс считал, что *противоречие* между экономическими интересами буржуазии и пролетариата не подлежит регулированию и ведет к насильственной смене форм экономических и политических отношений. В реальности, как показал опыт развития ведущих капиталистических стран, возможен поиск компенсаторных социальных механизмов, действие которых направлено на согласование (в той или иной мере) экономических интересов и совершенствование экономических отношений существующих классов в русле развертывания научно-технического прогресса.

Объективная необходимость формирования универсальной рабочей силы (профессиональной и мобильной) заставило государство развивать на качественно новом уровне систему высшего и среднего специального образования, профессионального обучения. Необходимость получения более высокой прибыли с наименьшими затратами вынудила работодателей улучшать условия и повышать оплату труда, совершенствовать условия быта, обогащать функциональное содержание труда, стимулировать трудовую (профессиональную, квалификационную, карьерную) мобильность работников, осуществляя рациональную кадровую политику. Очевидно, что К. Маркс не увидел неисчерпаемых возможностей социальных механизмов регулирования экономических процессов, а потому сделал радикально негативный вывод из своего анализа процесса производства капитала в пользу разрушения, в пользу революции [224].

Объективному стремлению капитала максимизировать прибыль, в том числе и за счет экономии на оплате труда наемных работников, что служит основным фактором ухудшения их материального и социального вложения, противодействует прежде всего *организованная борьба наемных работников как экономическая, так революционно-политическая за свое благосостояние*. В прошлом веке в Западной Европе произошло несколько революционных выступлений рабочего класса, между которыми шла непрерывающаяся парламентская и профсоюзная борьба за лучшие условия труда и быта рабочих. Резко повысились права и свободы рабочего класса в Западной Европе и во всем капиталистическом мире под влиянием Великой Октябрьской социалистической революции в России. Социалистическая революция на практике неопровержимо доказала, что современное производство в точном соответствии с выводами марксизма вполне может обойтись без капиталистов, которые поэтому *должны справедливо делиться прибылью со своим наемным миром работниками, если они не хотят потерять немедленно все*.

Апологеты рыночной экономики поспешили воспользоваться фактом кризиса социалистической системы, чтобы убедить обывателей в неизбежности капитализма и неоспоримой эффективности рыночной системы общественного воспроизводства. Но это ложный вывод. *Происходящий кризис социализма означает не вступление мира в эпоху всеобщего капитализма, а лишь рождение новых форм социализма*, адекватных качественно изменившемуся уровню производительных сил: более децентрализованных, менее деспотичных.

Кризис социализма, напротив, принес новые яркие подтверждения справедливости всеобщего закона капиталистического накопления. Действительно, не прошло и двух-трех лет господства нерегулируемых рыночных отношений в России и других странах СНГ, вступивших на путь рыночной экономики, как расцвел пышный букет всех язв капитализма: безработица, понижение оплаты труда за границы уровня прожиточного минимума, продолжительные задержки в выплате заработной платы, финансовые аферы, обнищание населения, рост болезней, смертности, лишение фактических социальных прав, несмотря на провозглашенные демократические свободы, — все то, с чем Западная Европа рассталась в прошлом столетии.

Всеобщий закон капиталистического накопления Маркса является важным идеологическим оружием современного преемника пролетариата — класса наемных работников. Он вооружает наемных работников научным знанием того, что ни отдельно взятый предприниматель, ни весь класс предпринимателей — современный преемник класса капиталистов — *не смогут и не захотят* принимать реальные меры к улучшению положения эксплуатируемых ими работников. Путь к этому один — последовательная грамотно организованная борьба наемных работников за справедливое распределение прибавочной стоимости между трудом и капиталом.

Понимание двойственного характера труда при капитализме постепенно привело к трансформации отношений собственности в странах Западной Европы, США и Японии.

Для современной экономической психологии первостепенное значение имеют ответы на два вопроса. Первый: при каких условиях объективно скла-

дываются экономические отношения собственности, а при каких — отношения владения и пользования. Второй: под влиянием каких факторов изменяются формы собственности (а также формы владения и пользования). Являются ли они результатом воли центральной власти, других субъективных факторов? Или за ними стоят факторы, не зависящие от сознания и воли отдельных людей и общественных групп?

От ответа на последний вопрос главным образом зависит стратегическая результативность экономической политики. *Если собственность — только право, то формы собственности можно устанавливать любые по воле государственной власти*: частную или общественную, акционерную или коллективную, социалистическую или капиталистическую. Если же собственность — экономическое отношение, то формы собственности есть прежде всего результат действия *каких-то* факторов, с которыми власть должна считаться, чтобы не пытаться достичь невозможного. Задачей экономической психологии в таком случае является выяснение того, каковы эти факторы и какие именно формы собственности (а также владения и пользования) им соответствуют.

Марксистская политическая экономия в значительной мере, хотя еще далеко не настолько, чтобы удовлетворить практику, раскрыла содержание основного фактора, формирующего отношения собственности. Называется он способом производства и обмена, или способом присвоения. При этом под присвоением понимаются любые процессы приобретения материальных благ: производство, хозяйствование, освоение природных ресурсов, а также их насильственный захват одними людьми у других. Для классиков марксизма это было настолько ясно, что Энгельс одного из своих современников, который не знал, «что отношения собственности каждой эпохи являются необходимым результатом присущего этой эпохе способа производства и обмена» назвал «одним из невежественнейших людей этого столетия» [407]. Спустя полтора века эта характеристика еще более применима к тем теоретикам и политикам, которые не понимают зависимости форм собственности от способов производства.

Приватизация в современной отечественной экономике объективно не могла привести к ожидаемому «освобождению» субъектов хозяйствования от государственного влияния, а надежды на полную «самостоятельность» изначально носили иллюзорный характер. *Проблема состоит не в искусственном разномножении форм и видов негосударственной собственности, а в организации научно обоснованного взаимодействия полного (государства) и неполных собственников при совершенствовании механизмов контроля со стороны конституирующего собственника, то есть гражданского общества.*

Метаморфозы форм и видов собственности должны вызревать объективно, соответствуя непосредственно общественным институтам присвоения, и только в этом случае переход количественных изменений в качественные должен фиксироваться государством путем создания адекватных гражданско-правовых норм. В информационном обществе уровень технической оснащенности и информационного обеспечения каждой личности не позволят государству быть вне общественного и личностного контроля, а сами функции государства претерпят качественные изменения.

Собственность как категория не случайно действительно должна быть базовой как в экономической психологии, так и в экономической теории, хотя в зарубежных исследованиях, прежде всего австрийских, в борьбе с теорией трудовой стоимости К. Маркса маржиналисты (экономические психологи) (*marginal* — предельный) пытались базовой категорией сделать поведение потребителя [62].

Так же Дж. Нейман и О. Моргенштерн выдвинули в общем верное предположение о том, что люди способны оценивать предпочтение одних благ другим и постоянно делают это. Однако этот путь не обещал маржиналистам положительного решения их проблемы. Тот факт, что одно благо для человека предпочтительнее другого, еще не даст ему оснований говорить, насколько оно предпочтительнее [248].

Настоящие ученые, проверяющие свои теории их соответствием практике, в этой ситуации признали бы ошибку. Но маржиналисты относятся к тому роду ученых, которые считают, что если теория не соответствует фактам, тем хуже для фактов. Для того чтобы спасти свою гипотезу, они встали на путь фальсификации экономической действительности. Инструментом фальсификации стала изобретенная маржиналистами некая абстрактная категория, названная «кривой безразличия». Совокупности кривых безразличия маржиналисты называли «картами безразличия», которые по своей экономической и политической роли очень напоминают крапленые карты известного рода игроков [48].

Рассмотрим ряд определений в известных трудах, где отражена маржиналистская концепция, показывающая, что такое так называемая **кривая безразличия**.

«Кривая безразличия представляет собой совокупность потребительских наборов, которые обеспечивают одинаковый уровень удовлетворения потребностей. Следовательно, потребитель безразличен к выбору наборов, представленных точками на кривой», — так определяет это понятие С.П. Богачев [48]. «Кривые безразличия показывают множество потребительских пар, выбор среди которых безразличен для потребителя. Другими словами, все потребительские пары на кривой безразличия обеспечивают потребителю одинаковый уровень полезности».

«Кривые безразличия демонстрируют все возможные комбинации продуктов, *A* и *B*, дающие потребителю равный объем удовлетворения потребности, или полезности» [49].

С.П. Богачев определяет кривую безразличия как графическое отображение набора безразличия, т.е. «набора вариантов потребительского выбора, каждый из которых приносит один и тот же уровень удовлетворения. В силу этого ни один вариант не имеет предпочтения перед другим» [49].

В работе Ф. Котлера [191] кривая безразличия формулируется как «кривая, представляющая собой геометрическое место точек сочетаний двух благ, которые безразличны для индивида».

При критическом экономико-психологическом анализе возникает недоумение, почему ни в одном научном труде *нет удовлетворительного описания* этого, судя по мнению авторов, широко распространенного феномена. Вот что предлагается ими в качестве его практических проявлений.

СП. Богачев приводит следующий пример равенства полезностей различных наборов предметов питания и одежды: набор $A=20+30$, $B=10+55$, $C=40+20$. Трудно представить себе, что это за полезности, которые оставляют человека безразличным к тому, сколько их у него имеется: 50, 65 или 60 единиц. Это тем более непонятно, что автор знает и специально оговаривает, что нормальные люди при прочих равных условиях предпочитают большее количество благ меньшему [48].

Пример К. Макконнела и С. Брю [219] еще парадоксальнее, по их мнению, могут быть равно полезными и поэтому безразличными наборы $12+2$, $6+4$, $4+1-6$ и $3+8$ (неважно чего). Им следовало конкретизировать, какие именно блага могут быть равно полезны в таких комбинациях.

Дж. Эванс и Б. Берман в отличие от других авторов дают название сочетаемым благам. Но от этого пример из странного превращается в нелепый. Невозможно себе представить нормального человека, которому был бы равноценен выбор из корзин с такими наборами мяса и сыра: $8+3$, $6+4$, $5+5$, $4+7$, $3+10$. Даже в арифметическом отношении свойства функции полезности, которые оговариваются в предлагаемой российскому читателю маржиналистской литературе, не позволяет этим наборам находиться на одной кривой безразличия.

И совсем уж юмористически воспринимается допущение, «что потребителю все равно, съесть ли 3 гамбургера, запив их одной бутылкой пепси-колы, или съесть один гамбургер, запив его тремя бутылками пепси-колы». Очевидно, что такая комбинация может быть результатом выбора лишь двух людей, а если одного, то в разное время: первый раз голодного, второй — с похмелья.

Юмор — один из кратчайших путей к истине. Именно этот пример заставляет усомниться в том, что теория кривых безразличия, которая подается всеми рыночными теоретиками как очевидная, соответствует реальности.

Нобелевскому лауреату Г. Беккеру (G. Becker) эта мысль, видимо, тоже приходила в голову, но он посчитал, что давать ответ на него — слишком мелкое и грязное дело для «чистого» теоретика. По его мнению, «специалист в области чистой экономической теории теряет способность утверждать, что, например, такие-то и такие-то обнаруженные им возможности или опасности для экономики существуют или не существуют в реальном мире в такое-то время. Он вынужден отложить этот вопрос до специально исследования» [426].

Иначе говоря, рассматриваемые им кривые безразличия являются вымышленными, фиктивными, которые могут что-либо означать, а может быть, и ничего не означают. Как говорил один знаменитый «лектор по пространению», «науке это неизвестно, наука пока не в курсе дела».

Между тем «специально исследовать» в данном случае слишком много и долго не требуется. Достаточно попытаться найти несколько реальных примеров, соответствующих определению кривой безразличия, чтобы обнаружить, но *таких примеров нет*. А знание природы человеческих потребностей дает основание утверждать, что *их и быть не может*.

Дело в том, что сам факт наличия потребности предполагает *отсутствие безразличия*. В свою очередь, *безразличие означает отсутствие потребности*,

а значит и выбора. Люди могут испытывать безразличие не к тем или иным комбинациям благ, а к тем или иным благам как таковым. Причиной этому служит субъективное представление каждого человека об отсутствии для него пользы от обладания некоторыми благами.

Если человек равнодушен к чему-либо: ананасам или морковным котлетам, шляпам или смокингам, машине или драгоценностям, другим вещам, — то он равнодушен и к *любым их сочетаниям*. Если же он нуждается в них, то в конкретных соотношениях, определяемых его разумными потребностями. Количества мяса и сыра, брюк и пиджаков, закусок и напитков определяются физиологическими и общественными условиями потребления, точно так же, как количества сырья и оборудования, капитала и рабочей силы определяются технологическими и иными общественными условиями производства.

Человек может быть равнодушен, а следовательно относиться безразлично к некоторым благам-заменителям. Так, ему может быть все равно, пить чай или кофе, кушать бифштекс или котлету, ездить на «Москвиче» или «Мерседесе». Но соотношения этих заменителей являются однозначными, позволяющими на графике получить лишь одну точку, а если множество точек, то только в виде биссектрисы прямого угла. Потому что если вместо одного бифштекса человек может удовлетвориться одной котлетой, то два бифштекса ему заменят две котлеты, три бифштекса — три котлеты и т.д.

Итак, чувство безразличия не дает оснований для того, чтобы его изображать на графике кривой линией. Практически нельзя найти хотя бы двух благ, безразличных для потребителя в *нескольких* пропорциях, позволяющих составить кривую безразличия. Зато в изобилии можно найти примеры безразличия к двум или более благам в *любых* пропорциях. В сущности, все предметы, которые люди не могут или не умеют приспособить к своим потребностям, безразличны для них в любых соотношениях.

Поэтому никакие математические ухищрения, в том числе трехмерный график Хикса, не могут объяснить существование того, чего нет в человеческой природе, — безразличия людей к распределению благ, удовлетворяющих их потребности. Что касается благ, действительно безразличных для человека, то есть имеющих нулевую полезность, то они безразличны в любых пропорциях и сочетаниях, следовательно, их «геометрическое место точек» представляет собой *не линию, а плоскость*. Например, для человека непьющего и с отличным зрением безразлично любое сочетание количества бутылок водки и очков — от нуля до бесконечности.

Но если не существует в действительности ничего, что служило бы основанием для категорий кривых и карт безразличия, то любые теории, выведенные из этих понятий, становятся пустыми абстракциями, свободной игрой ума (или безумия?), отвлекающей общественное сознание от реальных фактов и проблем экономики.

В сущности, теория поведения потребителей сродни «учениям», основанным на представлениях о существовании чертей, кикимор и прочей нечисти. Ведь на основании таких предьявлений тоже можно создавать теории и — тоже с применением математики. Например, произвести расчет, сколько чертей

может поместиться на церковном куполе. Как известно, в средние века подобные теории не были редкостью.

Таким образом, *теория поведения потребителей, основанная на понятии кривых безразличия, является фикцией*. Почему она тем не менее существует не только в течение длительного времени, но и в качестве «основного течения», тоже известно. Со времен Ж.-Н. Сэя умаление вплоть до полного отрицания роли труда в экономике стало центральной задачей теоретиков, выражающих интересы представителей капитала.

Капитал все еще силен. Его избыточное богатство позволяет привлекать на защиту своих интересов и часть российских теоретиков, прежде всего элитарных московских вузов. В результате создалось впечатление победы рыночных теорий и в российской науке. Но это впечатление ложное. Даже на западе, где для господства этих теорий существовали благоприятные экономические условия в виде распространения вширь и вглубь рыночных отношений, они подвергаются все усиливающейся критике. В России же, где рыночные отношения не являются и теперь уже никогда не станут господствующими, рыночные теории могут занять лишь скромное место в фундаментальной экономической науке в качестве одного из ее разделов, который в соответствии с ее содержанием правильнее было бы назвать *теорией предпринимательства*, или еще уже — *теорией предпринимательского выбора*.

Как известно, справедливость любой теории проверяется практикой. Пока теория поведения потребителя излагается на абстрактном уровне и читатель, оглушенный формальной математической логикой, неспособен вникнуть в существо вопроса, ей удастся выглядеть достаточно солидно. Но как только на ее основе кто-нибудь берется решать практические задачи, вся ограниченность, если не нелепость ее инструментария, выступает наружу.

Надо заметить, что авторы учебников обычно избегают постановки практических экономических задач, ограничиваясь абстрактными математическими манипуляциями с функцией полезности $U=f(q_i)$ и производственной функцией $Qf(L, K)$.

Что касается производственной функции, то конкретные величины ее переменных практически могут быть найдены посредством анализа статистических рядов за прошедший период. Такой способ годится для решения некоторых задач при условии неизменной технологии, организации и социальных отношений. При изменении последних производственная функция, очевидно, меняется и расчеты, основанные на статистически полученных коэффициентах, могут привести к серьезным ошибкам при принятии решений.

Но если производственная функция все-таки имеет ограниченно полезный характер, то этого нельзя сказать о функции полезности

$$MU = d(TU) / d Q.$$

Очевидно, что поскольку общая полезность TU не имеет иной единицы измерения, кроме фантастических ютилей, определить количественно предельную полезность MU в принципе невозможно. Единственно приемлемым

выходом является допущение, что цена товара и есть практическое выражение его полезности. К такому решению, в частности, склонялись Маршалл и Хикс. Но если согласиться с этим, то зачем и огород городить со всей теорией потребительского выбора? Не практичнее и честнее ли будет определить полезность как функцию цены?

Правда, при этом вновь возникает вопрос, что такое цена, чем она определяется, и вся теория полезности становится совершенно ненужной. Понимая это, но, по-видимому, не желая терять источник своего благосостояния, жрецы экономики нагромождают все новые сложности, пряча за словесной квазинаучной мишурой практическую пустоту теории полезности.

Обращает на себя внимание тот факт, что во всей доступной российскому читателю рыночной литературе нет ни одного примера практического использования функции полезности и кривых безразличия. Лишь С. П. Богачев осмелился подкрепить теоретическое изложение кривых безразличия живым примером. Подробно разъяснив, как при планировании новых моделей машин надо изучать потребительский спрос в зависимости от их технических характеристик и дизайна. Он пишет [48]: «Именно так действовал Ли Якока в компании «Форд» в 1969 г. Якока *верил*, что рынку нужна машина, которая заинтересовала бы состоятельных и независимых молодых американцев. Якока позаимствовал дизайн такой машины у своего товарища по работе Дональда Фрея. Якока и Фрей сконструировали машину своеобразного дизайна, которую можно было бы производить с меньшими затратами, чем другие модные машины...»

Как видно, в этом примере интервьюирование множества потенциальных покупателей с целью «изучения потребительских предпочтений» совершенно не при чем. Решающую роль здесь играют *вера*, основанная, как на опыте, так и на интуиции руководителя компании, и способность произвести продукт, аналогичный имеющимся на рынке, *с меньшими затратами*.

Можно назвать еще два случая применения кривых безразличия безо всякого на то основания. Один из них связан с распределением дохода на потребление и сбережение, другой — с попыткой определить критерии оценки благосостояния. Оба примера показывают, что рыночным теоретикам вообще безразлично экономическое содержание кривых. Легковесность, с которой они применяют категорию безразличия в разных ситуациях, просто поразительна. Похоже, что этой легковесностью и объясняется тайна живучести, в сущности, надуманной теории предпочтения потребителя. Так напористый и самоуверенный оратор способен на какое-то время убедить слушателей в правдивости провозглашаемых постулатов, хотя бы они были ложными.

Рассмотрим в качестве примера, как раскрывается суть теории предпочтения потребителя одним из самых популярных в США авторов учебных курсов «Экономика» К. Макконелла и С. Брю [219].

На рисунке 4 приведены предпочтения потребителя между потреблением в первом и втором периодах времени (неважно, каких, например, годах). По утверждению авторов, «кривая безразличия показывает такое сочетание потребления в двух периодах, которое обеспечивает одинаковый уровень

благосостояния потребителя. Более высокие кривые безразличия предпочтительны по сравнению с более низкими. На данном рисунке представлены две из множества кривых безразличия. Потребитель достигает одинакового благосостояния в точках W, X и Y, но предпочитает им точку Z».

Совершенно неясно, что понимают авторы «Экономикс» под «одинаковым уровнем благосостояния», и понимает ли вообще, что уровень благосостояния никакими кривыми отобразить нельзя? Единственное, что можно показать на данном графике, это объем потребления в случае, если весь доход будет потрачен потребителем в первом периоде, и объем потребления, если весь доход будет потрачен во втором периоде. Соединив эти две точки, мы получим бюджетное ограничение потребителя (рис. 5).

В пределах своего дохода потребитель принимает решение о том, какую его часть направить на потребление, а какую на сбережение. Делает он это на основании как минимум шести объективных и восьми субъективных факторов, считая по Дж. Кейнсу [176]. Среди них стремления образовать резерв, обеспечить сбережения и доход в виде процента, наслаждаться чувством независимости, оставить наследникам состояние, «просто удовлетворить чувство скупости».

При этом решение принимается не однократно на весь период от получения дохода до новой порции дохода, а практически каждый день и даже по несколько раз в день в зависимости от наличия информации о возможностях приобретения благ. *Поэтому найти точку А для индивидуального потребителя с помощью кривых безразличия нет никакой возможности, тем более что они существуют только в воображении рыночных теоретиков, так как люди в условиях безразличия не совершают никакого выбора, не принимают никакого решения.*

В действительности точку А на графике можно найти только на основании опроса потребителя *ex post* или весьма приблизительно *ex ante* и только затем провести к ней произвольную кривую, которую никому не возбраняется называть как угодно, в том числе и кривой безразличия.

Для потребителя с другим доходом нужно проводить другую бюджетную линию, спросить его о предполагаемом или сделанном выборе и к найденной точке пририсовывать новую «кривую безразличия». В результате мож-



Рис. 4. Предпочтение потребителя

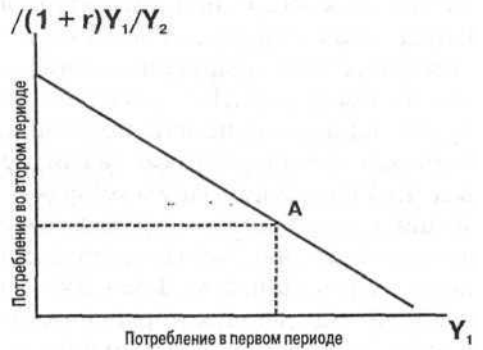


Рис. 5. Бюджетное ограничение потребителя

но получить «карту безразличия», которая, конечно же, будет обладать иными свойствами, чем изобретенная маржиналистами.

Чрезмерное увлечение математикой при минимальном интересе к общественному содержанию экономических явлений представляет специфическую особенность маржиналистских теорий. Она выражается в том, что творцы этих теорий стремятся привязать к изобретаемому ими математическому аппарату экономическую действительность, а не наоборот. Но понять общественные, точно так же, как и природные, явления без проникновения в их сущность, без понимания их внутренних закономерностей невозможно. В результате экономические положения маржиналистов оказываются если не ложными, то весьма поверхностными.

Для маржиналистских теорий характерно, что они тем сильнее облачаются в наукообразную фразеологию, чем более являются банальными или просто пустыми. Эта особенность наиболее ярко проявляется в теории поведения потребителя, основанной на понятии кривых безразличия. В действительности первичны бюджетные ограничения и выбор. *Л «кривые безразличия» это произвольные кривые, проведенные через точку статистически выясненного или вероятного потребительского выбора.*

Как было отмечено, ни маржиналисты, ни другие «чистые» теоретики, получившие нобелевские премии за спекуляции с кривыми безразличия, то ли не сумели, то ли не захотели исследовать их экономическую природу. Попробуем объяснить ее средствами экономической психологии.

Исследуя феномен выбора благ потребителем, психолог имеет дело с распределением случайных величин. Это значит, что выбор сочетаний двух благ на бюджетной линии дает некоторое распределение точек предпочтения. При этом частота одинакового выбора в разных точках предпочтения будет неодинаковой.

Если спросить человека (можно самого себя), скажем, сто раз в различных случайных ситуациях, какое сочетание гамбургеров и пепси-колы он предпочитает, ответы, очевидно, будут неоднозначные. В одном случае *это* будет 1 гамбургер и 1 кола, в другом 2 и 1, в третьем (на голодный желудок) 5 и 1, в четвертом (наутро после банкета) 3 колы и ни одного гамбургера и т. д. В результате сложится некоторое распределение точек выбора благ, которое можно изобразить в виде геометрического места точек, показывающих частоту того или иного выбора.

Если подобный вопрос задать одновременно сотне случайно отобранных людей, то, несомненно, тоже получится некоторый разброс ответов (в зависимости от степени их голода и жажды, а также от их отношения к вкусу гамбургеров и пепси-колы), который тоже можно изобразить в виде кривой или диаграммы (рис. 6).

На графике распределение частоты выбора неизбежно примет форму кривой той или иной конфигурации. Пик этой кривой будет соответствовать точке наиболее частого выбора *ex post* или наиболее вероятного *ex ante*. При желании кривую распределения можно перевернуть путем переворачивания шкалы частоты выбора, считая 0 в точке *Z* и максимум в точке *B*.

Правомерен вопрос, зачем это нужно? Экономистам это вовсе не нуж-

но. Но любителям математики может пригодиться. В данном случае это нужно для того, чтобы придать какой-то смысл кривым, которые маргиналисты неправомерно называют кривыми безразличия.

Если эту перевернутую кривую распределения частоты выбора поместить вершиной в точке наиболее частого выбора (А), то остальные точки кривой покажут частоту выбора в каждой точке бюджетной линии.

Ноли величины случайного выбора распределяются между точками В и С с максимальной плотностью в точке А, то можно показать на этом графике распределение плотностей точек сделанного выбора количества полезностей Х и Y, или вероятностей частоты их выбора в плановом периоде.

Кривая будет касаться бюджетной линии в точке А, но не она определяет местоположение этой точки. Напротив, точка А задаст место касания бюджетной линии с перевернутой кривой распределения.

Таким образом, то, что маргиналисты трактуют как «кривую безразличия», на самом деле есть перевернутая кривая распределения вероятностей выбора двух полезностей. Конкретные формы этих кривых, очевидно, можно рассчитать только по результатам опроса потребителей или статистики потребления, но не абстрактно с помощью каких бы то ни было математических формул, а на основе серьезного маркетингового экономико-психологического исследования [232].

Вполне очевидно, что потребительский выбор и кривая безразличия не могут претендовать в методологическом плане на то, чтобы стать базовыми категориями экономической психологии, центральной и основной категорией является собственность.

Механизм возникновения и субординации экономических отношений собственности, владения и пользования заключается в следующем.

Сначала некоторой группой людей захватываются (мирно или силовым путем) природные ресурсы на определенной территории и в дальнейшем охраняются от их захвата другими группами. В результате эта группа как субъект присвоения ресурсов посредством их захвата и охраны по отношению к другим группам становится фактическим собственником ресурсов, что фиксируется и закрепляется правом [277, 278].

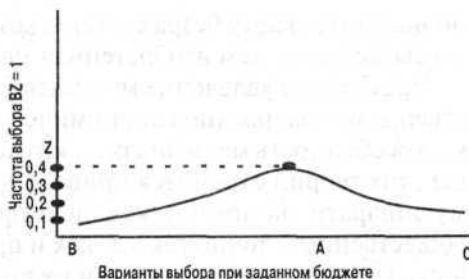


Рис. 6. График распределения вариантов выбора

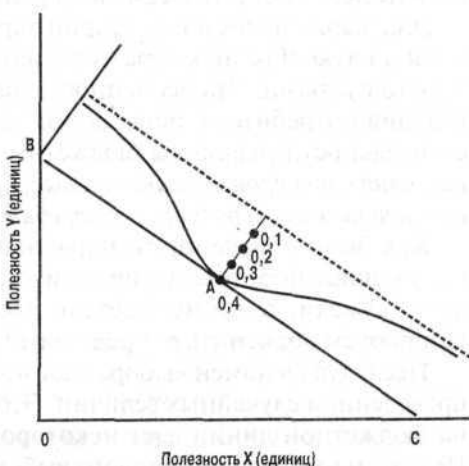


Рис. 7. Кривая распределения потребительского выбора

Затем на захваченной территории отдельные лица или группы лиц осуществляют хозяйственную деятельность. Разумеется, это может происходить только с согласия собственника и на условии удовлетворения определенных интересов собственника. Тем самым *субъекты использования природных ресурсов, уже являющихся чьей-то собственностью, не могут быть их суверенными собственниками*. Они могут быть только собственниками второго сорта, ограниченными собственниками, которых в экономической практике принято называть владельцами. Соответственно, отношение между владельцем и собственником называют владением. Если величина ресурсов, захваченных собственником, позволяет передать их для использования нескольким владельцам, то между самими владельцами по поводу используемых ресурсов складываются отношения, близкие к отношениям собственности, вплоть до взаимной торговли ресурсами. Но это только квазисобственность, так как возможности владельцев ограничены правами, установленными собственником.

Наконец, ресурсы, находящиеся в собственности субъекта первичного присвоения (посредством захвата) и вторичного присвоения (посредством хозяйствования), в той мере, в какой они непригодны или излишни для хозяйствования, могут быть пригодны для удовлетворения людьми личных потребностей в жизненных средствах или организации досуга. Таковыми являются грибы и ягода, рыба и звери, другие дары природы, а также жилища, которые люди не в состоянии купить у их собственника, но который, в свою очередь, нуждается в рабочей силе для осуществления своего процесса хозяйствования. В результате между собственниками или владельцами благ, с одной стороны, и людьми, которые пользуются ими в порядке удовлетворения личных потребностей, с другой, складываются отношения пользования. При этом пользователи по отношению друг к другу выступают как собственники объектов пользования. Они могут торговать собранными дарами природы, сдавать в наем жилье, полученное от собственника в свое пользование, если, конечно, это не противоречит интересам настоящего собственника.

Если не знать всех этих фактов или игнорировать их, абстрагироваться от них, то не запутаться в этой сложной системе отношений присвоения и не примитизировать их невозможно. Именно результатом такой примитивизации являются разнообразные попытки экономических психологов в качестве центральной и базовой категории рассматривать экономическое поведение, кривые безразличия, эффективный спрос, денежно-кредитные отношения, стимулирование инвестиций, рациональные ожидания, саморегулирующиеся хозяйства, институциональные отношения и т.д. [277, 278].

Трансформация отношений собственности имеет свое любопытное, а для России перспективное значение. На смену частной и коллективной формам собственности приходит *личная собственность*. Что это за форма собственности? По обобщениям В.Л. Иноземцева, она «характеризуется прежде всего соединенностью работника со средствами труда и вынесением экономических отношений за рамки непосредственного процесса производства». (См.: *Иноземцев В.Л. Личное против частного? (Размышления о путях трансфор-*

мации отношений собственности) // Общество и экономика. 1997. № 9—10.) Но это стало возможным в постиндустриальном, информационном, «постэкономическом» обществе, в результате «социохозяйственной трансформации». Личная собственность — это собственность на знания и информацию человека, отделенного от участия в процессе производства в силу автоматизации последнего, он его обслуживает интеллектом» [277].

При этом важно подчеркнуть особенность эволюционного подхода от ESOP модели к новой — «личной собственности». Отметим основные принципы этой трансформации. Это — «...обострение дихотомии между частной и личной собственностью на фоне роста значения и роли ее коллективных форм», «собственность возникает как личная, а *собственность коллективная становится средой ее развития*», «перспективой развития данных отношений представляется становление системы, основанной на доминировании личной собственности на фоне широкого распространения собственности коллективной» (Иноземцев В.Л. Личное против частного? (Размышления о путях трансформации отношений собственности) // Общество и экономика. 1977. № 9—10.) В результате образуется новая структурная единица — «креативная корпорация», где ее члены являются не наемными работниками, а партнерами ее основателей и владельцев; основной целью «креативной корпорации» является формирование экономического мышления, направленное на сбалансированное развитие материальных и духовных потребностей.

Коротко отметим еще одну особенность современной трансформации отношений собственности. Она идет по двум главным направлениям: 1) интенсивное развитие (особенно в США) малого и среднего, а также семейного и надомного бизнеса. Так, если в 1970 г. 500 крупнейших компаний производили 20% ВВП США, то к 1997 г. этот показатель сократился до 10%; американский экспорт на 50% состоит из продукции компаний, в которых занято 19 и менее работников. В 1985 г. в домашних условиях работали 20,7 млн. автономных специалистов и предпринимателей (В. Иноземцев, Т. Шанин). Это ренессанс О. Тоффлера, описанный в известном «электронном коттедже». Или возьмем современную модель «народного предприятия» С. Федорова, которую он отстаивал и пропагандировал, исходя из своего опыта. Никакой закон «О народных предприятиях» не может решить проблемы [338]. (См.: Федоров С, Посохин С. Страну спасут нетривиальные решения // Независимая газета. 1999. 2 февраля.) Вспомним в этой связи наши артели, кооперации, кооперативы, надомные работы и т.п.; 2) превращение концернов в интегральных экономических собственников, формирование (особенно в Японии) «макроэкономических собственников», «народнохозяйственных собственников», образующихся вокруг «самоновейших полюсов роста» (В. Корняков). Это — нечто вроде нашего «Газпрома» или концернов времен нэпа. Одним словом, идет развитие разных форм собственности, включая государственную (смешанная экономика). Но и в ней, как мы видим, появляется ассоциированный собственник, сопричастный к использованию капитала [338].

По результатам опроса на одном из предприятий г. Калуги (со смешанной формой собственности, т.е. часть акций принадлежит администрации

области и города, а большая доля — частным лицам), где мы начали проводить эксперимент по внедрению корпоративного управления, выявлена следующая мотивация работников. На вопрос: «Как вы считаете, какая из форм собственности все-таки является наиболее эффективной для России?» — 63% отдали предпочтение коллективной, точнее личностно-коллективной, т.е. выразили желание иметь право на часть собственности. А вот быть наемным рабочим у хозяина выразили желание лишь 7%, у государства — 25%, стремление же стать единоличным хозяином — 3% опрошенных. По данным В.П. Познякова, идеалом большинства россиян является «социальное государство», в основе которого лежит не индивидуальная свобода, а идея «солидарности как общего дела». Большинство выступает за смешанную экономику, за активную роль государства в регулировании рыночных отношений, за личностно-корпоративную форму собственности [265].

Перспективным направлением экономико-психологических исследований является более глубокий анализ личностных особенностей, связанных с предпочтением различных форм собственности и видов экономической деятельности. В частности, необходимо уточнить роль таких особенностей, как ценностно-мотивационные свойства личности. Крайне интересным представляется более глубокое изучение тендерных особенностей деловой активности субъектов и, в частности, партнерских взаимоотношений в деловой сфере. В качестве самостоятельного направления дальнейших исследований следует отметить необходимость продолжения отечественных разработок в области мотивации изобретательской деятельности прорывных технологий и «ноу-хау» с выработкой критериев охраны интеллектуальной собственности, когда нематериальные активы могли бы признаваться в качестве акционерного капитала, что предотвратит как «утечку мозгов» из России, так и частично вывоз капитала и прибылей от неохраямемой государством личной интеллектуальной собственности [27].

Важным направлением в подготовке специалистов гуманитарного профиля (менеджеров, психологов, экономистов, юристов) является формирование у них экономического мышления, которое предполагает инициативу в труде, предприимчивость, высокую ответственность, творческий поиск путей, ведущих к наилучшему решению экономических задач, хозяйственному результату при наименьших затратах.

2.2. Экономико-психологические проблемы инновационных стратегий научно-технического развития и охраны интеллектуальной собственности

*Экономична мудрость бытия
Все новое в нем шьется из старья.*

В. Шекспир

Повышение научно-технического уровня любого государства в мировом разделении труда определяется генерированием знаний и принципиально новых технических идей, возможностями по охране интеллектуальной собственности и внедрением принципиально новых технических новшеств в конкурентоспособные изделия (товары) [314].

Жизненный цикл товара описывает динамику объема продаж товара на рынке, размер получаемой при этом прибыли, характер действий потребителей и конкурентов, а также стратегию маркетинга изготовителя, начиная с появления товара на рынке и заканчивая снятием товара с производства (уход фирмы с рынка).

Типичный жизненный цикл товара (ЖЦТ) на рынке можно представить следующим отрезком (рис. 8).

Жизненный цикл товара включает в себя следующие стадии или этапы:

1. Стратегический маркетинг. 2. НИОКР. 3. Организационно-технологическая подготовка нового производства (ОТПП). 4. Производство. 5. Подготовка товара к функционированию. 6. Эксплуатация и ремонты. 7. Утилизация товара. После утилизации отработанного изделия его функции выполняет изделие следующего поколения, реализуется процесс развития по спирали.

Анализировать ЖЦТ необходимо для установления рациональности и пропорциональности распределения ресурсов по стадиям жизненного цикла, продолжительности работ на этих стадиях и нахождения резервов ресурсосбережения. Статистика показывает, что по продукции машиностроения эксплуатационные затраты за нормативный срок ее службы (сумма затрат на стадиях 5, 6 и 7) до 30 раз превышает производственные затраты (сумма затрат на стадиях 1—4) [].

Анализ структуры затрат за ЖЦТ показывает, что за 10 лет эксплуатации отечественного автомобиля затраты в этой сфере примерно в 20 раз больше производственных затрат. Одновременно затраты на маркетинг и НИОКР автомобиля составляют 0,3% от совокупных затрат за ЖЦТ. В результате качество и комфорт наших автомобилей не соответствуют мировым достижениям. Чтобы обеспечить конкурентоспособность автомобилей, необходимо увеличить долю затрат на маркетинг и НИОКР.



Рис. 8. Жизненный цикл выпускаемых изделий (товаров)

В условиях развития конкуренции и реализации концепции маркетинга продолжительность ЖЦТ сокращается. Например, средняя продолжительность стадий маркетинга и НИОКР по вычислительной технике, в США, сократилась с 33 месяцев в 1981 г. до 10 в 1991 г., а продолжительность их выпуска (срок жизни) — с 88 до 12 месяцев. Это вынуждает фирмы значительно повышать качество стратегических планов.

По американской статистике, потери на последующих стадиях жизненного цикла объектов из-за низкого качества принятых решений на ранних стадиях жизненного цикла находятся примерно в следующей пропорции:

1:10:100:1000, где 1 — доллар, «экономленный» на стадии разработки; 10 — потери в долларах на стадии освоения объекта; 100 — потери на стадии производства; 1000 — потери на стадии эксплуатации.

Описанная кривая жизненного цикла изделия является традиционной, но не всегда имеет такой вид. На этапе насыщения объем реализации товара стабилизируется. На этом этапе фирма начинает испытывать затруднения на рынке, так как изделие теряет конкурентоспособность и вытесняется с рынка более качественными товарами. Начинается спад. Для «возрождения» товара на рынке, кроме чисто маркетинговых мероприятий, фирма может провести модификацию изделия. Модификация может быть произведена по трем направлениям: улучшение качества, усовершенствование технико-экономических характеристик, изменение внешнего вида изделия (стиля, модели, дизайна и т.д.). В этом случае кривая на этапе насыщения будет иметь вид волны (несколько «горбов», или экстремумов, чье число зависит от количества модификаций).

Однако не всегда зрелые товары могут быть оживлены и цикл их жизни на рынке продлен. Исчезают потребности, происходит моральное старение потребностей, разрабатываются лучшие, более современные и в то же время более дешевые изделия. Изменяются стратегия и положение фирмы на рынке. Также маркетинговые усилия могут не окупиться, что еще больше

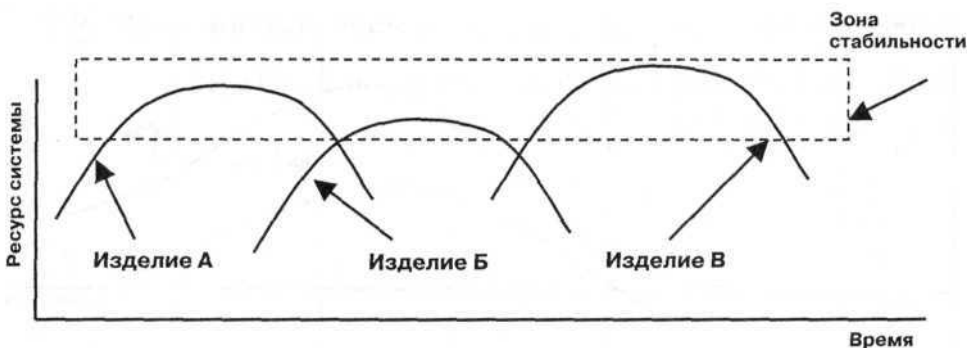


Рис. 9. Инновационная стратегия внедрения жизненного цикла товара

ухудшит финансовое положение предприятия. При этих условиях фирма должна снять товар с производства.

Любая организация, которая хочет долго и успешно функционировать на рынке, должна учитывать закон развития. Это объективный закон и выполняется независимо от того, знает о нем организация или нет. Он формулируется так: *каждая материальная система стремится достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождении всех этапов жизненного цикла* [].

Закон развития опирается на ряд принципов: инерции, эластичности, непрерывности и стабилизации.

Принцип стабилизации состоит в том, что система стремится к стабилизации диапазона изменения потенциала системы (рис. 9).

Стабилизация осуществляется включением новой продукции в деятельность организации. Не дожидаясь спада продукции А, необходимо включить в деятельность организации новую продукцию Б, а затем аналогично продукции В и т.д. Главным фактором, определяющим долгосрочные рыночные перспективы, является наличие у фирмы творческого задела в области НИР и ОКР, что позволит ей выйти на рынок в ближайшее время с новым товаром параллельно со снятием базового изделия.

При построении жизненного цикла изделия трудность представляет определение временных параметров этапов. Для решения этой проблемы можно установить фиксирующие точки, отделяющие один этап цикла от другого.

Основные этапы жизненного цикла изделия

Этапы	Фиксирующая точка	
	Начало этапа	Окончание этапа
1. Разработка изделия 2. Освоение производства 3. Первый этап производства 4. Модернизация изделия 5. Второй этап производства	Выдвижение научной идеи. Создание опытного образца. Выход производства на проектную мощность. Выдвижение научной идеи по созданию нового изделия. Достижение планового объема производства модернизированного изделия.	Создание опытного образца. Выход производства на проектную мощность. Выдвижение научной идеи по созданию нового изделия. Достижение планового объема производства модернизированного изделия. Создание опытного образца нового изделия.
6. Ликвидация изделия	Создание опытного образца нового изделия.	Обеспечение ремонтно-эксплуатационных нужд наличного парка базовых изделий.

Задачи, принципы и этапы НИОКР

Основными задачами научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) являются:

- получение новых знаний в области развития природы и общества, новых областей их применения;
- теоретическая и экспериментальная проверка возможности материализации в сфере производства разработанных на стадии стратегического маркетинга нормативов конкурентоспособности товаров организации;
- практическая реализация портфеля новшеств и инноваций.

Научный результат — это новые, достоверные средства и методы получения знаний и новые пути их использования в практической деятельности, т.е. результат умственного труда, обладающий новизной (теории, гипотезы, систематизации, изобретения и др.). Новые научные результаты появляются в результате проведения НИОКР. Для этой работы нужен заказчик, который будет заинтересован в результатах.

Основными принципами НИОКР являются:

1. Выполнение:

1.1 научных подходов (системный, маркетинговый, функциональный, воспроизводственный, интеграционный и т.д.),

1.2 принципов (пропорциональность, непрерывность, параллельность, прямоточность, ритмичность),

1.3 функций (стратегический маркетинг, планирование, организация процессов, учет и контроль, мотивация, регулирование, координация),

1.4 методов менеджмента (анализа, прогнозирования, административные, экономические и др.)

при решении любых проблем, разработке рациональных управленческих решений. Количество применяемых компонентов научного менеджмента определяется сложностью, стоимостью объекта и другими факторами.

2. Ориентация инновационной деятельности на развитие человеческого капитала.

НИОКР подразделяются на следующие этапы работ:

- фундаментальные исследования (теоретические и поисковые);
- прикладные исследования;
- опытно-конструкторские работы;
- опытные, экспериментальные работы, которые могут выполняться на любом из предыдущих этапов.

Фундаментальная наука выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области. Но вероятность положительного выхода фундаментальных исследований в мировой науке составляет лишь 5%. Это, с финансовой стороны, не потянет ни одна отрасль, поэтому фундаментальные исследования, как правило, финансируются из бюджета государства на конкурсной основе.

Прикладные исследования ставят своей целью решение технической проблемы, уточнение неясных теоретических вопросов, получение конкретных научных результатов, которые в дальнейшем будут использованы в опытно-конструкторских работах (ОКР).

Опытно-конструкторские работы ОКР)— завершающая стадия НИОКР. Целью ОКР является создание (модернизация) образцов новой техники, которые могут быть переданы после соответствующих испытаний в серийное производство или непосредственно потребителю. На стадии ОКР производится окончательная проверка результатов теоретических исследований. Любая разработка включает в себя: 1. Техническое задание; 2. Техническое проектирование; 3. Разработку эскизного технического проекта в конструкторской и рабочей документации; 4. Изготовление технических образцов. Вероятность получения желаемых результатов повышается от НИР к ОКР (от 85–90% до 95–97%).

Изобретением признается новое и обладающее существенными отличиями техническое решение задачи в любой области народнохозяйственной деятельности, дающее положительный эффект. Права авторов защищаются на основе критериев охраноспособности: 1. Наличие технического решения задачи; 2. Наличие новизны; 3. Наличие существенных отличий; 4. Положительный эффект; 5. Технический уровень; 6. Промышленная применимость. Оформление прав на изобретение осуществляется путем получения авторского свидетельства или патента [314].

На рисунке 10 представлена блок-схема элементов (стадий) научно-технического прогресса (НТП), которая состоит из двух взаимосвязанных почти зеркально отражающих друг друга потоков, составляющих *производственный и потребительский аспекты* НТП и обеспечивающих *суммарный сбалансированный распределенный экономический эффект*. Научно-техническим прогрессом в его народнохозяйственном или воспроизводственном понимании является только завершенная (т. е. реализованная в конечной эффективности) система показанных в схеме блоков (стадий). Отдельные части этого комплекса могут носить «родовое» название НТП только в том случае, если они являются и рассматриваются как *ступени полностью реализованного цикла, который завершен структурным сдвигом в производстве и потреблении, а также полученным конечным экономическим эффектом* [149, 179, 285].

Финансово-экономическое благополучие субъекта производственно-предпринимательского сектора экономики определяется его положением в иерархии научно-технологического пространства. В то же время на фоне этой, казалось бы, аксиомы происходит свертывание отечественного производства наукоемких видов продукции, деградирует технологическая структура промышленности, падает спрос на научно-техническую продукцию как со стороны государства, так и негосударственного сектора. По данным центра исследований и статистики науки Миннауки России и РАН, не более 5% отечественных и промышленных предприятий в настоящее время (в конце 80-х годов — 60–70%) осуществляют разработку и освоение технологических новшеств. Патентная активность, а это одна из основных составляющих инновационного потенциала предприятия, также снижается. Если в 1993 году было подано 32,5 тыс. заявок на патенты, то в 1996 году — лишь 16,5 тыс. [27]. В такой ситуации российские предприятия изначально поставлены в положение аутсайдеров как на мировых рынках, так и на отечественных.

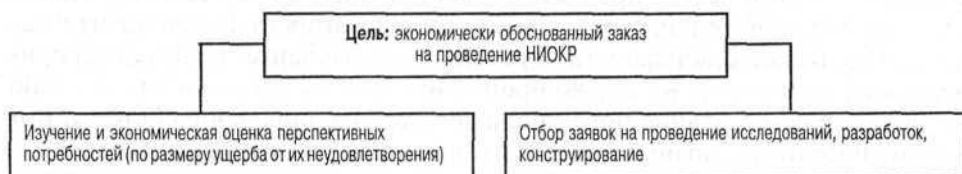
Существенно, что в России наблюдается не только глубокий экономи-

Составные части (блоки) научно-технического прогресса в его конкретном народнохозяйственном проявлении

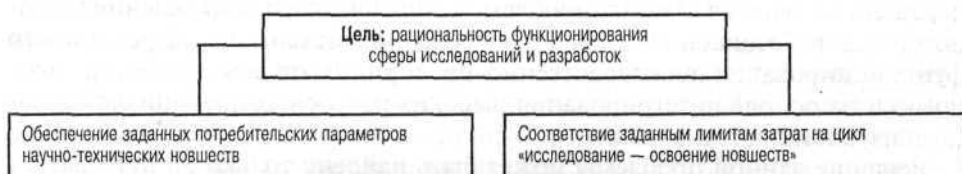
Аспект потребления (потребности)

Аспект производства

I. Порог потребности (выбор приоритетов научно-технических исследований и разработок)



II. Порог потенциальной экономической отдачи (стадия исследований и разработок)



III. Порог рентабельности (стадия инвестиций, производства и распределения)



I. Порог готовности экономики к НТП

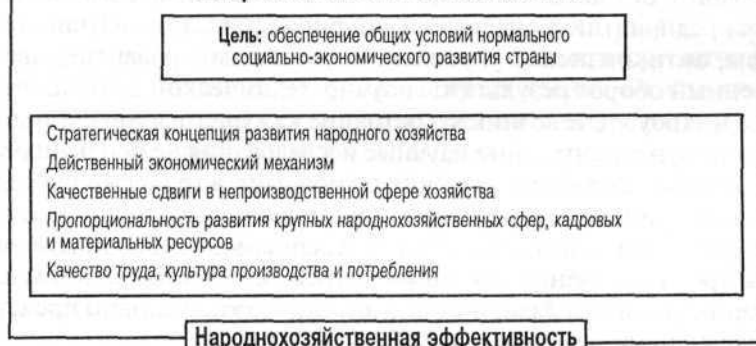


Рис. 10. Блок-схема элементов (стадий) научно-технического прогресса

ческий кризис, но и чрезвычайно острый кризис социально-политический. Отказ от социализма и передел государственной собственности привел к разрушению сложившейся системы хозяйствования, тех форм взаимодействия между республиками, регионами, отраслями народного хозяйства, которые складывались десятилетиями. В итоге возникла неординарная ситуация, характеризующаяся переплетением сложнейших социально-экономических и социально-политических проблем, не свойственных циклическим кризисам рыночной экономики, протекающим в условиях относительной политической и социальной стабильности. В российском «варианте» необходимо приводить в соответствие не только пропорции экономики, но и параллельно решать вопросы создания новой политической и социальной системы. Вот почему России трудно пользоваться готовыми, выработанными мировой теорией и практикой путями выхода из кризиса. Страна уже который год пытается улучшить экономическую ситуацию, однако все предпринятые попытки оказались безуспешными либо малоэффективными. В итоге осталась нерешенной одна из главных проблем экономического возрождения и экономической безопасности России — создание механизма эффективного функционирования производственно-предпринимательского сектора экономики на основе интегрирования высоких ресурсных потенциалов страны и наукоемких технологий.

Решение данной проблемы может быть найдено только на пути развития инновационной сферы, так как именно в ней происходит превращение научных идей, базирующихся на результатах фундаментальных и прикладных исследований, в конечный продукт, потребляемый социально-экономической системой государства. В связи с этим особую остроту и актуальность приобретает проблема формирования и реализации инновационного потенциала предприятия.

Технологические инновации - основа финансового благополучия предприятия

К настоящему времени реально сложившаяся макроэкономическая ситуация сформировалась таким образом, что государственные органы власти и управления стали практически единственным первоисточником генерации базисных инноваций. Вот их далеко не полный перечень: либерализация цен, приватизация предприятий, конверсия, самофинансирование научно-технической сферы, антикризисное управление, устойчивое развитие, введение в хозяйственный оборот результатов научно-технической деятельности и др. В итоге на микроуровне возникло состояние кажущегося «функционального хаоса», когда фундаментальные научные исследования не ориентированы достаточно жестко на создание высоких технологий, а трансфер последних затруднен как отсутствием рискоинвестиций, так и недостаточностью традиционных (и «рыночных», и «нерыночных») механизмов внедрения высоких технологий в производственно-предпринимательский сектор экономики.

Эволюцию развития базисных инноваций можно условно представить в виде тетрады, приведенной на рис. 11.

Реализация инноваций на микроуровне приводит, как правило, к анта-



Рис. 11. Эволюция базисных инноваций

гонизму с «традиционной» внешней средой. Применительно к внедрению высоких технологий в производственно-предпринимательский сектор экономики это: хронический недостаток рискоинвестиций, искусственная блокировка инновационных проектов, затормаживание процесса конверсии военных технологий и использование технологий двойного назначения, вытеснение реализаторов проектов с рынков сбыта путем применения «неэтичных», в том числе криминогенных методов. В такой ситуации происходит трансформация личности инноваторов, рождаются новые экономико-психологические установки, заставляющие искать выход из «ловушки».

В результате появляются, формируются и развиваются инновационные стратегии развития (точнее — выживания) высоких технологий. Отличительной чертой таких стратегий является выбор ориентиров не на разработку технологий-аналогов уже имеющихся зарубежных решений по принципу «догоним и перегоним», а на создание технологических инноваций, направленных на получение качественно новых продуктов, не имеющих аналогов в мировой практике и обладающих поэтому чрезвычайно высокой конкурентоспособностью.

Дальнейшее развитие инноваций может протекать по следующим сценариям: (1) продажа лицензий инофирмам; (2) продажа инноватором своего «ноу-хау» за рубеж без оформления официальных договорных отношений; (3) передача контроля над разработкой и ее дальнейшим совершенствованием зарубежному партнеру в рамках договора, совместного или индивидуального гранта и т.п. Так или иначе, реализация любого из перечисленных сценариев требует стратегии своеобразного «шантажа» потенциальных зарубежных предпринимателей, когда западному «партнеру» легче и надежнее купить научно-техническую разработку по крайне низкой цене и/или контролировать ее дальнейшее развитие, чем вообще упустить из виду. Такие подходы вполне вписываются в западную концепцию «глобальной конкурентоспособности», предполагающую, что никакие действия конкурентов не могут лишить лидерства их ведущих компаний. Данная концепция изначально подразумевает наличие у этих компаний как огромных финансовых ресурсов, так и полного контроля над высокими технологиями. (Нельзя исключать из рассуждений и попытки зарубежного вторжения в сферу экономической безопасности страны.)

Итогом реализации подобного рода инновационных стратегий стала

практика трансфера западных технологий «предшествующих поколений» в российский производственно-предпринимательский сектор экономики, что закрепляет его в роли вечного аутсайдера, наносит ущерб нашей экономической безопасности.

Чем можно оказать противодействие таким тенденциям? А, главное, — кто должен осуществлять это противодействие? Органы государственной власти и управления? Но сегодня они работают в режиме генерации базисных инноваций без обратной связи (тетрада на рис. 11 не замкнута). Фактически инновации не проходят замкнутых циклов своего развития. Поэтому и происходит непрерывный «запуск» инноваций на государственном уровне.

Кроме того, сегодняшнее направление вектора законодательства в плане научно-технической политики вызывает удивление, поскольку фактически в период разгосударствления и приватизации на основе существующей законодательной базы происходит полное отчуждение объектов интеллектуальной собственности от их авторов в пользу государства или работодателя (см., в частности, постановление Правительства РФ «Об использовании результатов научно-технической деятельности» от 02.09.99 №982). Практически изначально игнорируется стадия формирования рынка интеллектуального продукта, хотя специфика его производства и реализации оказывает огромное влияние на развитие экономических и правовых отношений в современном постиндустриальном обществе, характеризующимся высоким уровнем интеллектуального труда и приоритетами в производстве наукоемкой продукции [145].

История государства российского знает и обратные тенденции. Так, в период национализации собственности Декретом Совета Народных Комиссаров от 30.06.19 вводилось новое «Положение СНК об изобретениях», разграничивающее личные и имущественные права на изобретения: личные (авторские) права сохранялись за изобретателем, а имущественные — принадлежали государству. При этом за изобретателем сохранялось право на получение определенного вознаграждения [314].

Однако экономические реформы в СССР, известные под названием новой экономической политики, поощрявшей развитие негосударственных форм собственности, привели к введению единой патентной формы охраны изобретений, что нашло свое отражение в постановлении ЦИК и СНК СССР от 15.09.24 «О введении в действие постановления о патентах на изобретения». Согласно этому положению право на получение патента на изобретение принадлежало его автору или его правопреемнику. Право же на получение патента работодателем (владельцем предприятия) принадлежало ему лишь в тех случаях, когда деятельность изобретателя по роду его служебных обязанностей должна была быть исключительно ориентирована на изыскание именно этого изобретения.

В 20-е годы в СССР было создано Центральное бюро регистрации изобретений, содействующее продвижению в жизнь всех изобретений, имеющих практическое значение. В 1928 году создается фонд премирования внутризаводского изобретательства. Промышленные предприятия отчисляли в этот фонд денежные средства в размере 0,25% от суммы заработной платы. Пре-

мии из фонда выдавались в соответствии с размером «коммерческого эффекта» от применения изобретения.

Лишь в период монополизации собственности государством вводились в действие законодательные акты, на основании которых продукты интеллектуальной деятельности либо изначально становились его собственностью, либо подпадали под государственную протекционалистскую политику, так или иначе нивелирующую роль авторов как держателей исключительных прав на использование этих продуктов.

Согласно Положению об изобретениях и технических усовершенствованиях, принятому в 1931 году, был установлен разрешительный порядок использования изобретений, охраняемых патентами: Комитетом по изобретательству могла быть выдана заинтересованным лицам принудительная лицензия с выплатой патентообладателю определенного вознаграждения; в случаях существенного значения изобретения для государства, при недостижении соглашения с патентообладателем, патент мог быть принудительно отчужден в пользу заинтересованного государством органа.

Сегодня же при демонополизации собственности повторяется практика 1931 года! В такой ситуации патентная «защита» фактически становится препятствием для внедрения технологических инноваций в производственно-предпринимательском секторе экономики. Существенно, что обойти эти препятствия достаточно легко, изначально лишив государство вообще каких-либо притязаний на интеллектуальные ценности в научно-технической сфере, прибегая к реализации вышеупомянутых сценариев развития инноваций.

Демонополизация и либерализация внешнеэкономических связей выявили низкую конкурентоспособность отечественной наукоемкой продукции в гражданском секторе. Реально сложившаяся к началу 90-х годов научно-техническая ситуация сформировалась таким образом, что технологически продвинутыми явились только структуры военно-промышленного комплекса. И это на фоне высочайшего научного потенциала страны, сконцентрированного главным образом в организациях российской академии наук.

После 1991 года доля наукоемкой продукции в экспорте российской обрабатывающей промышленности сократилась в восемь раз и оценивается сегодня в гражданском секторе в 0,3—0,5% (у Китая, например, 6%). Не лучше обстоит дело и на рынке интеллектуальной продукции (продажа патентов, лицензий, поступлений от роялти и т.д.). По данным Миннауки России, в 1998 году на нем от международных сделок страной получено всего лишь \$60 млн. Это в 500 раз меньше того, что в том же году получили США.

В такой ситуации вполне естественно задаться вопросом: каковы же причины «разрыва» между высоким научным потенциалом страны и технологической отсталостью российских предприятий [277, 278]?

Одна из основных причин заключается в систематической «финансовой гибели» разработок на их пути к коммерциализации. Рождаясь в лабораториях, занимающихся фундаментальными исследованиями, любая разработка проходит ряд ступеней своего развития, включая стадии НИОКР, адаптации и внедрения. При этом фундаментальные исследования финансируются исключительно государством, НИОКР лишь частично, а адаптация и

внедрение вообще не финансируются. В то же время производственно-предпринимательский сектор готов финансировать только стадию внедрения и лишь частично адаптацию научно-технической разработки к реальному производству. В результате на стадиях НИОКР и адаптации из-за недостатка финансовых ресурсов может «погибнуть» любая сколь угодно перспективная технологическая инновация.

Следует заметить, что дополнительные финансовые средства для НИОКР и адаптации инновационных разработок можно получить за счет коммерческого трансфера технологий внутри страны. Так, в США объем таких средств в 1998 году составил \$130 млрд.

Другой, достаточно весомой причиной технологической отсталости является практически нулевой уровень финансирования НИОКР на отечественных предприятиях. Как уже отмечалось выше, не более 5% российских предприятий осуществляют технологические инновации. В то же время масштабы финансирования НИОКР в таких крупных корпорациях США, как, например IBM, сопоставимы с инвестициями в основной капитал. Так, в 1998 году затраты на НИОКР в компании IBM превысили \$5 млрд. При этом показатель наукоемкости всей продукции (отношение затрат на НИОКР к выручке от продаж) составил 6,2%, а по программным продуктам — 14%. Активная инновационная деятельность компании в научно-технологической сфере привела к тому, что в течение последних шести лет она была на первом месте по количеству зарегистрированных в США патентов (2658 в 1998 году). Результаты не заставили себя долго ждать. Если в период 1991 — 1993 гг. IBM работала с убытком, который в 1993 году составлял \$8,1 млрд., то уже в 1994 году была получена чистая прибыль в размере \$3,0 млрд. [27].

Таким образом, в настоящее время на микроуровне отечественной экономической системы сформировалась патовая ситуация: субъекты хозяйственной деятельности — генераторы новых технологических разработок — не имеют в достаточном объеме целевых финансовых ресурсов для перевода производства на новые «технологические рельсы», отсутствие же таковых не позволяет повысить рентабельность производства и обеспечить тем самым приток денежных средств в науку и инновационно-технологическую сферу, что чревато резким снижением уровня экономической безопасности страны.

Один из подходов к решению проблемы выхода из такой ситуации состоит в использовании уже готовых рецептов западных стран, включающих формирование инновационно-технологических центров, способных выполнять функции «опорных точек роста» инновационной инфраструктуры России в научно-технической сфере; развитие технопарков; организацию инкубаторов технологий и т.п. Однако попытки его реализации ожидала та же участь, что и все предыдущие базисные инновации — отсутствие каких-либо ощутимых позитивных сдвигов в экономике, поскольку данные инновации также не прошли замкнутых циклов своего развития.

Реальный выход из патовой ситуации кажущегося «функционального хаоса» может быть найден на пути введения в пространство функциональных связей хозяйствующих субъектов централизованных государственных струк-

тур, выполняющих функции управления процессами передачи технологий и индикативного планирования фундаментальных научно-исследовательских работ.

В свою очередь, вопрос о трансфере технологий как управляемом процессе их передачи, например, от разработчика к пользователю, от продавца к покупателю, является вторичным по отношению к проблеме интеллектуальной собственности. Без ее адекватного решения запуск эффективного механизма технологического обновления производства представляется весьма сомнительным.

Защита интеллектуальной собственности и проблема трансфера наукоемких технологий

Успех передачи технологии означает систематическое и полное выполнение пользователем этой технологии принятых им на начальной стадии трансфера финансовых и моральных обязательств. Его можно рассматривать и как позитивный результат систематического процесса управления деловой активностью, способствующего формированию и реализации инновационного потенциала предприятия в финансово-экономической сфере деятельности.

Условно трансфер любой технологии можно разбить на пять основных стадий: (1) поиск, (2) селекция, (3) доработка, (4) адаптация, (5) внедрение.

На стадии поиска происходит сбор, обработка и анализ информации о возможных технологических альтернативах. На стадии селекции — выбор приемлемых решений. Процесс доработки включает проведение НИОКР по совершенствованию технологии, изготовление макетов и опытных образцов конечной продукции. Стадия адаптации предполагает осуществление комплекса мероприятий по устранению технических препятствий, возникающих при переходе к массовому выпуску продукции. На стадии внедрения вносятся окончательные необходимые изменения и выпускаются крупные партии продукции.

На практике некоторые стадии могут перекрываться, осуществляться параллельно и неоднократно повторяться до тех пор, пока технология не будет принята пользователем либо отвергнута. Приемлемость же той или иной технологии определяется ее вкладом в инновационный потенциал предприятия. Среди характеристик, отражающих этот вклад, наиболее существенные для российских предприятий можно сформулировать следующим образом [145, 213].

1. *Адаптируемость к наличному парку объектов активной части основных производственных фондов.* Наиболее приемлемы технологии, способные максимально «вписаться» в уже имеющийся парк технологического оборудования и требующие минимальных затрат на обновление основных фондов.
2. *Коммерческая эффективность инновационной технологии.* Может измеряться снижением издержек, повышением прибыли, увеличением объема продаж и т.д. С точки зрения эффективности использования основных фондов — их рентабельностью.

Пусть внедрение новой технологии приводит к увеличению прибыли

предприятия Π_0 на величину $\Delta\Pi$, а стоимость основных фондов Φ_0 повышается на $\Delta\Phi$. Тогда, при функционировании предприятия по инновационной технологической схеме, рентабельность использования основных фондов $P_{инн}$ может быть представлена в виде

$$P_{инн} \equiv \frac{\Pi_0 + \Delta\Pi}{\Phi_0 + \Delta\Phi} = \frac{\Pi_0}{\Phi_0} \left[\frac{1 + \frac{\Delta\Pi}{\Pi_0}}{1 + \frac{\Delta\Phi}{\Phi_0}} \right] = P_0 \left[\frac{1 + \frac{\Delta\Pi}{\Pi_0}}{1 + \frac{\Delta\Phi}{\Phi_0}} \right] \quad (1)$$

Для технологий, не приводящих к существенному росту прибыли (отсутствии «технологического скачка»), когда $\Delta\Pi \ll \Pi_0$, и не требующих глобальной перестройки основных фондов ($\Delta\Phi \ll \Phi_0$), соотношение (1) дает

$$P_{инн} \equiv P_0 \left[1 + \frac{\Delta\Pi}{\Pi_0} - \frac{\Delta\Phi}{\Phi_0} \right] \quad (2)$$

То есть изменение рентабельности прямо пропорционально разности относительного изменения прибыли и стоимости основных фондов.

Ситуация кардинально меняется в случае «прорывных технологий», когда глобальная перестройка основных фондов ($\Delta\Phi \gg \Phi_0$) приводит к получению «сверхприбыли» ($\Delta\Pi \gg \Pi_0$). Тогда соотношение (1) принимает вид

$$P_{инн} \equiv \frac{\Delta\Pi}{\Delta\Phi} \quad (3)$$

В этом случае рентабельность основных фондов можно отождествить со «скоростью» изменения прибыли при изменении стоимости этих фондов.

3. *Продолжительность эффективного использования.* Ею определяется моральный износ активной части основных фондов, реализующих данную технологию, а также технологическую «зрелость» предприятия. Количественный критерий можно представить в виде следующего соотношения:

$$\eta = \frac{t+t_1}{T} \quad (4)$$

Здесь: T — прогнозное «время жизни» инновационной технологии; t — время, в течение которого данная технология уже используется различными предприятиями; t_1 — время «запаздывания», т.е. время, необходимое для внедрения новой технологии на конкретном предприятии.

Введенный коэффициент η характеризует технологическую состоятельность компании, а также потенциальную эффективность использования активной части основных фондов. При $\eta \ll 1$ у предприятия имеется большой технологический резерв: его основные фонды реализуют современные технологии, перспективы которых далеко не исчерпаны. Наоборот, при $\eta \geq 1$

Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности

компания находится на «пороховой бочке»: внедрение конкурентами инновационных производственных технологий следующего поколения может сначала привести к «ценовой атаке», а затем и к вытеснению этой компании с рынков сбыта. Следует обратить внимание на тот факт, что срок полезного использования объектов активной части основных фондов должен соответствовать величине T . Только в этом случае амортизация основных фондов происходит с учетом их и физического, и морального износа.

Технологические инновации являются основой финансово-экономического благополучия предприятия. Однако процесс перехода технологических достижений в экономические весьма сложен, хотя бы потому, что новое производство невозможно создать только на основе технологий. Создателями всех инноваций являются люди. Чтобы постоянно подпитывать их активную творческую деятельность, в том числе и по трансферу технологий, необходима четко отлаженная система стимулирования ученых и инженеров, занимающихся трансфером технологий в отечественный производственно-предпринимательский сектор экономики. Реальное оздоровление возможно лишь на пути совершенствования экономических отношений в интеллектуальной сфере деятельности. Основная проблема воспроизводства и реализации интеллектуального продукта состоит в неразвитости части российского законодательства, призванной регулировать отношения собственности в этой сфере. В настоящее время существующая законодательно-нормативная база практически не позволяет творцу интеллектуального продукта превратить его в приносящую доход интеллектуальную собственность. В частности, неясно, кто, в каких размерах, каким образом и под какие гарантии будет выплачивать дивиденды инвестору интеллектуального продукта?

В определенной степени снять указанные диспропорции и были призваны проведенные в СССР, а затем в России реформы. В частности, на качественно новый уровень перешла патентная система СССР в связи с введением в действие 01.07.91 Патентного закона Российской Федерации [314].

Основной «новацией» принятого Закона явилось использование единой формы охраны изобретений — патентной. Патент в силу его правового статуса в полной мере соответствует тем преобразованиям, которые происходят и еще будут происходить в экономике России. Именно патент, провозглашающий исключительное право собственности патентообладателя на изобретение, в состоянии «вписаться» в процессы разгосударствления и приватизации собственности, начало которым положил закон РФ от 03.07.91 «О приватизации государственных и муниципальных предприятий».

В то же время, реальный «стоимостной измеритель» ценности интеллектуального продукта появился в российской экономической практике с большим запозданием, когда, согласно письму Минфина РФ от 23.12.92 №117 «Об отражении в бухгалтерском учете и отчетности операций, связанных с приватизацией предприятий», в систему бухгалтерских отчетов был введен соответствующий активный счет 04 — «нематериальные активы». Тем же нормативным актом к 04 счету введен субсчет, отвечающий хорошо известному в мировой практике понятию «goodwill» (ценность компании).

Принятые на сегодняшний момент времени основные принципы госу-

дарственного регулирования экономических отношений в сфере интеллектуальной собственности базируются на прогнозируемых результатах последних реформ и, пока только декларативно, включают:

- воздействие на систему лицензирования прав на объекты интеллектуальной собственности;
- экономические санкции за нарушение прав патентообладателей и авторов;
- предоставление налоговых льгот на различные виды инновационной деятельности, в том числе и деятельности по коммерциализации технологий;
- целевое государственное финансирование инновационных программ и проектов.

На практике, как уже отмечалось выше, происходит полное отчуждение объектов интеллектуальной собственности от их авторов в пользу работодателя, в первую очередь — государства, поскольку зарождение «прорывных» технологических инноваций может происходить только на основе мощной материально-технической базы, владельцем которой государство и является. Действующее же законодательство все имущественные права фактически закрепляет за работодателем, то есть реально опять-таки за государством. Механизм же получения автором изобретения материального вознаграждения в виде ренты, да и просто солидной суммы денежных средств, фактически не существует. Это гасит активность изобретательской деятельности.

Тем не менее все предпосылки для его создания есть. Любая инновационная технология базируется на конкретных результатах интеллектуальной деятельности. Эти результаты, оформленные в виде патента, лицензии, «ноу-хау» и т.п. могут в обязательном порядке учитываться пользователем технологии на 04 счете (точнее на определенном его субсчете), к которому открываются соответствующие субсчета для отражения вклада в создание объекта интеллектуальной собственности автора-творца технологии и государства, предоставившего ему возможность осуществлять творческую деятельность. Амортизационные отчисления с этих субсчетов в соответствии с принятой на предприятии учетной политикой могут приобретать форму ренты, получаемой и автором технологии, и государством. Если же государство никак не участвует в процессе создания и внедрения разработки, его функции переходят к иному работодателю.

Возникает естественный вопрос: чем этот механизм лучше паушальных платежей или платежей в форме роялти?

Платежи в форме роялти «привязаны» либо к объему реализации, либо к прибыли. И то и другое трудно проконтролировать. Кроме того, сегодня предприятия вообще стремятся минимизировать (а вовсе не максимизировать) прибыль. В случае же паушальных платежей у самого предприятия могут возникнуть трудности с их осуществлением, связанные с приостановкой производства по тем или иным причинам. Этой неприятности можно избежать в рамках предлагаемого механизма, производя амортизационные отчисления по способу списания стоимости объекта интеллектуальной собственности пропорционально объему выпущенной продукции.

Предложенный механизм позволит и государству реально получать денежные средства для дальнейшего финансирования научно-технических разработок, а не просто декларировать, что все интеллектуальные ценности, созданные в государственных организациях, ему же и принадлежат. Вопрос о разделении долей между государством, автором технологии и предприятием-пользователем технологии, как и сама оценка стоимости объекта интеллектуальной собственности, может решаться на стадии подачи заявки на выдачу того или иного охранного документа (патента, лицензии и т.п.).

Развивая далее изложенную концепцию, можно было бы рекомендовать вообще провести своеобразную «инвентаризацию» российского пакета базовых технологий, увязав учет нематериальных активов с учетом адекватной им активной части основных производственных фондов. Тогда и амортизация будет носить некий дуальный характер: списание оборудования и нематериальных активов станет взаимообусловленным. А главное, выгодным как для государства, так и для субъектов хозяйственной деятельности.

Таким образом, формирование и реализация инновационного потенциала российских предприятий, определяющего их финансово-экономическое благополучие, могут быть осуществлены на основе взаимосогласованной с государством инновационной политики как в научно-технической, так и финансовой сферах.

Помимо изобретений, открытий и ноу-хау к объектам интеллектуальной собственности относят и другие продукты творческой деятельности человека: музыкальные и литературные произведения, произведения художественного творчества [274].

Многообразие творческих видов, форм, стилей и направлений отражает великое разнообразие жизни. Подобно самой жизни, искусство, творчество, культура развиваются как вширь, так и вглубь. В этих условиях все новое требует к себе пристального внимания. В конечном счете творец, художник — Человек — имеет право на поиск, эксперимент, на творческий риск. Но одна из важнейших задач при этом — сохранить в процессе человеческой самореализации осознанный, созидательный характер. Для этого творчество нуждается не во внешних (административных), а во внутренних нравственно-эстетических (психологически обусловленных) регуляторах, помогающих понять тенденции культурного развития; облегчающих прохождение этого процесса, избавляющих его от тупиков и случайностей. По мнению исследователя в области социальной психологии искусства В.Е. Семенова, «различные инновации в искусстве необходимо психологически осмысливать заранее, чтобы не столкнуться с еще неизвестными и, может быть, крайне негативными их последствиями» [301].

С экономико-психологических позиций одним из негативных последствий и препятствий на пути процветания России и подъема экономики страны является отсутствие действенных механизмов охраны интеллектуальной собственности, с помощью которых можно регулировать все отношения в обществе, так или иначе связанные с динамикой всех форм соб-

ственности. Проблема интеллектуальной собственности стала очень актуальной для России именно сейчас. Во времена плановой экономики, до 80-х годов XX века собственником всех результатов интеллектуальной и творческой деятельности человека было государство. Субъекты хозяйственной деятельности не могли использовать результаты этой деятельности в коммерческих целях, так как предпринимательство было официально запрещено законом. В настоящее время, когда законодательство провозгласило равноправие всех форм собственности и легализовало предпринимательскую деятельность, результаты интеллектуальной и творческой деятельности могут использоваться в качестве товара, могут быть предметом договоров купли-продажи. У людей, фирм появляется мощный стимул создавать объекты интеллектуальной собственности и использовать их для получения прибыли. Параллельно с этим встает очень важный вопрос — защиты объектов интеллектуальной собственности от несанкционированного использования. Ведь обладание исключительным правом означает, что только истинный (создатель, автор) может владеть, распоряжаться, разрешить или запретить пользоваться результатами своей интеллектуальной и творческой деятельности. Возникает необходимость создания специального законодательства в области охраны интеллектуальной собственности. В России такое законодательство появилось совсем недавно, в начале 90-х годов. Сейчас идет процесс освоения этих законов, ведь правоприменительная практика еще очень молода.

Понятие «интеллектуальная собственность» целесообразно рассмотреть в четырех аспектах— историческом, юридическом и экономико-психологическом [274, 314].

Первый аспект — исторический — дает возможности проследить развитие понятия «интеллектуальная собственность» в России, сравнить условия, в которых интеллектуальная собственность существовала в разные исторические периоды. Экономический аспект поможет хозяйствующим субъектам (фирмам, предпринимателям) выявить способы эффективного использования этого объекта. Юридический аспект важен для рассмотрения правил, по которым интеллектуальная собственность функционирует в экономике России. Четвертый аспект — психологический, выявляет индивидуально-личностные особенности людей, связанные с использованием в их деятельности интеллектуальной собственности.

Интеллектуальная собственность — это исключительное право как личного, так и имущественного характера на результаты интеллектуальной и творческой деятельности человека, а также на приравненные к ним объекты (товарные знаки, фирменные наименования, открытия, коммерческую тайну). Юристы выделяют 4 большие группы интеллектуальной собственности:

- объекты авторского права (произведения литературы, искусства, декоративно-прикладного творчества);
- объекты промышленной собственности (изобретения, промышленные образцы, полезные модели);
- средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, наименования мест происхождения товаров);

- нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности (селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, программы ЭВМ и базы данных, коммерческая тайна фирмы).

Для каждой группы объектов интеллектуальной собственности существуют законодательные акты, определяющие особенности их защиты и функционирования. Отдельные объекты интеллектуальной собственности имеют специальные законы, регулирующие их функционирование.

Развитие института интеллектуальной собственности в России. В развитии российской экономики условно можно выделить 3 больших периода: дореволюционный, советский (до конца 80-х гг. XX в.) и постсоветский (рыночный). Проследим особенности условий, в которых существовало и применялось понятие «интеллектуальная собственность».

Дореволюционный период (до 1917 г.). Как отмечено Е.И. Марковской [274], понятие «интеллектуальная собственность» стало формироваться в юридической науке и в законодательстве России только в конце XIX в. Это во многом связано с тем, что российское государство было монополизированным и во многих сферах являлось единственным собственником результатов интеллектуальной и творческой деятельности людей. (Например, книгоиздательство до конца XIX в. являлось государственной монополией.) Поэтому институт авторского права был не востребован. Законодательство в области охраны промышленной собственности (изобретения, промышленные образцы, полезные модели) сформировалось лишь к 1896 г., когда Россия стала одной из ведущих промышленных держав, и в связи с выходом на международные рынки появилась необходимость защиты продукции отечественных производителей с помощью патентов, лицензий и других документов, защищающих права производителей и создателей каких-либо новшеств в определенной сфере.

Советский период (1917— конец 80-х гг. XX в.). Здесь особо выделяется период новой экономической политики (НЭП, 1921—1929 гг.), когда активно развивались все формы предпринимательской деятельности. Именно тогда еще продолжали существовать и приобретали более развитые формы законодательные акты, регулирующие функционирование объектов интеллектуальной собственности и гарантирующие их защиту. В остальной период функционирования плановой экономики все результаты интеллектуальной и творческой деятельности являлись собственностью государства и, согласно законодательству того времени, поступали в общее пользование граждан. Изобретатели зачастую сознательно способствовали тому, чтобы их изобретения не использовались в промышленности, не желая национализации результатов интеллектуальной деятельности. Как правило, люди не были заинтересованы в получении патентов на изобретения, потому что никакой выгоды они от этого не имели. Полноценным собственником своих разработок они не являлись, продать права на свое изобретение в советский период было нельзя, так как частное предпринимательство запрещалось действующим законодательством.

Постсоветский период (с конца 80-х гг. XX в. по настоящее время). В связи с провозглашением равноправия частной и государственной собственности и развитием всех форм предпринимательства появилась необходимость вовлечения объектов интеллектуальной деятельности в хозяйственный оборот, сформировались условия, в которых стало можно извлекать прибыль, передавая за вознаграждения права на использование объектов интеллектуальной собственности. Актуальной для российских предпринимателей является проблема изучения способов эффективного использования этих объектов в своем бизнесе. Наряду с этим важно изучение существующего законодательства.



Рис. 12. Пространство пересечения основных экономических ресурсов в процессе создания интеллектуальной собственности

Само понятие «интеллектуальная собственность» — скорее юридическое, чем экономическое. *Экономическая сущность интеллектуальной собственности* состоит в том, что она является составной частью важнейшего экономического ресурса — *интеллектуального*. Можно выделить несколько групп ресурсов (табл. 14), используемых экономическими субъектами в своей деятельности (рис. 12).

В рамках фирмы объекты интеллектуальной собственности — это часть *нематериальных активов*, их можно учесть и оценить. Когда объект интеллектуальной собственности получает соответствующую оценку (в денежной форме) и учитывается в составе нематериальных активов фирмы, он становится *товаром*.

Для постановки на учет в качестве нематериального актива фирма должна официально зарегистрировать изобретение, промышленный образец и полезную модель, получив документы, подтверждающие исключительное право на регистрируемые объекты интеллектуальной собственности. В случае изобретений и промышленных образцов таким документом является *патент*, в случае полезных моделей — *свидетельство*.

Владея патентом на изобретение, промышленный образец, фирма Y приобретает монопольное право на производство продукции, которая изготовлена с использованием зарегистрированных технологий или устройств. Патент на изобретение или на промышленный образец, свидетельство на полезную модель предоставляет предпринимателям следующие возможности:

- завоевывать новые рынки, сохраняя монопольное положение на рынке запатентованной продукции в течение 20 лет;
- получать дополнительную прибыль от передачи прав на использование изобретения по лицензионным договорам. Согласно таким договорам

Таблица 14
Ресурсы, используемые в экономике

Вид ресурса/Источник	Степень доступности	Основные характеристики ресурса
Природные: месторождения полезных ископаемых, вода, земля	Не всякая экономика обладает необходимыми природными ресурсами, но это не является фактором, ограничивающим экономическое развитие	Практически невозобновимы
Трудовые: люди с их знаниями и умениями, которые образуют производственные силы человека	Трудовые ресурсы, как правило, во всех экономиках являются доступными, благодаря мировой миграции и разной стоимости труда	Требуют определенных затрат на восстановление жизненных сил человека
Финансовые: финансово-кредитные институты, создающие ссудный капитал, национальную валюту	В мировом масштабе финансовые ресурсы доступны	Неограниченные и доступные
Материальные: производство, создающее товары и услуги, которые составляют материальные ресурсы экономики	Создаются в производственной сфере, необходимы для функционирования любой экономики	Требуют участия производительных сил человека и развития технологий, которое возможно при участии интеллектуальных ресурсов
Интеллектуальные: люди, результаты интеллектуальной и творческой деятельности (научные открытия, изобретения, произведения литературы, науки и искусства), накопленные знания и потенциал, достигнутый уровень техники, способы и методики ведения бизнеса, человеческий капитал	Возникает посредством усилий создателя — человека. Требует огромных финансовых затрат на его поддержание и восстановление. Его поддержкой и развитием занимаются государство и фирма. Каждая фирма имеет в структуре используемых ресурсов интеллектуальные ресурсы	Важно для преодоления одного из противоречий экономики: прогресс экономики требует более развитых способностей людей
Информационные: люди, которые являются создателями, носителями и распространителями информации	В экономике имеет значение коммерческая информация — способы, методы, технологии производства, ноу-хау, финансовая информация и т.д. Такая информация становится дорогим товаром	Часть информации является очень ценным ресурсом для функционирования фирмы или государства в целом и ее необходимо защищать. На уровне фирмы эта информация называется коммерческой тайной
Время: промежуток времени, отведенный для осуществления проекта или для какого-либо процесса (например, изобретения технологии)	Доступ к интеллектуальной собственности	Ресурс неограниченный, но удовлетворение определенных потребностей имеет временное ограничение (например, мы ограничены эпохой, в которой живем)

вы сможете получать роялти — платежи за использование вашего изобретения (полезной модели, промышленного образца);

— закрыть конкурентам доступ на нишу данного изобретения, получив на него патент.

Единственным необходимым условием для того, чтобы объекты интеллектуальной собственности приносили доход владельцу является полезность. Под полезностью будем понимать способность изобретения, промышленного образца, полезной модели удовлетворить какую-либо потребность. Другие объекты интеллектуальной собственности являются также экономически значимыми. Рассмотрим некоторые из них [274, 314].

Товарный знак - юридическое понятие, обозначающее знак (графический или словесный), который однозначно идентифицирует фирму. На Западе товарные знаки принято называть *торговыми марками*. Торговая марка нужна для продвижения продукции на рынок. Товарный знак помогает узнать продукцию производителя. Система продвижения продукции на рынок с помощью товарного знака (торговой марки) называется *брендингом*, а знак, который составляет ключевое звено системы продвижения — *брендом*. Андрей Чернов в статье «Закон брендинга; имя должно быть правильным», опубликованной в одном из номеров «Делового Петербурга», пишет, что в понятие бренд входят как сам товар или услуга со всеми их характеристиками, так и набор ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару, а также обещания преимуществ, данные автором бренда потребителям. Так, самыми дорогими брендами в мире являются Coca-Cola, Microsoft, IBM, Intel, Nokia, General Electric, Ford. Известные и «раскрученные» торговые марки давно являются предметом торговли в международном бизнесе. Так, в 1988 г. компания Nestle приобрела компанию Rowntre за 5 миллионов фунтов стерлингов, в то время как материальные активы последней оценивались всего в миллион. В середине 80-х годов отделение Schweppes компании Cadbury заплатило 220 миллионов долларов за фирмы Hires и Crush. При этом стоимость купленных производственных мощностей составляла лишь 9% от суммы сделки, остальные деньги были уплачены за нематериальные активы, прежде всего за бренды.

Одним из экономически значимых объектов интеллектуальной собственности фирмы является *информация, составляющая коммерческую тайну*. Любая информация о деятельности компании, ставшая доступной для конкурентов, может быть использована во вред компании. Различают два вида информации, представляющей ценность для конкурента: коммерческая (деловая, личная) и промышленная (научно-техническая, технологическая).

Коммерческая информация — это сведения о кредитах, банковских операциях, прибылях, договорах, планах инвестиций, поставщиках, контрагентах, клиентах, планах реализации, объемах закупок и продаж, структуре капитала; бухгалтерская и финансовая отчетность, ведомости зарплат, деловая переписка, сведения о сотрудниках фирмы.

Промышленная информация включает сведения о новых идеях, изобретениях, патентах, конструкторской документации, отчетах НИОКР, формулах, рекомендациях, запасах полезных ископаемых, а также геологические карты. Часть промышленной и коммерческой информации является коммерческой тайной.

Выделяют следующие критерии отнесения информации к коммерческой тайне фирмы:

1. Экономическая ценность для фирмы, т.е. возможность оценки в денежных единицах.
2. Закрытость от свободного доступа.
3. Фирма предпринимает все меры для охраны конфиденциальности этой информации.

Утечка информации может происходить через сотрудников, публикации,

выступления на конференциях, отчеты. Завладеть необходимой информацией можно с помощью компьютерных сетей, подслушивающих устройств.

Коммерческая тайна фирмы, в отличие от государственной тайны, охраняется силами самой фирмы, поэтому предпринимателям следует создавать систему экономической безопасности, которая позволит сохранить ценную информацию. Такая система может включать следующие меры по защите ценной для фирмы информации:

1. Подписание с персоналом договоров о неразглашении конфиденциальной информации.
2. Составление списка информации, которая относится к коммерческой тайне фирмы. Этот список будет служить приложением к договору о неразглашении.
3. Создание благоприятного психологического климата для сотрудников, чтобы они были заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве с фирмой.

В качестве рекомендации ниже приводим список информации, которая представляет большую ценность для фирмы и может быть отнесена к коммерческой тайне:

- большая часть договоров предприятия;
- перспективы развития фирмы, планы производства, деловые планы, проекты, инвестиционные программы;
- сведения о клиентах, поставщиках, иностранных партнерах, услугах по сделкам, переговорах, контрактах, списки покупателей;
- банковская информация (условия и сумма кредитов, связи);
- информация маркетинговых исследований (методы, рынки сбыта, коммерческие замыслы, организационные методы осуществления продаж);
- производство (структура себестоимости, структура кадров, характер производства, система организации труда, документы о типе оборудования, уровень запасов и сырья);
- дизайн, программное обеспечение, химические формулы, информационные процессы;
- финансы (выручка, доходы, долги, банковские операции, плановые показатели, валютные операции);
- телефоны и адреса руководителей и сотрудников, информация о конфликтах;
- согласно Постановлению Правительства №35 от 5 декабря 1991 г. коммерческую тайну предприятия и предпринимателя не могут составлять учредительные документы, устав; документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью (патенты, лицензии);
- сведения на уставные формы отчетности о финансово-хозяйственной деятельности и другие сведения, необходимые для проверки правильности начисления и уплаты налогов и прочих обязательных платежей в государственный бюджет; документы о платежеспособности; сведения о численности, заработных платах, вакансиях; документы об уплате налогов; сведения о загрязнении окружающей среды, нарушениях антимонопольного законодательства, информация о несоблюдении безо-

пасных условий труда; сведения об участии в кооперативах, малых предприятиях, акционерных обществах.

Российское законодательство в области охраны интеллектуальной собственности включает следующие нормативные акты [27]:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Специальные законы в области авторских и смежных прав, промышленной собственности.
4. Различные международные конвенции, участницей которых является Россия.
5. Различные нормативные акты, в которых упоминается термин «интеллектуальная собственность».

К настоящему моменту в России создана система охраны интеллектуальной собственности, которая соответствует международным стандартам в этой области. Российским предпринимателям нужно учиться применять это законодательство в ситуациях, когда речь идет об использовании результатов интеллектуальной деятельности в коммерческих целях.

Психологические аспекты интеллектуальной собственности

Объекты интеллектуальной собственности создаются в процессе творческой и интеллектуальной деятельности. Можно рассматривать психологические особенности управления творческой деятельностью человека на нескольких уровнях:

1. Микроуровень (взаимосвязь человек — профессия). 2. Мезоуровень (взаимосвязь фирма — персонал). 3. Макроуровень (взаимосвязь фирма — общество).

Человек — профессия. Одним из факторов, способствующих развитию творческих способностей человека в профессиональной деятельности, является интерес к выбранной профессии. Поэтому еще на ранних этапах осуществления выбора профессии человеку стоит подумать о том, сможет ли он полностью реализовать свои способности в выбранной им сфере.

Фирма и персонал. Люди — один из самых ценных ресурсов компании. Они являются носителями знаний, основными создателями интеллектуальных ресурсов. Поэтому руководителям служб по управлению персоналом следует уделять внимание программам развития персонала. В первую очередь необходимо создавать условия, способствующие проявлению творческой и интеллектуальной активности. Можно предложить следующие способы эффективного управления персоналом на уровне фирмы:

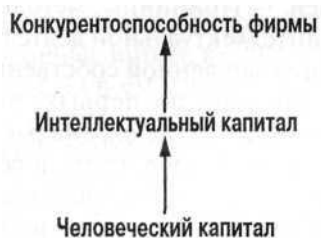
1. *Создание условий развития лучших качеств работника на рабочем месте.* Необходимо стремиться к тому, чтобы каждый сотрудник реализовал себя на своем рабочем месте. Этому способствуют: создание системы обучения на местах; предоставление определенного количества часов в неделю для повышения квалификации; проведение деловых игр под руководством психологов для моделирования различных рабочих ситуаций и определения эффективных способов разрешения проблемных ситуаций. Особенно эффективны деловые игры в фирмах, где основная часть рабочего времени связана с общением (торговые фирмы, отделы по работе с клиентами); создание системы

продвижения кадров, которая заключается в большем использовании ресурсов имеющихся сотрудников, а не в привлечении новых специалистов.

2. *Разработка системы оценки потенциала сотрудников.* Для этого необходимо вместе с психологом определить систему характеристик (квалификационных, психологических, профессиональных), которые потребуются от человека для выполнения каждого вида работ, создать систему тестов, позволяющих выявить требуемые для данного вида работ качества у кандидата. Для оценки персонала на рабочих местах можно разработать специальные тесты, которые рекомендуется применять после прочтения курса лекций по повышению квалификации на местах.

3. *Создание корпоративной культуры* — системы ценностей, приемлемой в рамках данной фирмы. Корпоративная культура может включать: обычаи и ритуалы (например, существование фирменных праздников); принципы общения с клиентами; способы оформления официальных документов; фирменную одежду (возможно существование фирменного цвета); определенную систему взаимодействия с вышестоящим руководством.

Предпринимателям, руководителям и менеджерам компаний следует обратить внимание на следующую взаимосвязь [274]:



Фирма и общество. В настоящее время многие социологи отмечают, что мировое сообщество находится в процессе перехода к *постиндустриальному обществу*, в котором основными движущими силами прогресса будут знания и информация. В связи с этим возрастает значение человеческого ресурса на уровне не только фирмы, но и общества в целом. Так, вице-президент корпорации General Electric Клауди Сантьяго считает, что залогом успеха крупного бизнеса является глобальная концентрация интеллектуальных ресурсов. Люди становятся единственным конкурентным преимуществом фирмы, так как технологии могут копироваться и тиражироваться конкурентами. Поэтому фирмам в новом постиндустриальном обществе выгодно конкурировать друг с другом в области создания наилучших условий для развития человеческого ресурса. Создавая такие условия, которые позволят привлечь к сотрудничеству квалифицированных специалистов, фирмы приобретают долгосрочное конкурентное преимущество.

В заключение параграфа приведем диалог гипотетического инженера-изобретателя (изобретателя СССР) и начальника Правового управления Роспатента (юриста), в дальнейшем для краткости «И» и «Ю», об интеллектуальной собственности (в редакции Гражданского кодекса Российской Федерации).

И: Опубликованная первая часть Гражданского кодекса Российской Федерации

представляется в целом документом более приближенным к рыночной экономике и сложившейся у нас ситуации. А что можно сказать о трактовке интеллектуальной собственности и связанных с ней экономических новациях?

Ю: В кодексе дано определение понятия интеллектуальной собственности, которое в статье 138 формулируется как исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполненных работ или услуг. В качестве объектов интеллектуальной собственности названы результаты интеллектуальной деятельности — кратко и емко, но... К результатам интеллектуальной деятельности, в частности, относятся нерегистрируемые и неохранные новые идеи, формулы, методы, принципы, то есть те объекты, которые более всего критиковались в отклоненном три года назад союзным парламентом проекте закона о научной интеллектуальной собственности, хотя сам проект читали немногие. Были лишь публикации нескольких рецензий и мнений.

И: Так как же понимать эту статью кодекса — как пропуск старых ошибок, а новые законодательные акты?

Ю: Это не ошибки. Идеи. — Принципы, методы, формулы действительно являются результатом интеллектуальной деятельности. К ним нельзя относиться как к объектам промышленной собственности, являющимся наиболее дорогим товаром. Но они, во-первых, охраняются как объекты авторского права (хотя в этом качестве охрана распространяется только на конкретный текст, а не на содержание идеи), а во-вторых, они могут рассматриваться в качестве ноу-хау как служебная или коммерческая тайна, что, впрочем, можно было делать и на основании предыдущих отмененных законов. Если созданные каким-то интеллектуалом формулы, принципы и методы, не охраняемые патентом, законным образом стали известны другим специалистам, то запретить им пользоваться этими продуктами творчества без разрешения их автора почти бессмысленно. Исключительное право автор может иметь только до тех пор, пока он и его фирма обеспечивают конфиденциальность информации. И к лицу, незаконно получившему ее, могут и должны быть применены соответствующие санкции.

И: В отмененном законе «О собственности в РСФСР» к объектам интеллектуальной собственности относились «произведения науки, литературы, искусства и других видов творческой деятельности в сфере производства», а в новом кодексе дается более широкая трактовка этих объектов как «результатов интеллектуальной деятельности». Таким образом, вопрос об обязательной «материализации интеллектуальной собственности, превращении ее в документ или в конкретное произведение отпал сам собой.

Ю: Результаты интеллектуальной деятельности могут трактоваться и как уникальные знания, которые можно методом обучения передать, продать другим лицам. Эта трактовка вполне современна и справедлива. В международной практике, к примеру, в соответствии с материалами, опубликованными Всемирной организацией интеллектуальной собственности, ноу-хау признаются как в материальной (вещной) форме, так и в нематериаль-

ной форме. Таким примером передачи ноу-хау может быть объяснение одним специалистом другому его смысла и содержания. Другой способ — предоставление возможности покупателю ноу-хау наблюдать за ходом производственного процесса. Третий способ передачи нематериального ноу-хау — консультирование. Есть и другие способы; теперь они в нашем арсенале.

И: После введения в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации признан утратившим силу с 1 января 1995 года ряд законодательных актов, в частности, закон «О собственности в РСФСР», где наиболее полно были перечислены объекты интеллектуальной собственности. Не возникнут ли у практиков сложности в связи с отсутствием такого подробного перечня в новом кодексе?

Ю: В законе «О собственности в РСФСР» были перечислены в основном традиционно используемые в России объекты — объекты промышленной собственности и авторского права. Здесь же были отмечены программы для ЭВМ, экспертные системы, базы данных и обширный класс объектов под общим названием «ноу-хау». Но в этом отмененном законе не были, к примеру, упомянуты широко используемые в зарубежной практике франшиза и гудвилл. Франшиза — это право на создание дочернего коммерческого предприятия для продажи продукции «родительской» фирмы и под ее товарным знаком. Такая форма освоения новых рынков сбыта и распространения своих товаров, называемая франчайзингом, как одна из форм организации маркетинга прогрессирует ныне во всем мире и особенно в экономически развитых странах. Гудвилл — то есть деловая репутация фирмы, которая в системе ценностей большинства преуспевающих зарубежных фирм стоит далеко не на последнем месте и требует постоянных немалых дополнительных расходов для ее поддержания, — также является весьма распространенным нематериальным активом, не упоминавшимся в наших законодательных актах.

Новый Гражданский кодекс в этом смысле выглядит более прогрессивно, не ограничивая практику используемых объектов интеллектуальной собственности рамками определенного перечня. Законы об авторском праве, о программах для ЭВМ и базах данных, о товарных знаках и патентный закон весь практически используемый перечень названных объектов содержат, кроме ноу-хау, франшизы и гудвилла. А несколько нормативных актов по бухгалтерскому учету продолжают рекомендовать учитывать ноу-хау в качестве одного из нематериальных активов.

И: Статья 139 о служебной и коммерческой тайне, по сути, содержит те же сведения, которые излагались в отмененной статье 151 «Основ гражданского законодательства Союза ССР и республик». Но в новой трактовке нет ни слова о ноу-хау, случайно ли это?

Ю: Думается, что не случайно. В тексте упомянутой статьи 151 содержалось определенное противоречие: после слов «ноу-хау» в скобках давалась расшифровка, что это — секреты производства; а три пункта, раскрывающие смысл ноу-хау, указывали на всю коммерчески ценную информацию, которая охраняется ее владельцами и к которой не было доступа на законном основании, что само по себе гораздо шире, чем понятие секреты производства.

Зарубежные оценщики под ноу-хау обычно понимают запатентованные объекты промышленной собственности — изобретения, заявки на выдачу патента, которые находятся в стадии оформления, конструкторскую и технологическую документацию, опытные образцы и лабораторные макеты объектов новой техники, научные отчеты и монографии, инструкции и методики проведения экспериментов, технологические регламенты и другую производственную информацию, имеющую коммерческую ценность для конкурентов и потенциальных покупателей. Бизнес-планы, практический опыт организации бизнеса, технико-экономические обоснования инвестиционных проектов и предложений, прогнозные предложения по конкретным объектам бизнеса и рынкам сбыта обычно относят к прочим нематериальным активам наряду с затратами на поддержание деловой репутации фирмы (гудвиллом), списками клиентов и другой конфиденциальной информацией. В отечественной практике бизнес-планы, ТЭО, списки клиентов и прочая коммерческая ценная конфиденциальная информация в результате более чем трехлетнего действия упомянутой выше статьи 151 стала относиться к ноу-хау. Думается, что будущие законодательные акты дадут трактовку понятия ноу-хау, пока же новый кодекс дает нам статью 139 о служебной и коммерческой тайне, которая все основные вопросы с охраной служебной и коммерчески ценной для ее владельцев информации снимает.

Из предварительного прочтения и анализа нового Гражданского кодекса Российской Федерации, безусловно, следует, что это своевременный и прогрессивный документ. Именно поэтому есть определенная надежда, что с точки зрения экономической психологии законодательные структуры в окончательном варианте найдут в себе силы, волю и интеллект для принятия действующих законов и нормативных актов, которые являются основой научно-технического прогресса.

2.3. Экономико-психологические проблемы моделирования экономических процессов принятия решений

В том и заключается величайшее благодеяние математики, что гораздо прежде, чем мы овладеем достаточно определенным опытом, можно обозреть возможности, в области которых где-нибудь должна лежать действительность.

И.Ф. Герbart

Теория принятия решения является в настоящее время одной из самых перспективных дисциплин. Экономическая психология исследует те аспекты принятия решений, которые раскрывают закономерности экономического поведения. Поэтому экономико-психологическое видение принятия решения может быть раскрыто путем последовательного анализа и моделирования различных экономических процессов.

Наибольшее внимание в полемике экономистов и психологов о рациональности экономической деятельности и поведения было сконцентрировано на проблеме принятия экономического решения. Вложение денег в бизнес, выбор профессии или учебного заведения, перемена районов, городов или стран жительства связаны с принятием решения при отсутствии определенной информации о результате.

Неопределенность остается постоянной, иногда доминирующей особенностью условий существования человека.

Экономический взгляд на принятие решения сводится к двум вопросам: 1) «Какова ценность этого?» и 2) «Что я должен за это отдать?» Отсюда выбор между тем или этим, «сейчас» или «потом». Когда делается выбор между определенными альтернативами, то достаточно описать варианты для самих себя словами «лучше, чем», «хуже, чем» или «такой же».

Но в поведении человека все не так однозначно. Обратимся, например, к аксиоме «жадности», представленной в теории спроса: «Если корзина А содержит такие же товары, что и корзина Б, но хотя бы на одну единицу одного товара больше, то А всегда будет предпочитаться Б».

Часто выбор осуществляется в ситуации, когда то, что может быть выбрано, не представляет собой единственный определенный результат, а является двумя или более разными возможностями, каждая из которых имеет собственную вероятность, например решение, покупать или нет лотерейный билет, ценную бумагу, или требующее расчета временных и денежных потерь решение, принимаемое в ситуации, когда человек опаздывает на важную деловую встречу, свидание. В этом случае уже недостаточно просто сравнить альтернативы, нужно определить численное значение «счастья» или пользы, оценивающее каждый вариант.

В одном из учебников по экономике приведена следующая задача: две

фирмы находятся на расстоянии 10 миль друг от друга, производят одинаковую продукцию по одной цене, но транспортные издержки перевозки единицы продукции за милю в первой фирме в 3 раза выше, чем во второй. Покажите, что первая фирма поставляет продукцию в область, определяемую окружностью в 3,75 мили.

Данная задача легко решается в общем виде при помощи элементарной аналитической геометрии. Практика работы со студентами показывает, что все начинают решать задачу, не вникая в смысл ее формулировки. То, что происходит со студентами, происходит и со всей экономической наукой. Она изначально предполагает, что в данном случае покупатель будет исходить из количественных параметров личной выгоды и выберет наиболее полезный и ценный для него вариант. Обратите внимание, что в самой формулировке говорится даже не о потребителе, а о продавце — «покажите, что первая фирма поставляет продукцию в область...». Как и в данной задаче принцип максимизации собственной выгоды является своего рода аксиомой экономического анализа. Не случайно, что в экономической теории спроса принцип максимизации представлен именно в форме аксиомы «жадности» [467].

Для экономистов субъект, не максимизирующий собственную выгоду, ведет себя нерационально и должен быть исключен из анализа как некоторая аномалия. Психологи обращают в этом случае внимание на два момента: во-первых, под рациональным следует понимать не только направленность действия но и сам механизм принятия решения. Иначе говоря, если для экономистов субъект всегда рассчитывает варианты выбора, то для психологов рациональное рассуждение есть лишь один из вариантов принятия решения, которое может приниматься также на основе привычки, эмоций и т.д. Но даже если вариант просчитан, и это во-вторых, то совершенно необязательно будет выбран максимально выгодный вариант. Психологи справедливо обращают внимание на распространенность такого явления, как «экономический альтруизм», наглядным проявлением которого служит готовность своекорыстия в экономическом поведении, но отстаивает тезис, что индивидуальная выгода есть функция не одной, а, как минимум, двух переменных — полезности для себя и полезности для других. Именно в этом ключе решает проблему выбора американский экономист Дж. Хиршлейфер. Он обращает внимание на то, что величина полезности для других зависит от степени близости субъектов, прежде всего близости кровнородственной. Хиршлейфер развивает идеи биологического альтруизма, сформулированные в работах Г. Спенсера и П. Кропоткина и возрожденные известным социобиологом Э. Уилсоном. Экономическая психология обращает внимание на то, что кровнородственный альтруизм есть лишь один из моментов «экономического альтруизма». На принцип максимизации разрушительное воздействие оказывают также эффект насыщения, психология коллективного действия и, что самое главное, субъективное восприятие полезности экономического действия [469].

Экспериментальные исследования в области экономической психологии убедительно доказывают, что живым организмам (эксперименты проводи-

лись на животных) свойственно демонстрировать эффект насыщения — на определенной стадии эксперимента положительный стимул не вызывал ответной реакции. Психологи оказывают на корреляцию данного эффекта с известным положением экономической теории, описывающим так называемые «блiss пойнтс» — точки наслаждения, т. е. ситуации, отклонение от которых в любом направлении приводит к отрицательному результату [220].

Несколько в ином ключе освещает данную проблему когнитивная ориентация психологической науки. Она считает, что субъект «конструирует» в своем сознании некоторые устойчивые равновесные состояния, отклонения от которых вызывают психологический диссонанс.

Важное место в критическом анализе принципа максимизации индивидуальной выгоды занимает психология коллективного действия. Одним из главных ее положений является вывод, что стремление к максимизации собственной выгоды может иметь для индивида не положительный, а отрицательный результат даже с чисто экономической точки зрения. Более того, субъект, ориентирующийся на личную выгоду, может стать разрушающим фактором экономических отношений. Отправной точкой анализа здесь может служить концепция достижения экстраординарных целей, сформулированная известным американским социопсихологом. М. Шерифом. Она утверждает, что некоторые сверхцели могут быть достигнуты только в результате психологического взаимодействия субъектов и готовности пожертвовать личной выгодой и ингрупповым фаворитизмом [481].

Основания изучения вероятностного экономического поведения были заложены экономистом Оскаром Монгерштейном и математиком Джоном фон Нейманом в книге «Теория игр и экономического поведения» (1944). Авторы проявляют свойственную экономистам тенденцию преувеличения, абсолютизации когнитивных компонентов. Они рассматривают принимающего решение человека как рационального, последовательного, главная цель которого выгода, а основной принцип деятельности — ее максимизация. Обратимся для примера к двум аксиомам из предлагаемых авторами [248].

Аксиома транзитивности (постоянства): «Если вы А предпочитаете В, а В предпочитает С, то вы должны А предпочесть С (например, если вы душистый миндаль предпочитаете грецким орехам, а орехи шоколаду, то вы должны предпочесть миндаль шоколаду)».

Сталкиваясь с обратными случаями, экономисты исходили в своем объяснении из того, что теория требует постоянства, а люди несовершенны, они делают ошибки. Психологи же считают, что люди постоянно непостоянны. Их предпочтения имеют тенденцию к нетранзитивности, но отклоняются от постоянства систематическим образом, который может быть измерен, объяснен и изучен.

Эксперименты показали, что даже следующая более слабая версия транзитивности не имеет места: «Если вы А предпочитаете большую часть времени, и В предпочитаете С большую часть времени, то вы в большинстве случаев должны А предпочесть С». Действительно, по разным причинам (влияние других людей, мода, стремление к новизне, экономия и др.) человек может резко изменить свои предпочтения.

Аксиома замещения: «Если одно событие предпочитается другому, когда они оба имеют 100% вероятность, то же самое событие должно быть предпочтительным в условиях неопределенности, когда оба события одинаково неопределены (или одинаково соотношение их вероятностей)». Таким образом, если вы предпочитаете определенный исход А определенному исходу В, то вы должны предпочитать шанс выиграть А шансу выиграть В.

Эта аксиома замещения противоречит ставшему пословицей мудрому выражению Сервантеса четырехсотлетней давности о том, что синица в руке лучше, чем журавль в небе. Рассмотрим данную аксиому на примере двух простейших заданий:

1. Что бы вы предпочли: 100% вероятность провести неделю отпуска в Англии или 50% шанс выиграть трехнедельный тур по Англии, Франции и Италии?

2. Вы скорее предпочли бы 10% шанс выиграть одну неделю отпуска в Англии или 5% шанс выиграть трехнедельный тур по Англии, Франции и Италии?

Сравните ваш выбор в заданиях 1 и 2. Сохранилась ли аксиома замещения? Почему 8 из 10 выбирают первую альтернативу в задании 1 и, напротив, 7 из 9 выбирают вторую альтернативу в задании 2?

Подтверждением аксиомы был бы одинаковый выбор. Однако большинство выбирает Англию в первом случае, и более заманчивый вариант с посещением трех стран в игре с низкими шансами, предложенной во втором случае.

Сервантес утверждал, что определенность имеет особую силу. Действительно, многие считают надежный выигрыш более ценным, чем ненадежный, хотя и более привлекательный. А если оба рискованные, стоит выбрать тот, который больше или интересней [248].

Как люди выбирают вероятности? Многие не любят расчеты и используют приблизительные догадки. Эксперименты показали, что очень немногие люди умеют и хотят соединять вероятности независимых событий путем умножения. Ни один из 143 студентов в экспериментах Амоса Тверски не знал этого закона [501].

В условиях неопределенности человек может себя вести как интеллектуальный калека. Известны следующие основные виды систематических ошибок, допускаемых при оценке вероятностей [30, 124, 170, 282 и др.]:

- эффект репрезентативности (переоценивается надежность малых выборок);
- эффект наглядности (переоценка вероятностей ярких, запоминающихся событий);
- эффект эгоцентризма (недостаточный учет априорной информации и использование преимущественно собственного опыта);
- эффект консерватизма;
- эффект Ирвина (переоценивается вероятность желательного события и недооценивается вероятность нежелательного);
- эффект якоря (влияние точки отсчета, с чем сравнивается);
- эффект края (недооценивается возможность вероятных событий и переоценивается — маловероятных);

- эффект Монте-Карло (при оценке вероятностей двух последовательных независимых событий люди стремятся устанавливать между ними связь);
- эффект Стоунера (позитивный сдвиг риска в групповых решениях по отношению к индивидуальным).

Рассмотрим два экономических примера [248].

1. Представьте себе, что у вас есть выбор между 90% шансом выиграть 3000 долл. и 45% шансом выиграть вдвое больше 6000 долл., что вы выбираете?

2. Сделайте выбор между 90% шансом проиграть 3000 долл. и 45% шансом проиграть 6000 долл. Каков ваш выбор?

В первом случае в 6 раз больше людей выбирают меньший, но более вероятный выигрыш, хотя математически ожидаемая ценность (вероятность выигрышных вариантов) каждой игры одинакова — 2700 долл.

Во втором задании, наоборот, 9 из 10 предпочитают рискнуть большим по размеру, но менее вероятным проигрышем. Очевидно, что люди не любят рисковать из-за выигрыша, но предпочитают рисковать из-за проигрыша. Такова общая закономерность, но она может меняться под влиянием специфики деятельности и индивидуальных особенностей.

Экономисты объясняют эту закономерность, исходя из базового принципа экономики: последовательное возрастание дохода приносит все меньше и меньше удовлетворения или выгоды. Поэтому, например, при равновероятном шансе выигрыш в 1000 долл. добавляет меньше удовлетворения, чем забирает потеря в 1000 долл.

Здесь возможно применить и чисто психологическое объяснение: все, чем располагает человек, включено в его образ «Я» (это касается и материальной сферы), и потеря обрекает его на психологическую травму, тогда как то, ради чего еще только надо рисковать, воспринимается как чужое, хотя и желанное.

Способ, с помощью которого людям предъявляются рискованные выборы, может иметь большое влияние на их окончательное решение. Дж. фон Нейман и О.Монгерштейн утверждали, что способ, с помощью которого предлагаются выборы, не имеет значения [248].

Рассмотрим выбор и способ предъявления его условий на примере двух заданий.

1. Представьте, что вы решили посмотреть пьесу, билет на которую стоит 10 долл. Подходя к театру, вы обнаружили, что потеряли купюру в 10 долл.

Решили ли вы тем не менее купить билет за 10 долл. и посмотреть пьесу?

Пусть ответ «да» дали 86% респондентов.

2. Представьте, что вы решили посмотреть пьесу и заплатили за входной билет 10 долл. Подходя к театру вы обнаружили, что потеряли билет. Ваше место не регистрировалось, а билет нельзя восстановить.

Заплатите ли вы 10 долл. за новый билет?

Пусть ответ «да» дали 46% респондентов

Разница в принятии решения обусловлена экономико-психологическими причинами, в чем неоднократно убеждался целый ряд исследователей-преподавателей курса экономическая психология [220, 243, 272, 405].

А. Тверски и Д. Канеман писали о «рамках» решения, под которыми понимаются представления человека, принимающего решение о действиях, результатах и непредвиденных обстоятельствах, связанных с конкретным выбором. Рамки, устанавливаемые человеком при принятии решения, зависят от формулировки проблемы, а также от его норм, привычек и личных характеристик [500].

Как видим, экономическое поведение намного сложнее, чем представляется в трудах Дж. фон Неймана и О. Монгерштейна в неоклассических экономических теориях. Оно определяется многими факторами и не может быть аксиоматически описано и однозначно предсказано. Рациональное поведение, рациональный выбор — это только *один из вариантов* поведения. Экономисты — представители институциональных теорий фирмы и потребительского спроса — стремятся учитывать влияние психологических факторов на экономические решения и отношения. Включая психологические составляющие в модели экономического поведения, они сумели выйти за рамки упрощенной схемы «экономического человека» [248].

Одной из известных моделей принятия решения, которая как нельзя лучше раскрывает сущность экономики и психологии выбора является модель «дилеммы узника».

Суть ее такова: два преступника допрашиваются одновременно в разных комнатах. Перед каждым из них стоят альтернативы: либо отрицать содеянное вообще, либо выгораживать себя, сваливая вину на другого. Наиболее выгодной с индивидуальной точки зрения, является вторая альтернатива, но при условии, что второй преступник выберет первую. В противном же случае, выгораживая каждый себя, преступники признают содеянное и окажутся в тюрьме. Есть и другой вариант — молчать, но опять при условии, что второй также будет молчать. В этом случае преступление отрицается вообще, и преступники выходят на свободу. Значимость каждого варианта обычно изображается матрицей, каждая ячейка которой содержит количество баллов, получаемое каждым из преступников (рис. 13).

Как видно, вариант кооперации приносит не максимальное количество баллов. Однако, если каждый из преступников действует как «экономический человек», страдают оба.

На основе «дилеммы двух арестантов» были разработаны матрицы принятия экономических решений относительного поведения другой действующей стороны — конкурентов, партнеров и т.д. Например, выход на рынок с новым продуктом предполагает учет возможных действий конкурентов. Вы получите большую прибыль только в том случае, если конкурирующая сторона не выйдет на рынок одновременно с вами с аналогичным продуктом. В противном случае рынок может оказаться переполненным и вы понесете потери. Если предположить выход на рынок конкурентов, то может оказаться выгодней не выводить свой товар, сэкономив тем самым средства и направ-

	Молчать (сотрудничать)		Выгораживать себя (не сотрудничать)
1-й	Молчать	3,3	0,6
2-й	Выгораживать	6,0	0,0

Рис. 13. Модель экономико-психологического принятия решения в «дилемме узника»

вив их в другую область. Остается и самый спокойный вариант — ни вы, ни ваши конкуренты не выводят данный товар на рынок.

Неэффективность «экономического эгоизма» демонстрирует и эксперимент — игра одной из задач исследования операций «Орешки». Участников игры располагают перед столом, на котором рассыпаны орешки. Ставится задача — набрать максимальное количество орешков по команде ведущего. При этом формулируется дополнительное условие — каждые 10 секунд количество орешков, остающихся на столе, удваивается. Эксперименты показали, что 65% игроков не доходят даже до первой «добавки», хотя при согласованных действиях можно набрать орешков гораздо больше [462].

Модели такого рода предполагают, что в определенных экономических ситуациях психологическая координация оказывается более продуктивной, чем максимизирующее поведение. Однако при этом возникает проблема восприятия поведения и намерений другой стороны. В таком случае задействуются механизмы **атрибуции**, **децентрации** и **эмпатии** [463].

Атрибуция, т.е. приписывание, играет очень важную роль в психологии экономических отношений. Наделение противостоящей стороны определенными чертами поведения на основе своего видения может сыграть и положительную, и отрицательную роль. Экспериментальные исследования зарубежной экономической психологии показывают, что субъект, стремящийся к максимизации собственной выгоды, как правило, приписывает эту черту к противостоящей стороне. Возвращаясь к «дилемме двух узников», это означает, что первый квадрант — кооперации — в случае, когда один из участников — «эгоист» — не реализуется. Более того, это вынуждает противостоящую сторону действовать подобным же образом, что чревато серьезными экономическими потерями. В экономической практике часто подобное происходит с разного рода выгодными соглашениями — стоит только одному из участников захотеть получить большее, это вызывает мгновенную ответную реакцию других участников соглашения и ведет к развалу структуры, приносившей стабильные высокие доходы. Проблема осложняется тем, что существует так называемая основная ошибка атрибуции — приписывание субъекту качеств, которыми он не обладает, но которые характеризуют ситуацию, в которой он находится. Например, ваш конкурент склонен к сотрудничеству с вами, но обстоятельства заставляют в данный момент его действовать только в собственных интересах. Вы приписываете это его лично своекорыстию, делаете ответный ход, и тем самым сводите к минимуму возможность плодотворной кооперации. Поэтому в экономической психологии большое внимание уделяется децентрации, т.е. приближению к «Я» другого и эмпатии — пониманию другого посредством эмоционального проникновения в его внутренний мир. Роль этих механизмов демонстрирует эксперимент-игра «Ультиматум», описанная В.М. Малаховым [220].

Ведущий предлагает вам 100 рублей и ставит следующее условие: вы должны поделиться с третьим участником, незнакомым вам. Если он согласится на предложенную вами сумму X , то он ее получает, а вы получаете $(100 - X)$. Если он отвергнет ваше предложение, ни вы, ни он денег не получаете. Третий участник знает об этом условии.

Данный эксперимент при всей его внешней простоте очень продуктивен. Во-первых, он моделирует большое количество реальных хозяйственных ситуаций. Во-вторых, он опровергает концепцию «экономического человека». В-третьих, его можно варьировать, максимально приближая к решению практических экономических проблем. Наконец, в-четвертых, он демонстрирует принципиальную разницу между экономическим и психологическим мышлением. Начнем со второго. Согласно экономической теории третий участник должен согласиться на любую сумму как бы мала она ни была, поскольку единственной реальной альтернативой (повторное предложение не допускается) для него является получение нулевой суммы. Иначе говоря, «экономический человек» должен согласиться даже на 1 копейку. Очевидно, и это легко проверить, в реальной ситуации такое поведение будет исключением. Вне экспериментов это легко обнаружить в любого рода посреднической деятельности, где игроки могут и не знать о теореме Minmax [327].

Какие же соотношения встречаются наиболее часто? Американские психологи установили, что наиболее частым соотношением оставляемой и предлагаемой долей является 7 к 3; нами проведена серия подобных экспериментов в группах отечественных руководителей предприятий. И в разных аудиториях 75—85% давали соотношение 6 к 4. Затем эксперимент был модернизирован. Часть аудитории играла роль реципиента, другая часть — донора. Для первой был сформулирован вопрос: «Сколько вы предложите?», для второй — «На сколько вы согласитесь?» Первая группа, в соответствии с ранее установленной закономерностью, давала знакомое нам устойчивое соотношение 6 к 4. В это же время вторая группа продемонстрировала вариативность оценок — от 1-й до 4-х долей, но лишь в 1% уровень притязаний выразился в 5-ти долях. Иначе говоря, если бы данные субъекты встретились бы в реальной ситуации такого рода, «испарилось» бы от 1-й до 4-х долей. Не владея механизмом децентрации, первый предложил бы слишком много, а второй попросил бы слишком мало. Но говорить об отсутствии децентрации также нельзя. Учет, даже приблизительный, психологии реципиента заставляет донора совершать действие, не объяснимое с точки зрения экономической теории. Как, впрочем, будет выглядеть с этой же точки зрения непонятным отказ реципиента принять 1 копейку.

Другим контраргументом принципа максимизации служат многочисленные примеры из экономической практики, раскрывающие субъективное восприятие полезности. Льготный кредит земляку, скидка с цены при продаже товара родственнику, подарки — эти явления показывают, что индивид может в своих действиях ориентироваться на категории, в рамках которых максимизирующее поведение неприемлемо, а само действие играет роль удовлетворения иной, неэкономической потребности [220].

Таким образом, экономико-психологический анализ концепции максимизирующего индивидуальную выгоду поведения убедительно доказывает, что, во-первых, такое поведение является лишь частным случаем, если не исключением вообще, и, во-вторых, стремление следовать такой модели

поведения может привести к обратному результату — падению чисто экономической эффективности.

Эксперимент-игра «Ультиматум» позволяет ознакомиться с концепцией оптимальности экономического действия. Оптимальность рассматривается не как альтернатива рациональности, а как ее логическое развитие. Многие представители современной экономической науки разрабатывают понятие оптимальности как рациональности, ограниченной теми или иными факторами. Иначе говоря, максимизирующее поведение редуцируется некоторыми внешними параметрами. В результате возникает эффект максимизации прибыли — неминимизации затрат. Уже этот вывод свидетельствует о появлении нового экономического мышления, однако, как справедливо отмечают психологи такая постановка вопроса не меняет его сути — «экономический человек» продолжает вести себя рационально, только уже в рамках заданных ограничений [22].

В решении проблемы рациональности экономической деятельности экономическая психология также ориентируется на явление неминимизации прибыли — неминимизации затрат, однако при этом обращается внимание не столько на внешние ограничения, сколько на сам механизм принятия нерационального с экономической точки зрения решения. Обратим внимание на две основные причины такого поведения: психологическая инерция и затратность принятия максимально выгодного решения. В первом случае индивид не успевает реагировать на изменения параметров экономической деятельности, в результате чего модель поведения в новых условиях становится менее эффективной. Во втором случае возникают психологические затраты по принятию самого решения, которые также снижают его эффективность [22].

В исследовании операций существуют и более строгие пути доказательства рассматриваемой проблемы [220].

Экономическая психология обращает внимание на то, что мотивация экономической деятельности имеет нелинейный характер. Выражением нелинейности мотивации является функция субъективной полезности экономической деятельности. Один из пионеров экономико-психологического синтеза Т. Сцитовски предложил исследовать проблему мотивации в рамках дилеммы «новизна—комфорт». Он показал, что на стадии новизны определенной экономической деятельности мотивация ускоренно возрастает с ростом стимула. На стадии комфорта мотивация замедляет свой рост. Возникает эффект насыщения.

Проектируя доведение мотивации на поведение полезности или выгодности экономической деятельности, мы получаем образную «кривую полезности, функционально зависящей от стимула — благосостояния (рис. 14).

Именно такую кривую полезности получили американские психологи Д. Канеман и Л. Тверски. Нелинейность мотивации и полезности в очередной раз убеждает нас в ошибочности концепции экономического человека». Различные стадии экономической деятельности характеризуются различными психологическими характеристиками принимаемых решений [501].

Аналогичный тезис развивает известный американский экономист Дж. Стиглиц. Результаты его исследований показали, что менеджеры крупных корпораций не заинтересованы в максимальных прибылях своих фирм, так как это связано с повышенным риском. Поэтому для сохранения своего положения менеджеры выбирают варианты развития, ориентированные на краткосрочные и стабильные доходы. В определенной степени это согласуется с концепцией «поиск-удовлетворение» Саймона. Эта концепция разрабатывалась именно для экономических организаций. Она же утверждает, что выбор максимально выгодного решения для организации маловероятен. Другим аргументом практической невозможности принятия максимально выгодного для организации решения является тезис, что для акционеров, т.е. владельцев корпораций, затраты по поиску ошибок менеджеров будут превышать тот прирост дохода, который может быть получен в результате изменения политики фирмы [220].

Одним из устойчивых заблуждений экономической практики является принцип эффективности долевого участия в прибылях. Утверждается, что, увязав доходы работников фирмы в пропорции от ее валового дохода, можно достичь высокой экономической эффективности за счет стабильной материальной заинтересованности работников и, как следствие, их психологической согласованности с целями фирмы. Безусловно, этот принцип более эффективен, чем уравнильность и гарантированность заработной платы, однако и он не решает проблемы. Это становится очевидным, если проанализировать соотношение субъективных восприятий долевого участия и изменений в абсолютных величинах дохода.

Предположим, что доля индивида в общем доходе зафиксирована в размере 10% и что эта доля его устраивает и обеспечивает необходимую мотивацию. В.М.Малаховым [220] была проведена серия экспериментов, показывающая, что при увеличении абсолютной величины общего дохода уровень притязания индивида изменяется нелинейно. Изменение уровня притязаний варьируется в зависимости от психологии индивида, и при этом можно выявить определенную типологию. В своих исследованиях В.М. Малахов формализовал две наиболее рельефные динамики изменения уровня притязания в зависимости от роста общей величины дохода — Л-динамика и У-динамика.

Рассмотрим подробнее Л-динамику. Индивиды считали приемлемой долю в 10% при общем доходе в 100 руб. При увеличении общего дохода до 1 тыс., 5 тыс., 10 тыс. происходила переоценка своей доли в сторону ее повышения. Иначе говоря, в случае 10 тыс. индивид воспринимал соотношение 9 тыс. к 1 тыс. несправедливым. Затем, при дальнейшем увеличе-

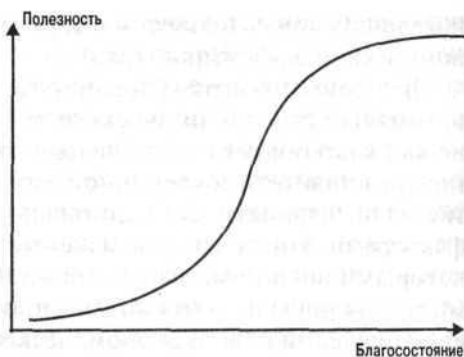


Рис. 14. Кривая полезности

нии общего дохода, уровень притязаний начинал резко уменьшаться. Результаты были интерпретированы следующим образом: восприятие долевого участия имеет некоторую точку перегиба. До этой точки индивид оценивает прежде всего долю, им не получаемую, и рост абсолютной величины не получаемой им доли увеличивает его уровень притязания. Но затем индивид начинает обращать внимание прежде всего на абсолютную величину получаемой им доли, и рост этой абсолютной величины уменьшает его уровень притязания. Таким образом, в случае Л-динамики — на уровень притязания воздействует двухстадийный процесс субъективной оценки «чужое — свое». Соответственно, в случае У-динамики алгоритм будет обратным — «свое — чужое». [220].

Результаты данного эксперимента могут объяснить многие феномены экономического поведения. Применительно к проблеме психологической согласованности мотивации работников фирмы и целей фирмы можно сделать вывод, что внедрение принципа долевого участия не решает проблему стимулирования работников фирмы следовать ее целям. Часть работников, по мере роста общих доходов, будет чувствовать себя ущемленными, и их мотивация следовать целям фирмы будет неизбежно падать. Возникнет феномен компенсаторного поведения, описанный венгерским экономистом-психологом П. Кадерьяком — индивид будет искать источники, компенсирующие неудовлетворительное распределение — в форме постороннего заработка, снижения интенсивности труда, снижения качества труда, производственного абсентеизма и т.д. В результате ни индивидуальное, ни поведение фирмы не сможет удовлетворить требования максимизации выгоды [220].

Интересное объяснение неэффективности поведения организаций дают представители психоаналитического направления экономической психологии. М. Кетц де Врис и Д. Миллер разработали психоаналитическую типологию экономических централизованных организаций. Среди выделенных ими типов обращают на себя внимание такие, мотивация которых основана на подсознательной потребности в грандиозности и потребности в контроле [220].

Экономическое поведение организации первого типа характеризуется импульсивностью принятия решений, фрагментарностью и непоследовательностью экономической политики, интуитивностью, неоправданным риском и фантазией грандиозности замыслов и решений. Второй тип характеризуется «ритуализацией принятия решений, чрезмерным вниманием к второстепенным деталям, консервативностью процедур принятия решений, неприятием риска, даже его полным избеганием, фантазией полного контроля над положением дел внутри и вне организации.

Экономическая психология критикует концепцию «экономического человека» не только за ее следование принципу максимизации индивидуальной выгоды. Не менее конструктивно психологи критикуют и другие стороны данной концепции. Они указывают на то, что в реальной хозяйственной ситуации не существует ни абсолютной полноты информации, ни свободы выбора альтернатив. Но если эти ограничения можно

учесть в экономической теории и скорректировать тем самым концепцию «экономического человека», то тезис стабильности предпочтений включить в аналитические экономические конструкции гораздо труднее. Многочисленные экспериментальные психологические исследования тем не менее убедительно доказывают, что такая стабильность является исключением не только в длительных отрезках времени, но даже и в ситуативном выборе.

Наиболее значимыми исследованиями по проблемам принятия экономических решений являются работы Д. Канемана и А. Тверски в области экономической психологии риск-менеджмента и рефлексии принимаемых решений, за что в 2002 году американские психологи стали лауреатами Нобелевской премии по экономике [462].

Философское осмысление понятия «риск», восходит к философской антропологии немецкого философа Арнольда Гелена. Он вводит представление о человеке как «недостаточном существе», которое характеризуется ограниченной природной приспособленностью: «В естественных стихийных условиях человек, если его рассматривать с точки зрения оснащенности органами только как потенцию биологического существования, был бы уже давно истреблен, живя на Земле среди самых ловких пугливых животных и самых опасных хищников» [459].

А. Гелен подчеркивает, что человек менее специализирован и в силу этого более многосторонен, чем другие виды. Однако он делает из этого факта слишком драматический вывод о том, что изначальная лишенность жесткой приспособительной связи с определенными экологическими нишами обрекает человека на статус «рискующего существа с конститутивными возможностями несчастья. Опираясь при этом на учение о человеке как существе, состоящем из недостатков. Гелен не учитывает то обстоятельство, что, к примеру, человеческий мозг наилучшим образом приспособлен к решению сложных задач, встающих перед человеком. Благодаря этому человек наделен не статической, а динамической приспособленностью, — способностью встраиваться в самые разные экономические ниши, целенаправленно искать и создавать себе новые, изменяя при этом и себя самого.

К. Кумбс предлагает исследования риска структурировать в соответствии с двумя дихотомиями. Первая из них — это деление на работы, связанные с оценкой риска, и работы, в которых изучается принятие риска. Под исследованием оценки риска понимается выяснение того, в чем заключается риск, а также разработку методов его определения и измерения. Принятием риска называется выбор субъектом некоторого поведения у содержащего риск. Обычно риск представляется чем-то плохим», чего желательно избежать. Однако он приемлем при наличии достаточных компенсаций. Установление соответствующего компромисса и составляет предмет исследований принятия риска [432].

Второе дихотомическое деление основывается на том, что принимающий решения субъект может представлять собой либо общность людей, либо отдельного индивида. В связи с этим можно говорить о групповом (обще-

ственным) или индивидуальном отношении к риску. На оценку рискованности полета на самолете не влияет присутствие других пассажиров, тогда как на точку зрения общества этот факт влияет. Можно считать, полет на маленьком самолете сопряжен с большим риском, чем пользование большим авиалайнером. Для общества может быть верной противоположная оценка.

Вопросы оценки и приемлемости группового риска входят в сферу интересов эргономики [476]. основополагающая работа М. Новаковска, посвященная сопоставлению социальных выгод и технологического риска, дала толчок формированию метода, ставшего известным под названием «анализ риска и полезности» и предназначенного для правительственных и других регулирующих организаций. Метод включает оценку риска, связанных с ним выгод и соотношения между первым и вторым. Например, в исследовании одного способа обнаружения заболеваний раком.

Этот подход использовался для определения экономической эффективности различных интервалов между последовательными анализами (взятие мазков с последующим выращиванием культур в питательной среде). Так было установлено, что затраты на ежегодное проведение проверок населения составили бы 75 тыс. долл. в расчете на одну спасенную жизнь. При проведении проверок раз в два года затраты снижаются до 50 тыс. долл. В результате было рекомендовано проводить такие проверки раз в 4 — 6 лет.

Критики этого метода часто утверждают, что он связан с упрощенной интерпретацией риска и полезности. Кроме того, данный метод часто приводит к обнажению конфликтов между различными этическими соображениями, к которым, как полагают некоторые, обществу следовало бы относиться менее научно. Например, меры предосторожности, принимаемые для увеличения общественной безопасности, ведут к уменьшению индивидуальной свободы. В качестве контраргумента говорят, что решения все равно приходится принимать и нельзя считать, что они будут более справедливыми, если их принимать на основе субъективных оценок, комбинируемых интуитивным образом [476].

Эффективность GUB теории для разрешения конфликтов типа — «насколько безопасно иметь надлежащую безопасность?» увеличивается прежде всего в связи с прогрессом методологии оценки риска. Некоторые гипотетические закономерности групповой оценки риска предложены К. Старром, Р. Рудменом и К. Уипплом [432]. Их статья представляет существенный шаг в разработке данной темы, хотя и содержит определенные упрощения. Приведем два примера представленных в ней закономерностей. Имеется обратная зависимость между вероятностью и размерами катастрофических событий; иными словами, более разрушительные события происходят реже, чем менее разрушительные. Так, вероятность пожара или землетрясения экспоненциально уменьшается при возрастании их размеров или силы. Другой гипотетический закон касается способности общества противостоять серьезному удару. Социальный отклик на катастрофические события является положительно ускоренной функцией их серьезности; ряд малых потерь не воспринимается в совокупности столь же серьезно, как одна крупная поте-

ря аналогичного размера, и чем более развитым в техническом отношении является общество, тем меньше его способность быстро восстанавливать физические и душевные силы.

Этот беглый обзор исследований риска сделан главным образом для того, чтобы подчеркнуть значение этой проблемы и то относительно малое внимание, которое уделяют ей представители экономической психологии и психологии вообще. Большинство проведенных психологами исследований проблемы риска касалось индивидуального, а не социального отношения к риску и проводилось в психологических лабораториях, а не в полевых исследованиях [349].

Теории принятия риска индивидом носят преимущественно структуральный характер. Рискованное предприятие рассматривается в них как многомерный стимул, компоненты которого преобразовываются индивидом в меру его рискованности. Большинство лабораторных исследований проводится на материале азартных игр с известными вероятностями различных денежных исходов, поскольку такие ситуации позволяют организовать легко управляемый эксперимент. Подобное ограничение, однако, снижает общность получаемых результатов [328].

Наиболее распространенной является теория риска Д. Канемана и А. Тверски, предназначенная для оценки рискованности набора различных азартных игр (например, оценки совместного риска игры в рулетку и игры, в которой ставкой служит кружка пива) и предполагающая, что совместный риск является функцией рискованности каждой игры, разыгрываемой самостоятельно. Теория содержит набор достаточных условий, из которых следует, что показатель риска для такого «портфеля игр» имеет аддитивный характер и что риск является линейной функцией математического ожидания и дисперсии исходов игры.

Теория Д. Канемана и А. Тверски основана на допущениях о свертке риска отдельных игр при формировании меры рискованности данного портфеля игр, т. е. на допущении об эмпирическом суммировании игр-компонент при независимой игре. Другая теория риска, основанная на случайном подборе портфеля игр, предложена К. Кумбсоном в исследовании по теории ожидаемого риска [432].

Случайная композиция двух лотерей A и B означает, что лотерея A используется с вероятностью t либо, что эквивалентно, игрок будет использовать лотерею B с вероятностью $(1 - t)$; такая случайная композиция символически записывается $(A \ t \ B)$. Аксиоматизация этой теории полностью аналогична аксиоматизации теории ожидаемой полезности, но она применяется для установления не порядка предпочтений, а порядка риска. Важным следствием как теории ожидаемой полезности, так и теории ожидаемого риска является свойство промежуточности.

Существенное подтверждение свойства промежуточности было найдено применительно к бинарному отношению риска, но не к бинарному отношению предпочтительности; следовательно, полученные данные подтверждают теорию ожидаемого риска, но не теорию ожидаемой полезности.

Пусть, например,

$A = (0, 2, 5 \text{ долл.}; 0, 6, 0 \text{ долл.}; 0, 2 - 5 \text{ долл.});$

$B = (0, 3, 5 \text{ долл.}; 0, 4, 0 \text{ долл.}; 0, 3 - 5 \text{ долл.});$

$C = (0, 4, 5 \text{ долл.}; 0, 2, 0 \text{ долл.}; 0, 4 - 5 \text{ долл.}),$

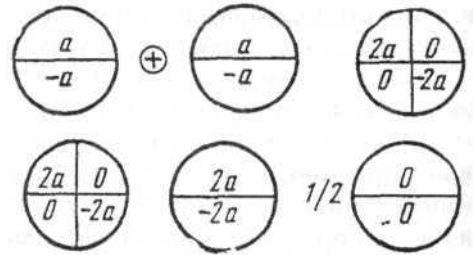
где B , как можно видеть, представляет собой $(A, 1/2, C)$, т.е. взятую с соотношением вероятностей 50/50 композицию A и C . При упорядочении предпочтений B выбиралась первой большее число раз, чем то количество предпочтений, которое могло бы быть объяснено за счет ненадежности суждений, но при упорядочении риска B систематически не ставится первой.

При различных предъявлениях одной и той же опасности могут наблюдаться различные упорядоченности риска и различные суждения о предпочтениях. Например, для портфеля лотерей, каждая из которых должна разыгрываться независимо, предъявление может быть организовано в виде одной составной лотереи или же в виде отдельных составляющих (лотерей-компонент портфеля). В результате могут быть получены различные оценки риска. Теория ожидаемого риска, например, получила строгое подтверждение при предъявлении этого портфеля как единой композиции, но при предъявлении каждой лотереи по отдельности эта теория согласовывалась с результатами эксперимента столь же плохо, как и теория аддитивного риска. Приемлемых объяснений таких обуславливаемых характером предъявления различий нет, и тот факт, что они имеют место, несомненно, заслуживает специального рассмотрения; в реальном мире рискованные предприятия обычно представляют собой определенный «портфель рисков», и представляется нежелательным, чтобы на решения существенно воздействовала форма предъявления проблемы.

Эффект предъявления может быть описан в виде следующей аналогии. Мы можем предъявить индивиду два различных рецепта приготовления борща и спросить у него, какой из них он предпочитает. Альтернативно мы можем предъявить ему уже изготовленные по этим рецептам блюда. Чем больше опыт испытуемого по части практической кулинарии, тем выше вероятность того, что суждения в обоих случаях совпадут. Если суждения не совпадают, то сравнение рецептов позволит лучше вскрыть слабости агрегирования информации, чем сравнение вкусовых характеристик продуктов или предпочтений испытуемого. Таким образом, всякая форма предъявления может быть объектом психологического исследования, при этом каждая из них больше подходит для анализа определенных проблем. Если два варианта предъявления формально тождественны, неоднозначность суждений в этих двух случаях может указывать на недостатки агрегирования информации, хотя расхождения не обязательно объясняются именно этим фактором.

Действительно, всегда возможна и другая интерпретация несоответствия суждений. При предъявлении стимулов, которые заведомо составлены по-разному, хотя и воспринимаются как формально идентичные в терминах конечных исходов и их вероятностей, индивиды почти неизбежно выбирают один из них, руководствуясь личными предпочтениями. Пос-

ледние (при отсутствии различий конечных исходов) могут отражать предпочтение последовательности достижения конечного исхода (например, хорошие новости вначале, а плохие — потом) или предпочтение продленного розыгрыша портфеля игр путем частичного проведения каждой из составляющих его лотерей по сравнению с подходом, при котором последовательно полностью разыгрывается и, следовательно, выбывает каждая из лотерей-компонент портфеля игр.



Практически каждый согласится, что игра «орел или решка» со ставкой 100 долл. более рискованна, чем такая же игра со ставкой 5 долл. Если мы добавим 5 долл. к выигрышу при ставке в 5 долл., то получим игру (+ 10 долл., $1/2$, -5 долл.) с ожидаемым выигрышем в 2,5 долл., которая почти всегда будет оцениваться испытуемыми как менее рискованная, чем исходная игра со ставкой выигрыша и проигрыша в 5 долл.

Если вместо этого мы снизим на 5 долл. проигрыш в исходной игре со ставкой 10 долл., то также придем к игре (+10 долл., $1/2$, - 5 долл.); оказывается, что пятидолларовое изменение в столбце проигрышей с -10 долл. до -5 долл. оказывает большее воздействие на ощущаемый игроками риск, чем соответствующее изменение в столбце выигрышей с +10 долл. до +5 долл. Это указывает, что в азартных играх с равными вероятностями выигрыша и проигрыша проигрыши доминируют над выигрышами в отношениях воздействия на ощущаемый риск. К. Кумбсом «почти нормативной» оценки риска.

Рассмотрим подбрасывание монеты стоимостью a с вероятностью выигрыша $1/2$, проводимое дважды, что мы обозначим как $2 \pm a$. Это эквивалентно проведению игры с тремя возможными исходами ($2a$, $1/4$; 0 , $1/2$; $-2a$, $1/4$), т. е. эта игра может быть подвергнута декомпозиции на две равновероятные (с вероятностями 50/50) игры, первой из которых является подбрасывание монеты достоинством $2a$, а второй — «игра» с нулевыми суммами выигрышей и проигрышей.

Если применить в данном случае теорию ожидаемого риска, для которой здесь имеется некоторое эмпирическое подтверждение, т. е. будем считать, что $R(tA + (1-t)B) = tR(A) + (1-t)R(B)$, то $R(2* \pm a) = 1/2R(\pm 2a) + 1/2R(0)$.

Если установить $R(0) = 0$, как это можно сделать с помощью интервальной шкалы, то увидим, что приращение риска, связанного с подбрасыванием монетки со ставкой в 10 долл., вдвое превышает приращение риска, связанного с такой же игрой со ставкой в 5 долл., проводимой два раза.

Относительное значение изменений размеров возможных выигрышей и проигрышей, отражаемое в ощущаемом риске, было продемонстрировано применительно к азартным играм с равновероятными выигрышами и проигрышами. Если же эти вероятности не одинаковы, то необходимые для сохранения той же величины математического ожидания изменения в столбцах выигрышей и потерь обратно пропорциональны соответствующим ве-

роятностям исходов. Если ограничений нет (таких, как требование сохранения величины ожидаемого выигрыша или некоторого другого параметра), то бессмысленно говорить об относительной важности таких компонент, как величины выигрышей и проигрышей или вероятность выигрыша и проигрыша. Вероятности ограничены по своей величине, однако денежные исходы игры не ограничены, так что их относительное значение в любом эксперименте зависит от абсолютного значения этих параметров, т.е. результаты эксперимента будут зависеть от параметров, не представляющих интереса.

Существует еще один подход к изучению риска. Он заключается в использовании теории поведения, в которой, как предполагается, риск играет определенную роль, хотя и не фигурирует в явном виде в качестве переменной, отражаемой в инструкциях к испытуемому. Примером может служить теория выбора между азартными играми с неявным учетом связанного с ними риска; оценки риска затем могут быть выведены на основе данных о фактически предпочтенном поведении. Подобные исследования, таким образом, являются исследованиями принятия риска, хотя из них выводятся заключения об оценке риска. Это приводит к необходимости одновременного изучения принятия и оценки риска индивидами.

В настоящее время доминирующей теорией принятия решений при наличии риска является, конечно, теория максимизации ожидаемой полезности; обычные способы измерения полезности основаны на выборе с учетом риска. Любая система измерения полезности, в которой используются выборы при неопределенных исходах, формирует функцию полезности для объяснения этих выборов и, следовательно, предвосхищает концепцию риска. Так, положения о принятии риска в контексте ожидаемой полезности являются просто средством описания формы функции полезности. Данная концепция играет вспомогательную роль в рассуждениях о том, является ли функция полезности выпуклой или вогнутой в некотором конкретном интервале.

Можно экспериментально показать, что максимизация ожидаемой полезности не подходит в качестве описательной теории принятия решений индивидами. Это было доказано многими исследователями в экспериментах, связанных с теорией игр и исследованием операций. Более подробно результаты исследований описаны в работах.

В экономико-психологической литературе различают анализ рисков на качественном и количественном уровнях, причем именно количественное исследование рисков, ранее выявленных на качественном уровне, считают основной целью теории. Количественная модель риска обычно учитывает вероятность нежелательного события и цену, связанных с ним потерь. Любой риск количественно можно характеризовать двумя способами:

1) вероятностью нежелательного исхода (события); 2) ценой потерь. Очень часто остается, однако, неясным, о какой интерпретации вероятности в том или ином случае идет речь. В цитируемой работе автор пишет, что вероятность нежелательного исхода (события) определяется экспертно. Но так поступают только в особых случаях, когда стандартные методы оказываются непри-

менимыми. В большинстве других работ обычно ссылаются на статистический метод для расчета вероятностей, а в последние годы популярным стал также метод статистических испытаний (метод «Монте-Карло»).

Цена риска также определяется различными способами. Обычно под ней понимается стоимость потерь, связанных с вероятностью нежелательного события, упущенной выгоды и т.п. ущерба. Так, например, в общем случае цена риска от внедрения проекта составляет разницу между планируемой, максимальной прибылью и прибылью вероятной, с учетом риска.

Анализ и обобщение многочисленных литературных источников по экономико-психологическим проблемам риска позволил сделать вывод, что наиболее фундаментально теория принятия решения как основа оценки деятельности людей в условиях неопределенности и риска рассмотрена Джоном фон Нейманом и Оскаром Моргенштерном и является классическим трудом по экономическому поведению.

Рассмотрим основные понятия и определения экономико-психологической теории принятия решения. Как пишет М.В. Птуха, еще в XVII веке появилась идея математического ожидания, которую в принятии решения используют представители самых разных научных школ и направлений: психологи, социологи, экономисты, управленцы, представители физико-математических, естественно-научных и гуманитарных дисциплин, связанные с пониманием и осмыслением статистической природы непрерывных дискретных случайных величин.

Было сформулировано положение о том, что при выборе надо учитывать следующие правила: 1) по отношению к каждому из альтернативных вариантов необходимо определить возможные его исходы; 2) определить вероятности исходов; 3) найти сумму произведений вероятности, умноженные на соответствующие исходы; 4) выбрать тот вариант, который имеет наибольшую сумму произведений — максимальную ожидаемую ценность.

Принятие решения в экономической психологии всегда подразумевает акт выбора из нескольких возможных альтернативных вариантов с целью достичь наилучшего результата, или исхода. В процессе принятия решений психологами выделяются три этапа: поиск информации, поиск и нахождение альтернатив, выбор лучшей альтернативы. На первом этапе собирается вся доступная на момент принятия решения информация. Второй этап — выделение альтернативы, определение того, что можно, а что нельзя делать в наличной ситуации. Третий — сравнение альтернатив и выбор наилучшего варианта решения. Полагают также, что процесс принятия решения включает следующие блоки (А.А. Тягунов). Первый блок — осознание того, что решение должно быть принято. Второй блок — выработка альтернативных вариантов, которые могут привести к желаемому результату. Третий — оценка альтернативных вариантов.

Следует согласиться с А.В. Карповым, что теория принятия решений — общая модель рационального действия субъекта. Теория называется рациональной, ибо предполагает рационально действующего субъекта, принимающего всегда разумные, оптимальные решения, не подверженного сомнениям, лишённого эмоций, не склонного к предрассудкам и предубеждениям,

не подвластного влиянию окружающих. Иначе говоря, такая теория отвлекается от психологических особенностей субъектов, принимающих решения. Поэтому она представляет собой идеальную модель, на которую должен ориентироваться реальный, практически действующий субъект.

Психологическая теория принятия решений — занимается исследованием общих и индивидуальных психических особенностей лица, принимающего решения. Психологическую теорию принятия решения следует рассматривать как дополнение рациональной теории принятия решений, которая имеет дело не с изучением поведения абстрактного, а реально действующего субъекта.

Оценка последствий альтернатив — основана на приписывании последствиям определенной субъективной ценности или полезности. Полезность, которую человек приписывает последствиям той или иной альтернативы зависит от состояния субъекта, от структуры целей лица, решающего данную задачу, целей, направляющих его поведение и порождаемых присущей ему системой потребностей.

Чтобы сделать выбор из альтернатив, необходимо их предварительно оценить в соответствии с критерием оценки. В литературе существуют два понимания критерия.

Первое значение: критерий — это целевая функция, т.е. функция, связывающая варианты решений с уровнями достижения одной из целей. Достижение поставленной цели в зависимости от уровня ее значимости понимается как полезность решениям. Решения могут различаться с точки зрения своей осуществимости, поэтому различают критерий осуществимости. Он основан на взвешивании вероятностей благоприятных или неблагоприятных исходов решения, т.е. достижение или недостижения цели. Второе понимание критерия — критерий как некоторое правило оценивания. Речь идет о том, как использовать и совместить оценки по критериям предпочтительности и осуществимости в единую интегральную оценку.

СРАВНЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВ (ВАРИАНТОВ РЕШЕНИЯ) - осуществляется по многим критериям с учетом различных вероятностей реализации решений. Психологические исследования принятия многокритериальных решений проводятся в двух аспектах. Первый — изучение процесса и стратегий многокритериальных решений. Здесь человек прибегает к различным эвристикам, позволяющим развернуть процесс сравнения в несколько этапов (стратегия «исключения по аспектам»). Второй контекст — мотивация выбора. Мотивационная тенденция, или намерение совершить действие, рассматривается как функция полезности результата действия и субъективной вероятности (ожидания) успеха выбранного действия. Полезность результата или последствий действия может быть связана с самооценкой и оценкой со стороны других. Ожидание успеха или неуспеха действия определяется особенностями ситуации, возможностями совершать в ней действия, степенью контроля ситуации, сложностью задачи. На становление мотивации влияют личностные мотивационные детерминанты: мотивация достижения, т.е. соотношения стремления к

успеху и избегания неудачи, локус контроля, т.е. убеждение в зависимости от внешних обстоятельств или от собственных действий.

АКТ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ — выбор одного из найденных и оцененных вариантов решения. Непосредственный переход от намерений к действию. Акт принятия решения сопровождается : а) наличием остаточной неопределенности, которая преодолевается волевым усилием, б) необходимостью санкционировать решение, т.е. принять на себя ответственность.

Вероятность — степень возможности реализации тех или иных форм случайности, наблюдаемых в окружающем нас мире. Категория вероятности служит руководством во всех действиях и решениях, связанных с предсказанием будущего.

Субъективная вероятность — личные оценки вероятности событий. Человеческие суждения о вероятностях, как установили психологи, часто бывают ошибочными, однако мы ими руководствуемся при принятии решений во многих ситуациях. Неопределенность может возникать в рамках каждого элемента деятельности: 1) внезапное изменение внешних условий апробированной деятельности; 2) вынужденное изменение объекта и средств деятельности; 3) смена мотивов, целей и методов деятельности.

Неопределенность — вызывается определенной и неустранимой рассогласованностью элементов всякой живой деятельности между собой. Мотивы, цели, результаты, средства, методы и объекты деятельности лишь тогда находятся в абсолютно согласованном отношении друг к другу, когда процесс деятельности вообще не осуществляется. Всякое взаимодействие элементов деятельности между собой, с одной стороны, и с внешними условиями — с другой, приводит к их рассогласованию. Оно нарастает прямо пропорционально динамичности и новизне деятельности — это своеобразный «закон риска», одновременно стимулирующий и ограничивающий всякую деятельность. Данная неопределенность имеет объективный характер и не может быть редуцирована к интегрированному человеческому знанию. В этом смысле она подобна квантово-механическому соотношению неопределенностей, характеризующему взаимодействие макроскопического прибора наблюдения и микроскопической элементарной частицы.

Риск — понятие, характеризующее деятельность в условиях неопределенности. Понятие риска включает в себя перспективу некоторого исхода ситуации, который является зависимым от ряда факторов и содержит свойство нежелательности. Являясь, таким образом, прогностической оценкой ситуации, понятие риска не просто описывает, но предписывает некоторое ее понимание, представляет собой нормативно-оценочную категорию. В данном своем качестве риск представляет собой свойство человеческой деятельности и общения, а также с необходимостью есть продукт самооценки человека. Из этого вытекает возможность исследования риска, когда ситуация риска рассматривается как процедура принятия решения в условиях неопределенности.

Существование неопределенности связано с неполнотой и недостаточностью информации об объекте, процессе или явлении, по отношению к которому принимается решение, а также с ограниченностью возможностей человека в сборе и переработке информации, с постоянной изменчивостью

информации о многих объектах. Процесс принятия решений предполагает наличие достаточно полной и правильной информации. На практике чаще всего информация бывает разнородной, разнокачественной, неполной или искаженной.

В современной экономике действует специфический источник неопределенности — развивающаяся система индустриальных технологий, определяемая научно-техническим прогрессом (НТП). На процесс воспроизводства неопределенности оказывает воздействие вероятностный характер НТП.

К источникам, способствующим возрастанию неопределенности и риска, относятся также: ограниченность ресурсов на стадиях принятия или реализации решений, относительность процесса познания человеком окружающей действительности, относительная ограниченность сознательной деятельности человека, существующие различия в социально-психологических установках и стереотипах поведения.

Кроме указанных причин следует особо отметить, что риск связан с творчеством — деятельностью, которая характеризуется неповторимостью, оригинальностью, уникальностью.

В конечном счете все объективные неопределенности человек стремится так или иначе осознать, и потому их влияние на действие и его будущий результат определяются возможностями и ограничениями человека учитывать различные факторы.

Первым шагом на этом пути должна быть типология социальных ситуаций как форм взаимодействия структурных элементов деятельности с ее внешними условиями.

Под ситуацией мы будем понимать единство субъективных и объективных пространственно-временных условий коммуникации, деятельности и рефлексии и их субъектов. Данная категория имеет междисциплинарный характер и используется в картографии, медицине, этике, логике и психологии. Немецкий философ К. Ясперс проводит различие между типическими и уникальными ситуациями. К первым он причисляет «пограничные ситуации», которые всегда сохраняют свою неизменность: человек должен умереть, страдать, бороться и т.д. Вторые представляют собой загадочное сочетание набора конкретных факторов, едва ли поддающихся учету. И те и другие в равной мере демонстрируют практическое бессилие человека, необходимость некоторой внешней защиты от угрозы.

Человеческая жизнь, таким образом, представляет собой бесконечное многообразие уникальных ситуаций, из которых в целом складывается ограниченное количество типичных (при этом часть ситуаций не попадают ни в какой тип). Если следовать логике Ясперса в экономической психологии следует рассматривать типичные ситуации, поскольку они легко прогнозируются хотя бы в общем виде. Так, например, страхование жизни и здоровья являются важнейшими видами страхования. Как указывает А.А. Тягунов, в жизни доминируют ситуации, определяемые, с одной стороны, типичностью, а с другой — индивидуальностью. Так, всякий человек владеет собственностью, которой может быть с определенной вероятностью нанесен ущерб. И хотя ситуация будет отличаться многообразием уникальных

черт, размер ущерба является статистически определяемой величиной. Исходя из этого, можно вычислить применяемый в данном типе случаев размер страхового тарифа и страхового вознаграждения. Такого рода ситуации различаются по тому, с какими объективными трудностями сталкивается страховщик в своих расчетах, а также по тому, насколько потенциальный страхователь способен управлять данной ситуацией. Идея А.А. Тягунова подводит к необходимости проводить различие между универсальными и локальными ситуациями.

Универсальные ситуации для своего анализа и понимания нуждаются в научных, в частности, общесоциологических закономерностях, они поддаются предсказанию в общем виде, отличаются относительной исторической длительностью и пространственным масштабом.

Локальные ситуации, напротив, понимаются по аналогии с конкретными прецедентами, эмпирическими примерами, их прогнозирование обременено учетом большого набора изменяющихся специальных условий и факторов, а место и период протекания имеют точные ограничения. Если говорить о ситуациях риска и управления ими, то это применимо в основном, к локальным ситуациям.

Так известно в общем, что недвижимостью является одним из самых надежных и прибыльных объектов индивидуальных инвестиций, а следовательно, индивидуальное страхование недвижимости должно иметь обширный рынок. Однако если идет речь о сегодняшней России, то здесь вступают в силу определенные ограничения (низкий покупательский спрос, психологический настрой против страховых компаний, недостатки страхового законодательства), которые делают страхование в этой области малоприбыльным. Различие универсальных и локальных ситуаций необходимо для методологии расчета рисков, как скоро оно соотносится с понятиями «усредненной» и «локальной» вероятности.

Несколько иной аспект подчеркивает различие двух других типов ситуаций — стандартных и экстремальных.

Стандартная ситуация характеризуется периодической повторяемостью и высоким уровнем алгоритмизации деятельности. Ее анализ и оценка хорошо укладываются в распространенные статистические методики, хотя целый ряд элементов ситуации не являются взаимно независимыми. Ошибка прогнозирования результатов деятельности не превышает предела, за которым сама может привести к увеличению среднестатистического рассогласования результата с первоначальной целью.

Экстремальная ситуация также может быть периодически повторяемой, но при этом всякий раз ставит проблему срочного выбора из достаточно большого набора алгоритмов деятельности. Статистические средства анализа и оценки здесь обнаруживают свою явную ограниченность. Ошибка прогнозирования результатов имеет достаточно широкие рамки, обнаруживает существенную зависимость от концептуально-теоретических установок экспертов, а неверный прогноз является основной причиной неудачи деятельности.

Разграничение стандартных и экстремальных ситуаций не следует вместе с тем преувеличивать, поскольку большинство эмпирически фиксируемых си-

туаций не могут быть однозначно причислено ни к той, ни к другой. При конкретном анализе природных, техногенных, политических, экономических, культурных рисков мы, как правило, встречаемся с определенным смешанным типом, который может быть назван «ситуацией запланированного риска». Анализ такого рода ситуаций представляет особенную важность, как скоро именно здесь проблема управления риском встает во всей своей остроте.

Все объективные неопределенности человек стремится осознать и «снять». Возможности человека по анализу и учету изменений внешних условий (среды) сужены возможностями анализаторных систем, перцептивных и мыслительных процессов.

Это обуславливает появление ситуаций, не имеющих однозначного решения (исхода). Если существует возможность количественно или качественно определить степень вероятности того или иного варианта, то это и будет ситуация риска. Отсюда следует, что рискованная ситуация связана со статистическими процессами и ей сопутствуют три сосуществующих условия: наличие неопределенности, необходимость выбора альтернативы (при этом нужно иметь в виду, что отказ выбора также является альтернативой выбора); возможность при этом оценить вероятность выбираемых альтернатив.

Рискованная ситуация — разновидность неопределенной, когда наступление событий вероятно и может быть определено, то есть объективно существует возможность вероятной оценки событий, предположительно возникающих в результате совместной деятельности партнеров, контрдействий конкурентов, влияния природы, внедрения научно-технических достижений и т.п.

Стремясь «снять» рискованную ситуацию, субъект делает выбор и стремится реализовать его. Этот процесс и находит свое выражение в понятии «риск». Последний существует как на стадии выбора решения, так и на стадии его реализации. И в том, и в другом случае риск предстает моделью снятия субъектом неопределенности, способом практического разрешения противоречия при альтернативном развитии противоположных тенденций в конкретных обстоятельствах.

Риск характеризуется такими чертами, как противоречивость и альтернативность. Противоречивость как черта социального риска проявляется в различных аспектах. Представляя собой разновидность деятельности и выполняя специфические социальные функции, риск, с одной стороны, ориентирован на получение общественно значимых результатов неординарными способами в условиях неопределенности в ситуации неизбежного выбора. Тем самым он позволяет преодолевать консерватизм, психологические барьеры, препятствующие внедрению новых, перспективных видов деятельности, стереотипы, выступающие тормозом общественного развития, и обеспечивать осуществление, социальных экспериментов, направленных на достижение успеха.

С другой стороны, риск ведет к авантюризму, субъективизму, торможению социального прогресса, если в условиях неполноты исходной информации альтернатива выбирается без должного учета объективных закономерностей развития социального явления, в отношении которого принимается решение.

Противоречивая природа риска проявляется в столкновении объективно существующих рискованных действий с их субъективной оценкой. Так,

человек, совершивший выбор, осуществляющий целенаправленное действие может считать его рискованным, а другими лицами оно может расцениваться как осторожное, и наоборот.

Такое свойство риска, как альтернативность связано с тем, что он предполагает необходимость выбора из двух или нескольких возможных вариантов, решений, направлений, действий.

Риск является одним из способов устранения неопределенности, которая представляет собой отсутствие однозначности. Акцентировать внимание на этом свойстве риска важно в связи с тем, что оптимизировать на практике процессы социального управления и регулирования, игнорируя объективные и субъективные источники неопределенности, бесперспективно. Причем речь идет не о том, чтобы найти средства, позволяющие полностью избавиться от влияния факторов неопределенности (что неосуществимо), а о необходимости учета риска с целью отбора рациональных альтернатив.

Риск связан с выбором определенных альтернатив, расчетом вероятностей их исхода — в этом его субъективная сторона. Помимо этого она проявляется и в том, что люди неодинаково воспринимают одну и ту же величину социального риска в силу различия изначальных установок.

Однако величина риска не только субъективна, но и объективна, поскольку она является формой качественно-количественного выражения реально существующей неопределенности. Объективность риска проявляется и в том, что это понятие отражает реально существующие в общественной жизни явления, процессы, стороны деятельности. Причем риск существует независимо от того, осознают ли его наличие или нет, учитывают или игнорируют его. Так же, как люди не в состоянии отменить естественно-исторические законы (хотя могут и не знать о них), нельзя отменить риска в определенного рода ситуациях. Объективность риска связана и с тем, что он порождается процессами не только субъективного характера, но и такими, существование которых в конечном счете не зависит от сознания человека.

Практически все ситуации, исход которых напрямую зависит от действий человека, которые определяются его решением и актуальным действием, относятся к ситуациям риска.

Понятие риска следует противопоставлять понятию надежности. Профессиональный опыт специалистов по надежности говорит о том, что абсолютная надежность недостижима. Поэтому эксперты все чаще используют понятие риска, чтобы математически уточнить свое стремление к надежности в меру разумно достижимого. Понятие надежности по сути своей есть социальная фикция, оно функционирует только как понятие рефлексии или как понятие-отдушина для социальных требований, которые, в зависимости от меняющегося уровня притязаний, просачиваются в калькуляцию риска. В результате возникает пара понятий «риск/надежность», и эта дихотомия делает возможным калькуляцию всех решений с точки зрения их рискованности, следовательно, эта форма универсализует понятие риска.

Понятие риска релевантно понятию опасности. Под опасностью мы будем понимать возможность причинения ущерба людям в форме потери или ухудшения присущих им качеств или в результате ухудшения условий жиз-

недеятельности. При этом носителями опасности будут являться все явления, отношения и объекты, препятствующие удовлетворению основных биологических, социальных и духовных потребностей человека. Безопасность представляет собой систему, включающую человека (потенциальную жертву), угрозу для него (носителя актуализированной опасности) и окружающую среду (природную, техническую и социальную). Необходимыми и достаточными условиями обеспечения безопасности можно считать: а) удовлетворение потребностей самосохранения, самовоспроизводства и саморазвития человека; б) своевременное прогнозирование и идентификацию перехода безразличного элемента среды в разряд потенциальной опасности, а потенциальной опасности в актуальную угрозу, в) защиту человека от угроз различных типов. Соответственно опасность предполагает нарушение условий безопасности.

Противопоставление риска опасности основано на том, что есть две возможности оценить причину ущерба. Если ущерб рассматривается как следствие решения, то говорят о риске, риске решения. Если причины риска находятся вовне, то говорят об опасности. В англоязычной литературе понятия «risk», «hazard», «danger» часто используются почти в одном и том же смысле, хотя и учитывается при добровольном согласии на риск степень добровольности попадания в ситуацию опасности, а также способность контролировать последствия своего поведения. Тем самым внимание заостряется на тех переменных, относительно которых предполагается, что они оказывают влияние на восприятие риска или готовность к риску.

Различия «риск/надежность» и «риск/опасность» построены асимметрично. В обоих случаях понятие-риска означает сложный комплекс обстоятельств, с которыми обычно приходится иметь дело. Противоположная сторона выступает лишь как понятие рефлексии, функция которого — прояснить, что же в конкретном случае акцентируется в самом риске: проблема точности измерения в первом случае или степень ответственности за собственно ущерб — во втором. Применительно к обоим различиям правильно будет утверждение, что свободного от риска поведения не существует. Для первой формы это означает, что не существует абсолютной надежности, для второй — что если решение вообще принимается, то риска избежать нельзя.

Если нет решений, гарантированно свободных от риска, следует отказаться от надежды, что умножение знаний и исследований позволит перейти от риска к надежности. На практике увеличение знаний расширяет и горизонты неизвестного. Чем больше рациональности, тем больше граней проблемы попадает в поле зрения. В этом отношении будущее неопределенно, а потому всегда существует риск. С этой точки зрения не случайно, что перспектива риска обозначилась параллельно выделению науки как особой системы. Современное общество риска не стало таковым лишь в результате восприятия последствий НТР. Начало ему положило уже расширение исследовательских возможностей и самого знания.

Невозможность совершить какое либо действие, принять решение без риска выводит на проблему предупреждения, связывающего собой решение

и риск. В самом общем смысле под предупреждением следует понимать подготовку к неопределенным будущим ущербам, к уменьшению самого ущерба или его вероятности. Предупреждение можно практиковать и в случае опасности, и в случае риска.

Можно вооружиться против опасностей, которые нельзя вменить своему решению: упражняться в употреблении оружия, откладывать деньги «на черный день». Однако такие стратегии обеспечения надежности мотивированы лишь стремлением скрыть страх перед общей неопределенностью жизни.

В то же время, если речь идет о риске, ситуация в ряде важных аспектов оказывается иной, так как здесь само предупреждение оказывает влияние на готовность к риску, а тем самым — и на одно из условий возникновения ущерба. В процесс с негарантированным результатом ввязываются с большей готовностью, если имеется гарантия правовой защиты.

Степень риска можно оценивать под углом зрения количественного, качественного, аксиологического и интегративного подходов.

Суть количественного подхода в определении критерия степени риска состоит в следующем. Решение, выбранное в условиях неопределенности, обладает некоторой вероятностью достижения желаемого результата («успеха»), вероятностью неудачи («неуспеха») и вероятностью отклонения от предполагаемой цели. Количественная величина этих видов вероятности в диапазоне от 0 до 1 и определяет степень риска. Таким образом, степень риска зависит от меры учтенной неопределенности, которая оценивается тем или иным способом.

В некоторых ситуациях количественный подход к определению степени риска и его оценке может успешно использоваться. Однако применительно к анализам процессов общественной жизни при выборе экономических, политических, социальных решений, учитывающих интересы как отдельных людей, так и социальных групп, заметен явный недостаток количественного подхода. Общественная жизнь неизмеримо богаче, она требует более сложных моделей. Это создает предпосылки для преодоления технократизма, поскольку интегративный (комплексный) подход ориентирован на необходимость учета социальной эффективности выбираемых в ситуации риска решений и тем самым позволяет переходить к «человеческому» измерению экономики, к рассмотрению человека как активного, творческого деятеля, субъекта сознательной, целесообразной и целенаправленной деятельности. Интегративный подход включает три взаимосвязанные стороны: количественную, качественную и аксиологическую.

Качественный подход включает множество различных элементов, ориентированных на выявление положительных и отрицательных последствий реализации выбранной в ситуации риска альтернативы.

Качественная оценка предполагает необходимость сравнения вероятных практических выгод и возможных негативных, психологических, нравственных, демографических и прочих близких и отдаленных последствий, которые могут наступить при реализации содержащего риск решения. Вариант, учитывающий вероятность влияния принятого решения на качественную сторону жизни людей, можно считать обоснованным, если его осуществление не превышает социально приемлемого уровня отрицательных послед-

ствий для состояния людей. При этом анализируются и выявляются различные пути, которые могут вести к отклонению от цели.

Наряду с количественным и качественным анализом понятие «социальная эффективность» и оценка деятельности в ситуации риска дополняются аксиологическим подходом. Практическое применение аксиологического подхода к оценке путей, выбираемых в ситуации риска, сводится к решению вопроса: «Кому эта деятельность полезна, чьим интересам она отвечает?», то есть в данном случае анализ социальной эффективности включает и оценочное отношение — «польза-вред» или нравственное — «добро-зло». Аксиологический подход к анализу деятельности в ситуации риска реализуется, в частности, при рассмотрении проблемы соотношения индивидуальных, групповых и общественных интересов.

Использование интегративного подхода, включающего в себя совместный количественный, качественный и аксиологический анализ рискованной деятельности, позволяет выделить риск обоснованный (рациональный) и необоснованный (нерациональный).

Экономические психологи, социологи установили: на самом деле люди калькулируют совсем не так, как это им рекомендовала бы «рациональность». Люди «допускают ошибки», или действуют с точки зрения обыденного смысла, но отклонения от «рациональности» имеют определенную тенденцию. Даже там, где рациональность относится к набору ролевых требований, и где ожидается особая осмотрительность и ответственность в обращении с риском, даже в менеджменте организаций, зачастую не производят количественных калькуляций риска. Во всяком случае, это происходит не так, как предусматривает конвенциональная теория принятия решений.

Количественная калькуляция риска, в общем, ориентируется на субъективное понимание и субъективное ожидание полезности, но с результатами калькуляции риска соглашаются только тогда, когда они не переступают некоторую субъективную границу, или порог катастрофы. Так, сельское хозяйство, функционирующее на грани выживания, не склонно к риску, ибо и без рискованных решений велика угроза невозможности продолжить производство (типичная для России проблема состоит еще и в специфическом менталитете людей, постоянно живущих на селе на грани выживания). В финансовой деятельности обнаруживаются сходные условия: предприниматели, которые должны постоянно считаться с проблемами ликвидности, менее готовы к риску, чем те, для кого эта проблема несущественна. Порог катастрофы по-разному оценивают те, кто принимают решения, и те, кого эти решения затрагивают.

Взгляд, согласно которому наилучшими решениями являются решения с минимальным риском, соответствует количественному подходу. Однако, если применительно к ситуациям социального характера отказаться от односторонней трактовки риска (риск отождествляется с неудачей), то можно убедиться в том, что реальная жизнь полна ситуациями, когда рациональным может быть любое решение с любой степенью риска от минимальной до максимальной.

На риск чаще всего идут тогда, когда этого требуют внешние обстоятель-

ства. Такую деятельность иногда называют пассивной деятельностью с элементами риска. В этом случае на риск идут ради минимизации потерь, а не ради увеличения прибыли. Для хозяйственника такая позиция является неделовой и негибкой.

Наряду с управлением общественными процессами, предполагающим отказ от риска или выбор решений с минимальным риском, в реальной управленческой практике встречаются и решения, содержащие максимальный риск. В экстремальных ситуациях такие решения могут быть оправданными. Однако вне экстремальных условий такие решения хороши лишь, как дополнение к решениям с рациональным риском, так как ориентация на максимальный риск редко учитывает все богатство объективных условий и закономерностей происходящих процессов.

Феномен рационального риска представляет собой часть более общей проблемы, терминологически фиксируемой как «рациональная человеческая деятельность». Элементом такой деятельности является принятие решений.

Применительно к проблеме социального риска содержание понятия «рациональное» может рассматриваться как свойство человеческой деятельности, основывающейся на познании общественных и природных законов и закономерностей. Атрибуты такой деятельности — целесообразность и целеполагание. Рациональным является действие (решение, выбор), адекватно использующее знание объективного состояния дел, условий, закономерностей явления. Решение (выбор, действие) не может быть рациональным без нахождения адекватных конструктивных, социально полезных целей, методов и средств их реализации, без учета психологических и социально-психологических особенностей субъекта, реализующего выбор. При решении вероятностных задач, когда существуют неопределенность и случайные переменные с известными вероятностями распределения, субъект «попадает» в зону риска. Здесь вступают в силу закономерности осуществления рискованной деятельности, которая в одних случаях может быть рациональной, а в других — нерациональной.

Таким образом, обоснованный риск является составной частью рациональной человеческой деятельности в условиях неопределенности. Интегративная оценка риска, как отмечалось ранее, связана с выявлением степени обоснованности решения, принятого в ситуации риска. Это позволяет сформулировать вывод о том, что рациональным будет риск, содержащийся в выбранном в условиях неопределенности оптимальном решении.

Для того чтобы выявить особенности деятельности социальных субъектов в ситуации риска, необходимо прежде оговорить понятие «субъект».

Если понимать «субъекта» как носителя предметно-практической деятельности и познания, источника активности, направленной на объект, то можно выделить основные разновидности субъектов социального действия; индивид (в той мере, в какой он является носителем определенных качеств и свойств); социальная группа (отношения членов которой в равной степени опосредованы участием в совместной деятельности); общество в целом, человечество (цивилизация) как реальная целостность.

Возможно расширить понятие «субъект», дополнив его элементом соци-

Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности

альной организации, которая представляет собой институционализированные объединения различных типов (партия, учреждение, союз), реализующие определенную программу или цель на основе совместных и координированных действий. К институциональным субъектам должны быть отнесены банки, страховые фирмы и другие экономические структуры, имеющие определенные цели деятельности.

Особенности проявления риска связаны не только с тем, какой конкретный субъект реализует рискованную деятельность, но и с тем, какова сфера приложения этой деятельности.

Деятельность, рассматриваемая как человеческая форма отношения к окружающему миру, как процесс целесообразного преобразования человеком природной и социальной действительности, является родовым понятием по отношению к конкретным сферам деятельности, различающимся по объекту, на который они направлены. Поскольку риск рассматривается как специфический вид деятельности в условиях неопределенности, то из предложенного понимания категории «деятельность» следует, что существует риск политический, хозяйственный, спортивный и т.д. Из освоенных в настоящее время людьми более двух тысяч профессий каждая содержит в себе ту или иную степень риска.

Третий срез выявления особенностей деятельности социальных субъектов в ситуации риска предполагает анализ основных факторов, оказывающих влияние на субъект при выборе того или иного рискованного варианта и обуславливающих принятие им определенной степени риска или отказ от него.

Человек, действуя в системе объективных условий, влияющих на линию его поведения, обладает определенными особенностями, играющими важную роль при определении направленности и содержания выбора. Выбор включает в себя оценку альтернатив, анализ совокупности внутренних и внешних условий, выявление имеющихся противоречий. Поэтому знание основных параметров, обстоятельств, воздействующих на выбор субъектом линии поведения, альтернативы, связано с определением реального места личности в конкретной системе общественных отношений.

Целесообразно различать среди факторов, влияющих на выбор той или иной рискованной альтернативы или на отказ от риска, социальные, психологические и экономико-психологические факторы, диалектически взаимосвязанные между собой. Определяющими среди них являются факторы социальной среды, поскольку они в конечном счете детерминируют структуру и содержание остальных факторов. При этом собственная активность субъекта не должна игнорироваться.

Структура социальных факторов, влияющих на выбор субъектом линии поведения, альтернативы, решений, имеет сложную иерархию. Особое место здесь принадлежит общесоциологическим явлениям. К ним относятся исторически определенная организация общества, его социально-экономическая и социальная структура, уровень развития и т.д. Они создают тот фон, на котором разворачивается деятельность социальных субъектов, и опосредованно воздействуют на процессы выбора решений, рискованных альтернатив, принятие той или иной степени риска.

Социальная предрасположенность индивида, группы, коллектива к принятию риска или к отказу от него во многом зависит от сложившейся управленческой структуры, организационной среды, специфики распространения информации и т.п.

К факторам социального характера, оказывающим влияние на формулировку цели, выбор решения в условиях неопределенности, относятся находящиеся в распоряжении людей конкретные материальные, финансовые, людские, природные ресурсы и резервы. Крайне редко в практической жизни складываются ситуации, когда выбор осуществляется при наличии сразу всех необходимых ресурсов, поэтому на выбор конкретного решения и степень его рискованности оказывают влияние административные, юридические и другие полномочия, которыми обладает субъект, принимающий решение.

Качество и направленность выбора субъектом конкретной альтернативы, ориентация при этом на риск или неприятие его детерминируется не только влиянием внешней среды. Выбор всегда в той или иной степени несет на себе отпечаток индивидуальности, индивидуально-типологических черт личности, психических процессов, состояния в момент выбора.

Степень принимаемого субъектом в процессе выбора решения риска зависит и от того, какие действия предстоит совершить человеку — с добровольным риском (спорт, курение) или с недобровольным (хирургия, транспорт). В ряде исследований установлено, что люди склонны принимать решения в сотни раз рискованнее по сравнению с действиями, связанными с риском недобровольным. Существенное влияние на выбор той или иной альтернативы оказывают также субъективное представление о величине риска и относящиеся к риску предпочтения.

Наряду с социальными и психологическими на направленность выбора и отношение субъекта к риску оказывают определенное влияние и социально-психологические факторы. К ним относятся: принадлежность личности к группе (социальной или референтной), специфика взаимодействия между членами группы, борьба мотивов, степень согласованности личных и групповых интересов и т.д.

Таким образом, специфика деятельности субъектов социального действия зависит от того, кто субъект, где (в какой сфере) осуществляется рискованная деятельность, какие факторы и как оказывают влияние на выбор рискованных альтернатив либо на отказ от риска. Помимо этого, риск связан с психикой индивида, осознанием им своего поведения, его последствий и в данном случае выступает психологическим регулятором поведения. Одновременно это регулирование основано на объективных предпосылках. Поэтому риск характеризуют как субъективные, так и объективные моменты. Риск, как сознательно-волевая деятельность субъекта, означает проявление со стороны субъекта активности и стремления добиться положительного, оптимального результата, в том числе превзойти то, что ожидалось и предполагалось.

Социальные антропологи, политологи указывают, что оценка риска и готовность принять риск — это проблема не только ментальная, но прежде всего социальная. Поведение в этих случаях соответствует либо ожида-

ниям относительно поведения референтных групп, либо характеру социализации.

Экономико-психологические исследования в области риска преимущественно исходным пунктом исследования делают индивида. Можно выделить целый класс исследований, ставящих своей задачей выявить порог, при котором индивиды, недооценивавшие риск в предыдущих ситуациях (например, когда дела шли хорошо), в новой ситуации подходят к осознанию риска. Как правило, именно специфическая коммуникация дополняет психологическую интуицию, но характер такой коммуникации становится понятен только при обращении к социальному контексту ситуации принятия риска.

В классических для экономической психологии исследованиях в области «сдвига к риску» (risky shift) в процессе группового обсуждения информации акцент ставится именно на смещении оценки последствий рискованного или непредсказуемого действия на оценку этого действия как вполне допустимого.

Все факторы риска можно разбить на три основные группы по признаку принадлежности к одной из сфер жизнедеятельности субъектов: природный риск, социальный риск, экономический риск. Соответственно факторам выделяют и формы (типы) рисков.

Группа факторов социального риска включают факторы, обусловленные причинами социального, психологического, этнографического, политического, религиозного, национального характера.

Группа факторов экономического риска, в свою очередь, имеет следующие подгруппы: факторы промышленного, хозяйственного и группа факторов психологического риска.

Группа факторов экологического риска включает факторы, обусловленные хозяйственной деятельностью людей — чрезмерными выбросами и сбросами в окружающую среду отходов хозяйственной деятельности, необоснованным отчуждением территорий под хозяйственную деятельность, чрезмерным вовлечением в хозяйственный оборот природных ресурсов и иными подобными негативными процессами.

Факторы хозяйственного (предпринимательского) риска составляют отдельную большую группу.

Вокруг любого субъекта и объекта в окружающем мире существует в каждый данный момент система рисков, обусловленная как характеристиками самого субъекта (объекта), так и параметрами его жизнедеятельности.

Риск может быть индивидуальным или групповым, или существовать в масштабах всего общества на разных уровнях (на уровне региональных образований, на уровне нации, а также для всего человечества).

В зависимости от рискованного события риски делятся на чистые (возможность получения отрицательного или нулевого результата) и спекулятивные (где есть возможность получения как положительного, так и отрицательного результата). К последним относятся финансовые риски.

А.А. Тягунов отмечает, что существуют страхуемые и нестрахуемые риски.

По степени допустимости для индивида различают пренебрежимый, при-

емлемый, предельно допустимый и чрезмерный риски. В этом разделении отображено аксиоматическое признание главного факта: любой вид деятельности содержит определенный риск для здоровья человека и качества жизнедеятельности, который хотя и можно уменьшить, но нельзя достичь «нулевого риска» — «абсолютной безопасности».

Пренебрежимый уровень выражает низшую степень, он пренебрежимо мал для индивидуума, поскольку находится в пределах флуктуации естественного (фонового) уровня риска.

Предельно допустимый уровень — тот, который не должен превышать независимо от преимуществ, даваемых такой хозяйственной деятельностью. Он должен быть настолько низким, чтобы это не вызвало беспокойство индивидуума. Целью при этом является не ограничение риска, обусловленного отдельными видами деятельности, а ограничение совокупного риска для индивидуума от всей деятельности в целом.

Приемлемый уровень — приемлемый для регулирующего органа. Он находится в диапазоне между двумя вышеупомянутыми и должен быть настолько низким, насколько это возможно по экономическим и социальным соображениям.

По своему характеру риски обычно подразделяются на следующие категории: объективные и субъективные, индивидуальные и универсальные, политические, экологические, технические и т.п.

Особую группу составляют специфические риски: аномальные и катастрофические. К числу аномальных относятся те, которые не позволяют отнести соответствующие объекты к тем или иным группам страхования. Например, индивидуальное страхование жизни, страхование на случай ненастной погоды, «невозможности реализовать лицензии на отстрел диких животных» и другие.

Катастрофическими рисками являются риски, которые могут при их наступлении принести значительный ущерб страхователю в особо крупных размерах (авария на ЧАЭС, землетрясение на Южном Сахалине и др.).

Политические, или репрессивные риски, связанные с противоправными действиями с точки зрения норм международного права, мероприятиями или акциями правительств иностранных государств в отношении граждан другого суверенного государства или в отношении целого государства.

Технический риск страховщика в теоретическом плане представляет риск, связанный с осуществлением страхования. Наличие технического риска страховщика побуждает его активно участвовать в организации предупредительных мероприятий с целью снижения степени вероятности наступления страхового случая.

Существенным свойством личностной регуляции принятия решения является готовность субъекта к решениям в условиях неопределенности, предполагающая «принятие риска». Этот термин может быть конкретизирован по отношению по меньшей мере к двум проблемам. С одной стороны, это актуализация специфичной активности человека в ситуации выбора, саморегуляция в реализации им рискованных решений или действий. С другой стороны, это более частные механизмы влияния диспозициональных пред-

посылок, в частности, примеривания к ситуации собственных возможностей, понимаемых в широком смысле как интеллектуально-личностный потенциал субъекта.

Люди существенно отличаются по готовности к принятию риска, пониманию своих возможностей и степени самостоятельности в принятии решения, степени чувствительности к восприятию риска в ситуации принятия решения. В принятии риска важную регулятивную роль играют так или иначе понятые свойства «склонности к риску» и «готовности к риску». Субъективные репрезентации фактора риска в ситуации также влияют на готовность субъекта отвечать за последствия выборов.

В концепции функционально-уровневой регуляции принятия решения (Корнилова, 1998) «принятие риска» можно рассматривать как акт интеграции на уровне самосознания личности мотивационных предпосылок и репрезентаций свойств ситуации. Отнесенность к уровню самосознания личности концепта «принятия риска» не означает утверждения об осознании субъектом тех базисных процессов, которые совершаются при подготовке или реализации рискованных выборов как решения или действий. Это означает лишь то, что субъект может осознавать необходимость решения вопроса о том, осуществлять или нет выбор, как его осуществлять в условиях риска. В определенном смысле «принятие риска» — личностное самоопределение, разрешение самому себе принятия риска (в мысленном или реализуемом принятии решения).

Выводы

Готовность к риску можно понимать как личностную детерминацию принятия решений — готовность выходить за пределы ситуационных ограничений, ставить цели, предполагающие проверку личностных возможностей, принимать позицию осознанного контроля над возможностями ее преобразования своими решениями.

Итак, вероятностная структура среды, в которую постоянно «погружен» человек, статистический характер и многовариантность, присущие большинству явлений окружающей действительности, а также человеческой деятельности, порождают такой феномен, как риск. Подчеркнем еще раз, что существование риска непосредственно связано с наличием неопределенности, которая неоднородна по содержанию и форме проявления.

Риск определяется как деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи, отклонения от цели.

Риск связан с выбором определенных альтернатив, расчетом вероятностей их исхода — в этом его субъективная сторона. Помимо этого она проявляется и в том, что люди неодинаково воспринимают одну и ту же величину социального риска в силу различия изначальных установок.

Обоснованный риск является составной частью рациональной человеческой деятельности в условиях неопределенности. Интегративная оценка риска связана с выявлением степени обоснованности решения, принятого в ситуации риска.

2.4. Экономико-психологические проблемы организации управления предприятием в рыночных условиях хозяйствования

Вся наша жизнь и отношения основываются на духе взаимопонимания, партнерства, на синергичной продуктивности сторон и осознанной потребности друг в друге.

С. Ковей

При двукратном спаде промышленного производства за последние годы многие предприятия находятся в состоянии кризиса и банкротства, для них до сих пор не удалось разработать комплексной и эффективной методологии стратегического управления. В наибольшей степени это относится к производственно-коммерческим предприятиям. Переходный период в экономике вызвал к жизни целый ряд новых организационных форм, а также приемов и методов управления. При этом в основном происходит сочетание старых форм хозяйствования с некоторыми нововведениями. В результате нарушен баланс экономической, технической и социальной подсистем предприятия.

В этих условиях многие предприятия оказались неспособными четко поставить главные цели, выделить приоритеты, определить функциональные задачи. Предприятия не всегда могут сформулировать и решить свои проблемы формирования и реализации маркетинговой, конкурентной и производственной стратегий.

Для экономико-психологического синтеза функционирующей организации (предприятия) необходимо решить следующие задачи [85, 173, 215]:

- определить рациональные исходные данные — цели и предмет деятельности, потенциальные объемы работ и продукции, основные функции предприятия;
- обосновать структуру организации — количество дочерних предприятий, производственных подразделений, их специализацию и размещение, объемы работ;
- разработать структуру управленческого органа, способного обеспечить четкое функционирование создаваемой организации;
- разработать механизм распределения ответственности управленческого персонала, определить права, обязанности и полномочия работников;
- определить систему взаимоотношений персонала управления и производственных подразделений;
- разработать систему оценки деятельности всех подразделений организации.

По современной терминологии предприятие — это социотехническая (техническое оборудование, обслуживаемое коллективом личностей) систе-

Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности

ма, целью деятельности которой является производство товаров или услуг, причем цель ставит собственник предприятия либо уполномоченный им орган. В условиях рыночной конкуренции производственная деятельность предприятия полностью определяется условиями сбыта продукции (маркетинг на предприятии не менее важен, чем производство).

Предприятие как социотехническая система содержит две качественно различные подсистемы: техническую и персонал. Деятельность каждой подсистемы состоит из совокупности связанных функций. Эта картина взаимосвязей называется функциональной структурой предприятия. На вход технической подсистемы поступает сырье, оборудование, техническая и экономическая информация, затем формируются производственные планы для реализации поставленной цели, на выходе производится контроль произведенной продукции, разрабатываются стратегия и тактика сбыта товаров на рынок. На вход подсистемы персонала предприятия поступают кандидаты на вакантные места, информация о рынке рабочей силы, затем производится закрепление работников за рабочими местами, перемещения по должностям, выдвижение на руководящие должности, повышение квалификации и переобучение, замена неподходящих работников более способными, выходной функцией подсистемы персонала является увольнение работников. Функциональная структура оформляется в виде функциональной блок-схемы, где функции обеих подсистем изображаются отдельными блоками (наименование функции заключается в прямоугольник), связи между блоками изображаются линиями со стрелками. На рис. 16 показана функциональная блок-схема подсистемы персонала предприятия. На рис. 17 показана функциональная блок-схема технической подсистемы предприятия.



Рис. 16. Функциональная блок-схема подсистемы персонала предприятия



Рис. 17. Функциональная блок-схема технической подсистемы предприятия

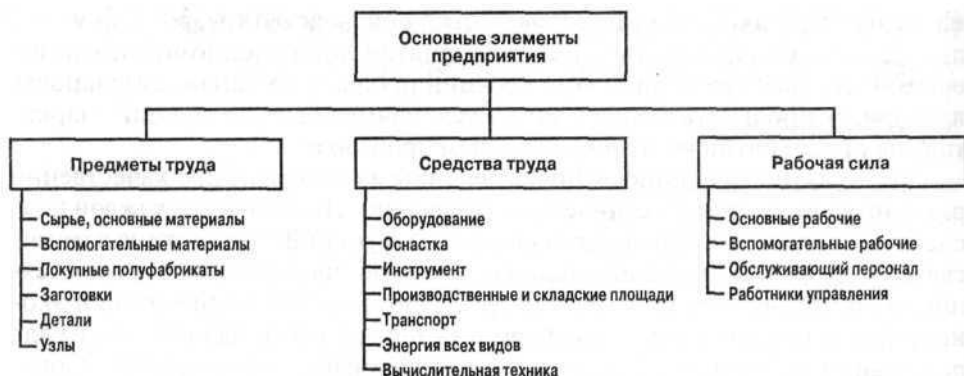


Рис. 18. Основные элементы предприятия

Подсистема персонала предприятия, в свою очередь, подразделяется на две более мелкие подсистемы: производственный персонал и управленческий персонал. На отечественных государственных предприятиях одни и те же люди часто выполняют ту и другую функции, а вот в развитых зарубежных странах наблюдается постоянная тенденция к разделению этих функций: для управления производственным персоналом все больше требуется людей со специальным психологическим образованием, обладающих навыками психологического и социологического воздействия на коллектив предприятия. Часто в социотехнической системе предприятия выделяют не две, а три подсистемы: техническую, производственный персонал (рабочие, специалисты, линейные и функциональные руководители), управляющие персоналом (кадровая служба) — экономические психологи.

Основными элементами любого предприятия являются: предметы труда, средства труда, рабочая сила. Соединение этих элементов в пространстве и во времени образует определенный производственный процесс, результатом которого является производство материальных благ или оказание услуг. Но это — самая общая группировка. Каждая из крупных интеграции разделяется на множество ее образующих (рис. 18).

На этом дифференциация элементов в системе предприятия не заканчивается. Например, категории основных и вспомогательных рабочих делятся по профессиям, а затем по квалификациям, выраженным разрядами. Оборудование состоит из многих станков, машин, аппаратов; станки также отличаются разнообразием — по назначению, мощности, производительности. Дифференциация элементов предприятия имеет свои закономерности. Она показывает сложность этой системы, важность четкой координации всех ее элементов, находящихся в постоянном движении и развитии. Дифференциация элементов системы «предприятие» убедительно доказывает, как сложно управление, координация множества элементов в условиях их различной адаптации к воздействиям с учетом изменений, которые происходят в системе благодаря непрерывному развитию и изменению элементов.

Порядок создания организационной формы управления предприятием представлен на рисунке 19.

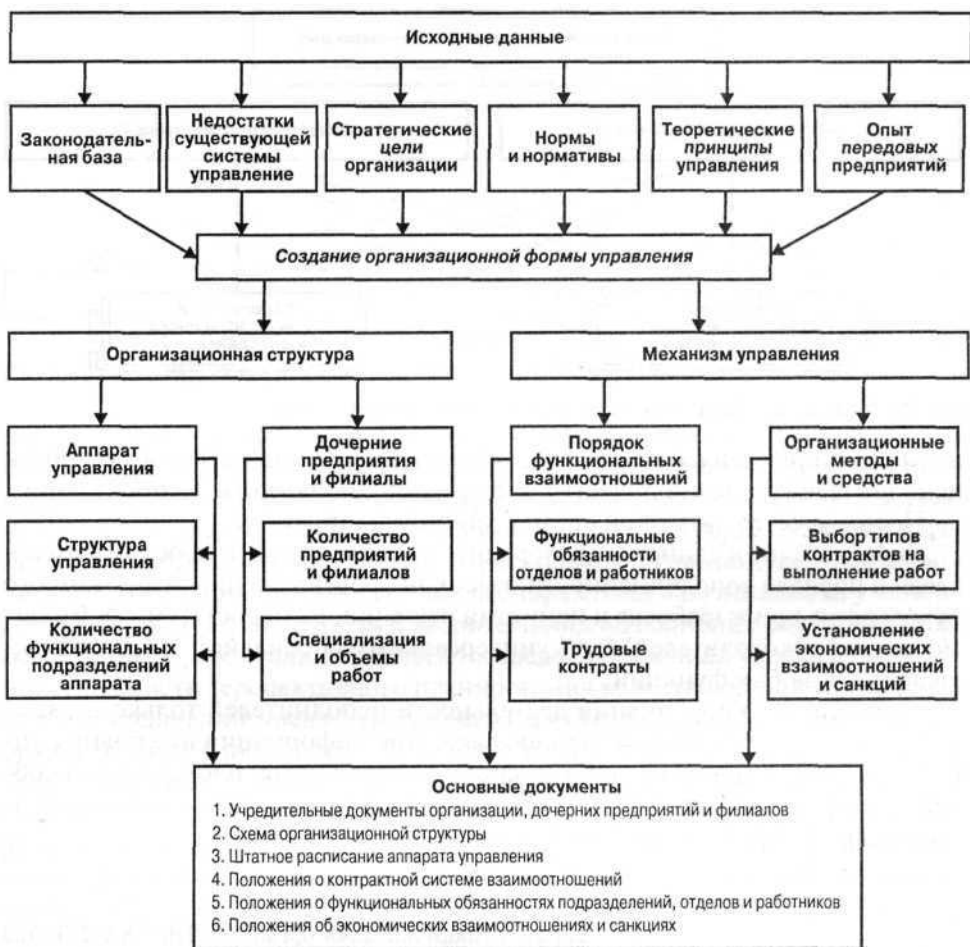


Рис. 19. Порядок создания организационной формы управления

2.4.1. Линейная организационная структура

В основу линейной организационной структуры управления (см. рис. 20) положен принцип единоначалия.

Такая структура характеризуется формализованной многоуровневой иерархией «руководитель — подчиненный». Взаимодействие между руководителями и подчиненными осуществляется по линейным (вертикальным) связям, при которых каждый работник подчинен и подотчетен только непосредственному руководителю. Линейный руководитель на каждом уровне отвечает за деятельность вверенного ему участка.

Такая форма управления в условиях рыночных отношений может применяться на малых и средних предприятиях при наличии простой по содержанию управленческой деятельности: решение стабильных задач и выпол-

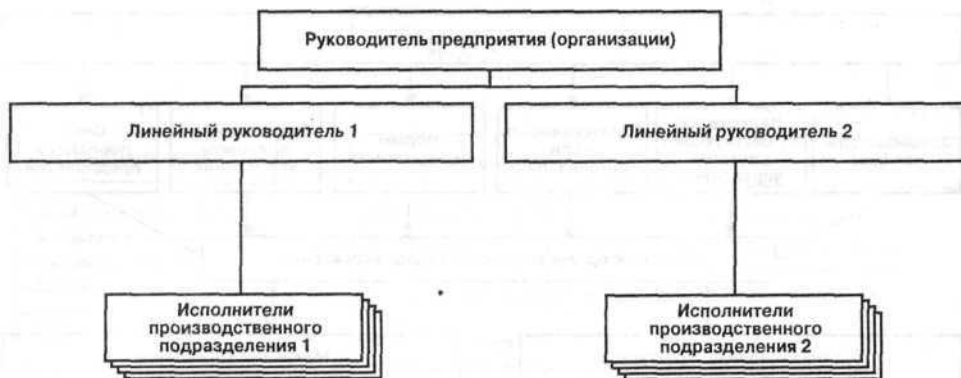


Рис. 20. Модель линейной организационной структуры управления

нение повторяющихся процессов, относительно одинаковые обязанности исполнителей, малое количество информации, приказов и распоряжений.

Преимущества линейной организационной структуры:

единоначалие и единство распорядительности; четкие и простые взаимосвязи в порядке соподчиненности; высокий уровень специализированного руководства при выработке и принятии решений. Ее недостатки: необходимость (для руководителей) быть универсальным специалистом, способным выполнять любые функции;

возможность координации деятельности исполнителей только на высшем уровне управления; медленное движение информации по уровням управления; недостаточная гибкость системы управления, плохая приспособляемость к новым целям и задачам; ограничена возможность решения функциональных проблем, требующих специальных знаний.

2.4.2. Функциональная организационная структура

Функциональная организационная структура управления (см. рис. 21) является результатом изменения требований к управлению связи с ростом масштабов производства и усилением его специализации и концентрации. Основным принципом такой структуры является объединение аналогичных производственно-хозяйственных:

функций под руководством функциональных органов, которые подчинены руководителю предприятия (организации).

Функциональные руководители располагают линейной властью по отношению к специализированным подразделениям. Наличие специализированной иерархии по конкретным областям деятельности (технической, экономической, коммерческой) повышает эффективность управления.

Преимущества функциональной организационной структуры: гибкость и приспособляемость к изменениям внешней среды при рыночных отношениях; восприимчивость к переменам, новым целям и задачам, способствующим повышению эффективности при их реализации; эффективность при-

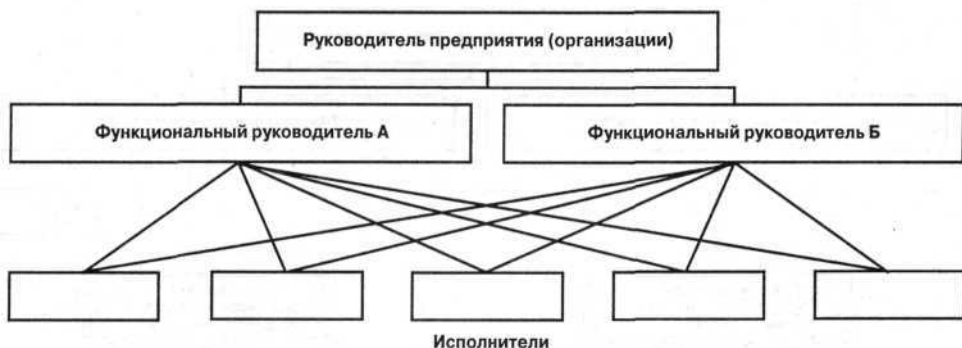


Рис. 21. Модель функциональной организационной структуры управления

нения решений за счет функциональной специализации работников. Недостатки: сложность системы межфункциональной координации различных распоряжений, которая может успешно осуществляться только на высшем уровне управления; нарушение принципа единства из-за поступления к одному исполнителю распоряжений от нескольких функциональных руководителей, появления противоречивых распоряжений и возможности у исполнителей самим устанавливать приоритетность выполнения распоряжений; ослабление горизонтальных связей на среднем и низших уровнях управления; сложность перспективного планирования развития организации. Кроме того, увеличение числа функциональных служб способствует ухудшению оперативности управления и принятию мелких частных решений; у руководителей среднего уровня управления вырабатывается чувство приверженности своему подразделению в ущерб общей системе. Функциональные подразделения стремятся к самосохранению, когда надобность в них отпадает. Несмотря на эти недостатки, функциональная система управления широко используется в развитых странах Европы и Америки.

2.4.3. Линейно-штабная организационная структура

Линейно-штабная организационная структура управления (см. рис. 22) является разновидностью линейной структуры. Характерная особенность линейно-штабной системы управления — наличие при линейных руководителях специальных подразделений — штабных служб. Деятельность этих служб координирует линейный руководитель, отвечающий за функционирование закрепленного за ним объекта. Возникновение линейно-штабной организационной структуры управления вызвано необходимостью избежать недостатка линейной структуры с целью компенсации функциональных качеств линейных руководителей и повышения их возможностей решения функциональных проблем с помощью штабных работников-специалистов.

Преимущества линейно-штабной организационной структуры: повышение качества принимаемых решений в результате специализации исполнителей по отдельным важным проблемам; возрастание уровня и качества ли-

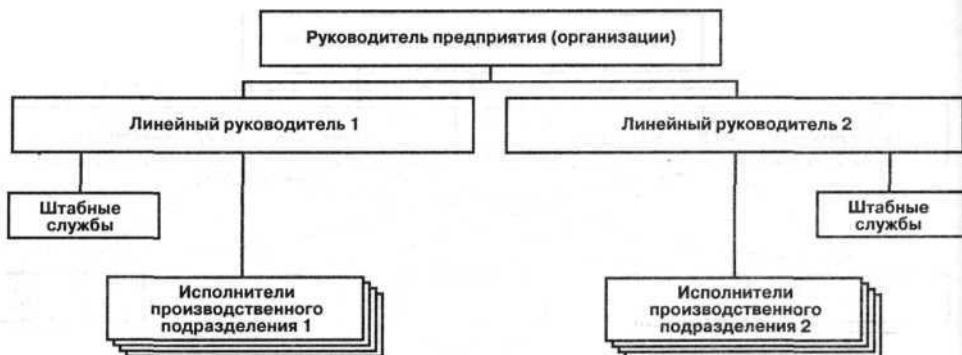


Рис. 22. Модель линейно-штабной организационной структуры управления

нейного руководства; более высокая приспособленность к решению определенных творческих и технических функций. Недостатки: увеличение нагрузки на линейного руководителя при развитии штабных подразделений; дублирование общих функций при каждом линейном руководителе, низкая эффективность из-за дублирования штабных подразделений; разбухание штабов при возникновении различных проблем, что ведет к резкому увеличению нагрузки на линейных руководителей.

2.4.4. Линейно-функциональная организационная структура

Линейно-функциональная организационная структура управления (см. рис. 23) положена в основу отраслевой многозвенной формы управления, которая получила распространение в нашей стране в 60—80-е годы. Считалось, что эта форма обеспечивает сочетание специализации функций управления с единством распорядительства, высокую производительность и дисциплину труда.

Недостатки линейно-функциональной организационной структуры: воспитание безынициативных работников средних и высших уровней управления; инерционность и слабая приспособляемость к изменению целей, задач и условий деятельности; не достижимость эффективной координации на верхнем уровне из-за сложности задач, стоящих перед отраслями; перегрузка руководителей высшего уровня вопросами координации действий отдельных исполнителей; отсутствие регламентации горизонтальных связей; отсутствие экономической ответственности руководителей высшего уровня управления за принятые решения; неопределенность прав и ответственности нижестоящих руководителей; непонимание работниками подразделений связи своей деятельности с целями предприятия.

Кроме того, руководящие работники склонны отождествлять цели своего подразделения с целями предприятия. Одновременно каждый орган управления выполняет небольшие текущие работы, не связывая их с решением общеотраслевых задач. Опыт работы показал, что в центральном аппарате министерств наряду с функциональными управлениями существовали главные управления, выполняющие оперативно-производственные функ-



Рис. 23. Модель линейно-функциональной организационной структуры

ции и задачи. При этом главные управления имели собственный функциональный аппарат, дублировавший работу аналогичных структурных подразделений министерства.

Таким образом, организационные структуры управления разделяются на два основных типа: линейный и функциональный. Кроме того, в практике управления применяется программно-целевой метод управления, а также метод математического моделирования управления предприятием.

Экономико-психологическая сущность оргструктур управления будет рассмотрена ниже как по типам задач, стоящих перед предприятием, так и по преимуществам и недостаткам каждого вида структур.

Последовательность процесса моделирования управления предприятием рассмотрим на примере схемы концептуальной модели экономической деятельности (рис. 24).

При построении математической модели системы (ММС) можно выделить несколько этапов, приведенных на рис. 25. Рассмотрим эти этапы.

1 этап. Постановка задачи. Этапу предшествует возникновение каких-либо ситуаций или проблем, осознание которых приводит к мысли их обобщения или решения для последующего достижения какого-либо эффекта. Исходя из этого объект описывается, отмечаются вопросы подлежащие решению и ставится цель исследования. Здесь необходимо уяснить, что мы хотим получить в результате исследований. Необходимо также предварительно оценить, нельзя ли получить эти результаты другим путем.

2 этап. Определеиезадачи. Исследователь старается определить к какому виду относится объект, описывает параметры состояния объекта, переменные, характеристики, факторы внешней среды. Необходимо познать закономерности внутренней организации объекта, построить его структуру. Эта работа называется идентификацией системы. Отсюда выбирается задача исследования, которая может решать вопросы: оптимизации, сравнения, оценки, прогноза, анализа чувствительности, выявления функциональных соотношений и т.д. Следующая работа связана с разработкой сценария функционирования объекта и разработкой концептуальной модели. Например, для структуры общеэкономического баланса концептуальная модель строится следующим образом (см. рис. 24): со стороны предприятий на рынок конечных продуктов и услуг по-

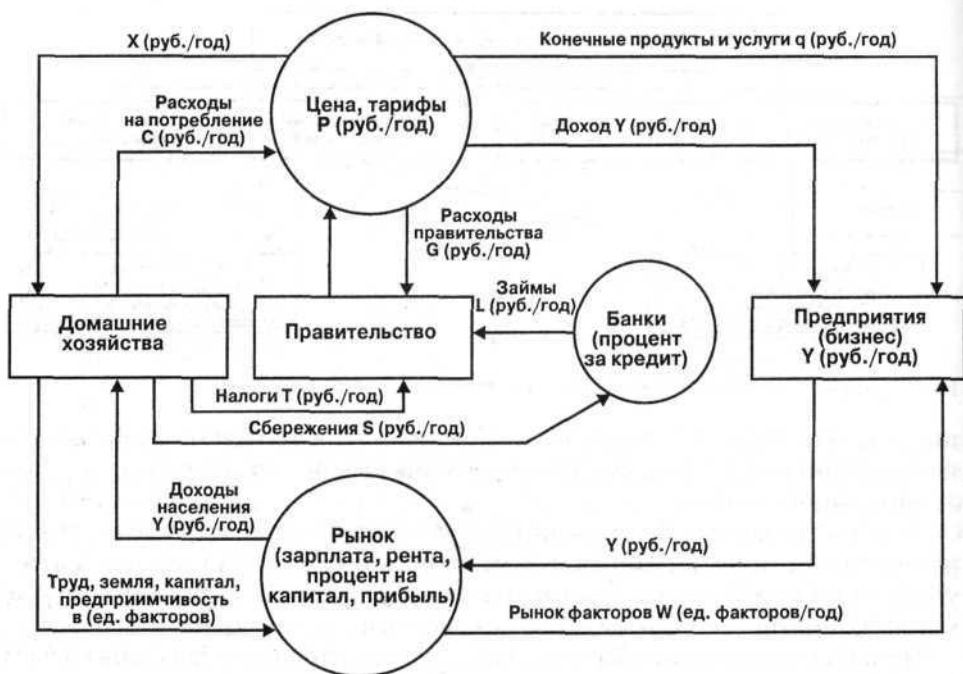


Рис. 24. Концептуальная модель экономической деятельности

ступает поток товаров, измеряемый для каждого отдельного вида товара в единицах продукции на единицу времени (обычно в год, q [ед./год]). В соответствии со складывающимся на рынке ценами (p [руб./ед.]); расходами домашних хозяйств (C [руб./год]) и правительства (G [руб./год]) поток расходов движется навстречу потоку товаров. Расходы правительства G включают оплату труда работников госучреждений и финансирование госзаказов предприятиям. Совместно с потоком инвестиций J [руб./год] потоки C и G — образуют главную часть дохода бизнеса, другой составляющей доходов бизнеса является экспорт E [руб./год] за вычетом импорта M [руб./год], т.е. результирующее сальдо $X = E - M$. Поток суммарных доходов бизнеса $Y = C + G + J + X$ [руб./год], что отражает так называемую структуру валового национального продукта (ВНП). Структура ВНП как совокупного потока доходов бизнеса имеет вид $Y_{\text{бизн}} = C + G + J + (E - M)$, а структура валового потока доходов домашних хозяйств: $Y_{\text{вал}} = C + S + T$, где T — налоги.



Рис. 25. Последовательность процесса моделирования

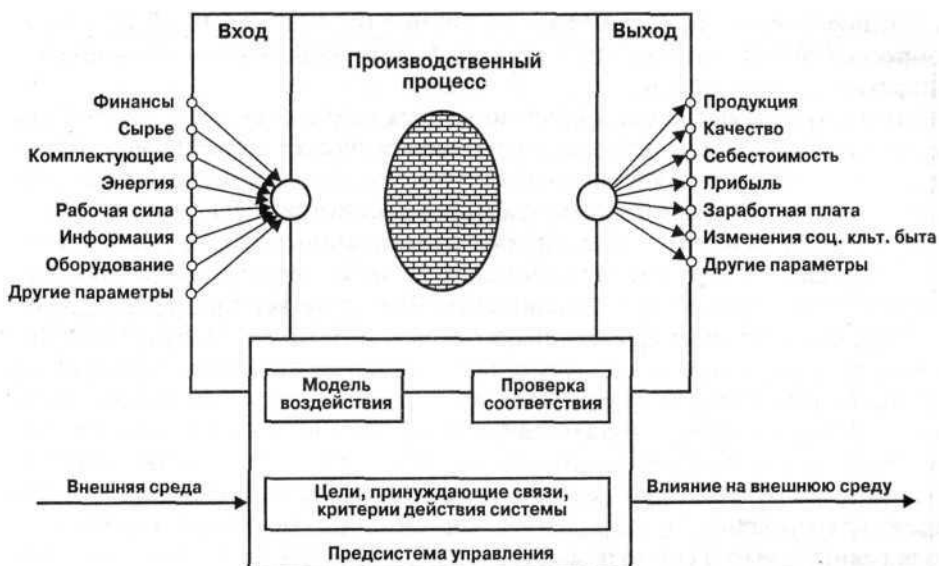


Рис. 26. Концептуальная модель функционирования производственной системы

Из модели макроэкономический баланс определяется фундаментальным уравнением Д. Кейнса:

$$Y_{\text{внп}} = f(Y_{\text{внд}}, T) + G + J + X(),$$

где $f(Y_{\text{внд}}, T)$ функция потребления домашних хозяйств. Необходимость проведения исследования возникает из реальных ситуаций, складывающихся в процессе работы систем, когда они в чем-либо начинают не удовлетворять каким-либо требованиям. Если недостатки очевидны и известны методы их устранения, то нет необходимости в исследованиях.

Концептуальная модель математического моделирования управления предприятием проверяется на адекватность исследуемой реальной системе.

Если посмотреть на схему построения концептуальной модели то можно увидеть, что процесс их построения представляет собой не только прямую, но и обратную связь отдельных этапов. Это означает, что при работе над последующим этапом приходится возвращаться к предыдущим для уточнения тех или иных моментов [463].

Для построения концептуальной модели производственно-экономическую систему рассматривают как кибернетическую систему, например, как это приведено на рис. 26. Здесь наглядно приводятся основные связи между элементами системы, выделены вход и выход и подсистема управления.

На основе концептуальной модели можно построить факторную модель, которая устанавливает логическую связь между параметрами объекта, входными переменными и выходными, факторами внешней среды и параметрами управления, а также учитывает обратные связи в системе.

Достоинством математического моделирования является строгое коли-

чественное выражение параметров и связей в организационной структуре и определении их оптимальной величины для управленческого аппарата конкретного предприятия. .

В практику определения организационных основ построения структуры фирмы на современном этапе развития экономической психологии широко внедряются методы институциональной экономики и, в частности, взаимоотношений «принципала» и «агента», которые рассмотрим более подробно.

Рост размеров фирмы обуславливает увеличение затрат «принципала», требующихся для контроля над действиями возросшего числа «агентов». Как отмечал «отец» научной организации труда Фредерик Тейлор, «вряд ли можно найти компетентного работника, который не затрачивал бы существенную часть своего времени на выяснение того, как медленно он может работать, не вызывая при этом у работодателя сомнений в своей добросовестности». Дилемму «принципала», заключающуюся в выборе между необходимостью контролировать «агента» и нежеланием нести связанные с осуществлением контроля издержки, проиллюстрируем с помощью следующей модели из теории игр. Пусть издержки «принципала» на осуществление контроля равны 1, выгода от добросовестного исполнения «агентом» своих обязанностей равна 2 и потери в случае недобросовестного исполнения равны 2. Учитывая, что в случае обнаружения факта недобросовестного отношения со стороны «агента» к выполнению своей задачи, или *отлынивания* (shirking), он теряет право на вознаграждение, взаимодействие «принципала» и «агента» описывается такой матрицей.

Взаимодействие «Принципала» и «Агента»

		«Принципал»	
		Контролировать	Не контролировать
«Агент»	Добросовестно работать	1; 1 [St ₂]	1; 20 [St ₁ , P]
	Отлынивать	0; -1	2; -2

Мы видим, что равновесие по Нэшу в этой игре отсутствует: достижение оптимального результата во взаимоотношениях между «принципалом» и «агентом» находится под угрозой, возникающей в процессе роста организации. Налицо проблема несовместимости стратегий «принципала» и «агента».

Возникновение и распространение тех или иных моделей внутрифирменной структуры нельзя объяснить *только* их сравнительной эффективностью в решении проблемы «принципала — агента». Вполне реальная ситуация, когда потребность в развитии новой внутрифирменной структуры возникает, однако так и остается нереализованной. Альфред Чандлер приводит в качестве примера ситуацию, сложившуюся в начале века в электротехнической промышленности. Несмотря на практически одновременное появление первых электротехнических предприятий в Великобритании, Германии и Соединенных Штатах, лидирующее положение на мировых рынках вскоре заняли лишь германские (AEG) и американские производители («General

Electric»). Более того, британские фирмы оказались вытесненными даже со своего национального рынка: AEG в этот период продавала в Британии больше своих продуктов, чем любая из английских фирм. Британским производителям, включает Чандлер, «не удалось развить организационные качества, необходимые для конкуренции на равных с германскими и американскими фирмами».

Следовательно, при анализе внутрифирменной структуры необходимо учитывать не только динамику транзакционных издержек (в первую очередь издержек мониторинга и предупреждения оппортунизма), но и зависимость организационного развития от предшествующей траектории (*organizational path-dependence*) по аналогии с «эффектом исторической обусловленности развития» в динамике институтов. Организационное развитие фирмы можно интерпретировать как движение по особой *траектории* структурных изменений. Анализ «эффекта исторической обусловленности» в развитии организации требует дополнения и частичного пересмотра аргументов, которые были сформулированы при изучении динамики институтов.

Во-первых, в рамках организации функции, аналогичные тем, которые выполняет идеология на институциональном уровне, переходят к *организационной культуре*. «В любой организации: предприятии, профсоюзе или политической партии, существует общая когнитивная составляющая — организационное знание». Организационная культура материализуется в нормах, правилах и традициях, на основе которых строятся взаимоотношения между «принципалом» и «агентами». Интерпретативная функция организационной культуры заключается в ее использовании «агентами» для оценки обоснованности решений «принципала» при наступлении тех или иных непредвиденных обстоятельств. «Организационная культура дает подчиненным *ex ante* представление о том, как организация будет реагировать на те или иные непредвиденные обстоятельства. Строго говоря, благодаря ее существованию организация получает свою идентичность». Таким образом, однажды сформировавшаяся организационная культура препятствует изменению типа взаимоотношений «принципала» и «агента».

Организационная культура — совокупность норм, правил и традиций, регулирующих взаимодействия между членами организации и являющихся выражением их коллективных знаний и опыта.

Во-вторых, важное место в повседневном функционировании организации занимают *рутины (routines)*. В данном контексте рутина определяется как «запоминание действия через его регулярное повторение» (*remember by doing*). Рутинная играет центральную роль в обеспечении информационного обмена между членами организации: она лежит в основе их способности получать, интерпретировать, формулировать и передавать сообщения. Каждая организация имеет свой «организационный диалект», ни в одной организации не говорят ни на «чистом» английском, ни на «чистом» русском языке.

Осуществление контроля существенно облегчается, если процедура контроля приобретает характер рутины. На примере из институтской жизни, отметим, что рутинный характер контроля посещаемости студентов (в начале или в конце семинара) предотвращает прогулы, мотивированные лишь

надеждой на то, что *в этот раз* проверить посещаемость забудут. Итак, способствуя решению проблемы «принципала-агента» через снижение информационной асимметрии внутри организации и облегчение контроля, рутина в то же время приводит к воспроизводству уже сложившихся взаимоотношений между ее участниками.

Движение по заданной траектории предполагает накопление и закрепление на основе организационной культуры и рутин определенного типа взаимоотношений между «принципалом» и «агентом». Поэтому важно знать ситуацию, являющуюся точкой отсчета организационного развития — она содержит в зародыше все варианты последующей эволюции. Ведь может случиться так, что «унитарная фирма в нестабильной среде имеет очень плохие показатели с точки зрения экономии транзакционных издержек, но она же оказывается более эффективной и жизнеспособной, чем фирма с гибкой организационной структурой, в условиях стабильности. Следовательно, внутрифирменная структура, сформировавшаяся в условиях нестабильности и задавшая траекторию последующего развития фирмы, предопределяет потери в будущем, когда внешняя среда стабилизируется. Парадокс заключается в том, что в долгосрочной перспективе наиболее выгодной может оказаться неоптимальная в краткосрочной перспективе структура. Именно этот парадокс можно проиллюстрировать на примере послевоенного развития японских фирм, начинавших свою эволюцию с высокой степени интеграции и централизации структуры, которая привела к потерям на *первом этапе* и обеспечила преимущества на *последующих*.

Специфика траекторий развития предприятий обуславливает национальные отличия в организационной структуре предприятий. Несмотря на то, что сегодня большинство крупных предприятий в любой стране действует с учетом складывающихся на мировом рынке тенденций, наблюдается разнообразие их структур и используемых ими стратегий. Ведь совокупность факторов, повлиявших на выбор траектории организационного развития, в каждой стране уникальна. К факторам, определяющим траекторию организационного развития, относятся:

- институциональная среда, в том числе траектория институционального развития;
- степень специфичности активов (степень развитости конкурентного рынка);
- степень неопределенности внешней среды (степень стабильности рынка);
- степень склонности к риску (доля людей нейтральных к риску в общей численности населения страны);
- степень сложности сделок, зависящая от общего уровня социально-экономического развития;
- соотношение цены доступа к закону и цены внезаконности. Отличия национальных траекторий организационного развития касаются не только структуры — унитарной, холдинговой или мультидивизиональной, — но и целевой функции, поведения предприятия в отношениях с поставщиками, потребителями и наемными работниками, а также многих других параметров функционирования предприятия. Постара-

Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности

емя описать несколько идеальных типов предприятий: предприятие, действующее в командной экономике (предприятие *К*); американская фирма (фирма *А*); японская фирма (фирма *Я*) и предприятие переходного типа (предприятие *П*).

1. Предприятие, действующее в командной экономике. Интерес к этому типу предприятия вызван главным образом тем, что корни значительной части российских и восточноевропейских предприятий лежат в командной экономике. Предприятие, действующее в командной экономике, ориентировано не на максимизацию прибыли, а на выполнение плана с нормальной напряженностью. Распоряжения «принципала» (планового органа) не носят абсолютного характера, а являются предметом обсуждения, или *планового торга*. «В этом торге голос предприятия предупреждает о верхнем пределе допуска, об отклонении вверх от нормы, а голос вышестоящего органа напоминает о нижнем пределе допуска, об отклонении от нормы вниз». Отдельного анализа требует здесь фигура «принципала». Согласно коммунистической идеологии, «принципалом» при социализме являлись все трудящиеся, осуществлявшие свое право на контроль над деятельностью предприятия *К* через представителя своих интересов — плановый орган. Структура властных отношений должна была бы выглядеть следующим образом:

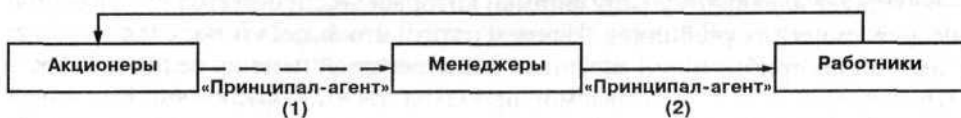


Рис 27. Структура властных отношений в системе «Принципал»—«Агент»

Но эффективные механизмы контроля существовали лишь в отношениях между плановым органом и дирекцией предприятия и между дирекцией предприятия и его работниками. Жесткая дисциплина выполнения производственных заданий достигалась посредством трех механизмов контроля — партийного (через партийные организации), хозяйственного (через министерства и ведомства) и советского (через исполнительные органы Советов народных депутатов). Механизмы же контроля плановых органов со стороны трудящихся отсутствовали, вследствие чего трудящиеся не могли реализовать свои интересы как «принципала». Поэтому фактически плановый орган из «агента» превратился в единственного «принципала», бесконтрольный бюрократический аппарат получил возможность отождествить свои интересы с интересами общества в целом. Основываясь на приведенных аргументах, предприятие *К* следует определить как подразделение унитарной организации, которой являлось министерство или ведомство («контора»).

Структура производственных и сбытовых связей предприятия *К* в силу его положения как подразделения унитарной организации задана ему «принципалом». Все горизонтальные связи между предприятиями *К* осуществляются через вертикальные — через обращение к «принципалу». Структура снабженческо-сбытовых связей происходит от такого механизма распределения ресурсов, как *выделение*, или фондирование. Выделение заклю-

чается в определении министерством или ведомством основных потребителей продукции и поставщиков предприятия. Попытки предприятия *K* самостоятельно изменять структуру снабжения и сбыта жестко пресекались «принципалом». В советской судебной практике 80-х годов можно встретить, например, «дело модельщиков». Вся вина руководства и работников цеха по производству моделей для литья заключалась в стремлении найти потребителей, готовых платить по более высоким договорным расценкам.

Специфична и система трудовых отношений на предприятии *K*. Нижний предел числа занятых определяется плановыми заданиями, верхний — ожидаемой величиной дефицита рабочей силы. Рабочая сила, как и всякий другой ресурс в ресурсоограниченной экономике, дефицитна. Поэтому предприятие стремится создать собственный запас ресурсов, в том числе и рабочей силы — в форме *избыточной занятости*. При этом, естественно, предприятие *K* не в состоянии обеспечить работой всех своих работников и выплачивает им уравнительную и фактически не заработанную ими заработную плату. «Отняв у рабочего функции хозяина, лишив его возможности реально влиять на результаты производства, бюрократия компенсирует это возможностью получать незаработанную заработную плату».

2. *Фирма А*. Американская фирма, или фирма *A*, в наибольшей мере соответствует идеальному типу фирмы, который анализируется на страницах неоклассических учебников. Начнем с того, что фирма *A* нацелена на максимизацию прибыли при заданных конкурентной цене на ее продукцию и структуре издержек, описываемой производственной функцией. Как утверждает Милтон Фридмен, во многих ситуациях отдельная фирма ведет себя, как если бы она стремилась максимизировать свою ожидаемую прибыль и обладала бы для этого всей необходимой информацией. Подобная оговорка делается для защиты от эмпирического опровержения гипотезы о нацеленности фирмы на максимизацию прибыли. Даже если в некоей фирме нет ни одного сотрудника, умеющего грамотно рассчитать условия равновесия фирмы на конкурентном рынке, она ведет себя на рынке так, как если бы максимизировала прибыль по всем канонам неоклассической теории.

Ориентация на максимизацию прибыли задана целевой функцией «принципала» фирмы *A* — ее акционеров. Основной интерес акционеров заключается в максимизации своего дохода в расчете на одну акцию, который зависит от размеров реинвестировавшей прибыли предприятия по итогам года. В свою очередь, размер прибыли всецело определен действиями «агентов» — наемных менеджеров фирмы *A*. Взаимоотношения типа «принципал-агент» возникают и между менеджерами и наемными работниками.

Решение проблемы «принципала—агента» во взаимоотношениях акционеров и менеджеров происходит на базе двух альтернативных механиз-

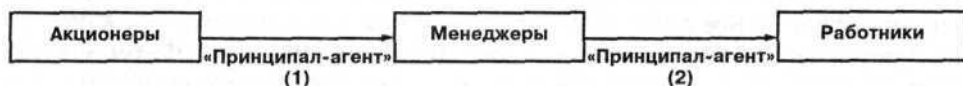


Рис 28. Взаимоотношение «Принципал»—«Агент» в фирме

мов — «голоса» и «выход». Акционеры могут реализовать свое право на контроль над деятельностью менеджеров либо участвуя в годовом собрании акционеров и изменяя состав совета директоров («голос»), либо продавая свои акции и выражая тем самым неодобрение действиям менеджеров («выход»). Дисциплинарное воздействие на менеджеров со стороны рынка их услуг малоэффективно в силу высоких транзакционных издержек на этом рынке и высокой степени специфичности обмениваемых на нем ресурсов — управленческих навыков и талантов.

Обе альтернативы — и «голос», и «выход» — имеют свои недостатки. Голосование порождает «проблему безбилетника» для владельцев небольших пакетов акций. Кроме того, повестку дня собрания акционеров контролируют сами менеджеры. А продажа акций неудачно управляемой фирмы всегда приносит убыток владельцам ввиду заниженного курса акций. Исправить положение с «голосом» можно с помощью практики доверительного голосования (ргоху), когда владельцы небольших пакетов доверяют голосовать от своего имени владельцам более крупных пакетов. А оптимизировать использование выхода возможно при использовании тендерных предложений на покупку — продажу консолидированных пакетов акций.

Решение проблемы «принципала—агента» во взаимоотношениях менеджеров и работников основывается на принципах *фордизма* — системы организации труда, разработанной Генри Фордом в период Великой депрессии⁴⁰. Основными элементами фордизма как политики взаимоотношений менеджеров и наемных работников являются:

- высокий уровень оплаты труда, включающий индексацию заработной платы в зависимости от роста цен;
- жесткая производственная дисциплина, где машина (например, конвейер) играет роль инструмента контроля над действиями работника;
- профсоюзы выполняют роль посредника в конфликтных отношениях между работодателями и наемными работниками;
- высокая степень ротации кадров на предприятиях одной и той же отрасли (например, между «Ford» и «General Motors»).

Наконец, структура производственных и сбытовых связей фирмы *A* полностью подчинена задаче минимизации транзакционных издержек. «Интеграция — назад, вперед и комбинирование — больше связана с целями минимизации транзакционных издержек, чем с альтернативными устремлениями, и выбор структуры поставщиков, покупателей, а также типа заключаемого с ними контракта (имплицитного — в случае интеграции) отражает стремление фирмы снизить сложившийся на данный момент на рынке уровень транзакционных издержек. Например, ввиду необходимости высоких специализированных инвестиций в обеспечение рефрижераторной техникой для транспортировки мясной продукции чаще всего мясоперерабатывающие заводы решают вопросы транспортировки не на основе подряда, а покупая собственный парк рефрижераторов.

3. *Фирма J*. Японская фирма, названная Мацашико Аоки фирмой *J*, существенно отличается от американского аналога. Фигуру «принципала» в фирме *J* трудно определить только на основе статистических данных о рас-

пределении акций между различными категориями собственников. Эти данные позволяют лишь сказать, что «принципалом» в японских фирмах не являются индивидуальные акционеры, как в США. Если в 1949 г. примерно 70% акций японских компаний принадлежало индивидуальным акционерам (напомним, в послевоенный период речь шла об импорте института — фирмы *A* — в Японию), то к концу 80-х годов в их руках осталось лишь 24% акций. 42% акций фирмы /принадлежит финансовым институтам, 25% — холдингам типа довоенных «дзайбатсу».

Однако главная трудность, возникающая при анализе японских фирм, — невозможность опираться лишь на формальные, закрепленные в различных регламентирующих документах данные. Несмотря на то, что в числе легальных собственников отсутствуют работники фирмы *J*, они в действительности принимают самое непосредственное участие в осуществлении контроля над деятельностью своей фирмы. М. Аоки предлагает термин «дуальный контроль» для описания ситуации, когда в роли «принципала» выступают одновременно и внешние акционеры, и «инсайдеры» — работники предприятия. Причем сферы контроля довольно четко разделены между акционерами и работниками. Крупные акционеры, в первую очередь банки, отказываются от текущего контроля до тех пор, пока предприятие обеспечивает приемлемый уровень дохода на акцию. Тем самым они доверяют текущий контроль самим работникам фирмы. Оговоримся, что речь идет о квазипостоянных работниках, а не о нанятых по краткосрочным контрактам.

Таким образом, японская фирма очень близка к модели коалиции «агентов» и в ней отсутствуют классические отношения типа «принципал—агент». Данный тезис подтверждается и следующими фактами. Во-первых, в фирме /активно используется ротация работников по подразделениям и выполняемым функциям: идеалом является универсальный работник, способный и выполнять смежные операции, и осуществлять функции руководства. Например, преимущественно горизонтальную координацию иллюстрирует практика откомандирования инженеров, занимающихся разработкой новых продуктов, на производство, и наоборот, ежегодная стажировка «линейных» инженеров в опытно-конструкторских бюро. Горизонтальные принципы координации позволяют настолько оптимизировать циркуляцию информационных потоков внутри фирмы, что подразделения практически обходятся без создания страховых запасов сырья и комплекующих, работая «с колес» и заказывая новые партии из других подразделений по мере возникновения необходимости (система «точно вовремя» —just in time).

Во-вторых, принцип ротации лежит и в основе планирования карьерного роста работников. В фирме /действует иерархия рангов, то есть оплата труда работников и их социальный статус определяются не размером заработной платы, а рангом во внутрифирменной иерархии. Карьерный рост для вновь нанятого работника начинается с низших ступеней и продолжается в течение всей его трудовой деятельности. Интересно, что и банки-акционеры, и фирма *J*, и ее контрагенты образуют единую иерархию рангов. Поэтому карьера работника, начавшись на предприятии, может найти свое продолжение в банке или фирме-контрагенте, и наоборот.

Японская корпорация контролируется коалицией агентов, что изменяет целевую функцию фирмы: максимизация прибыли занимает отнюдь не первое место в ее иерархии целей. На первом месте находится обеспечение непрерывного роста доли рынка, контролируемой фирмой, ведь такой рост создает предпосылки для организационной экспансии, расширения и развития структуры. «Рост вознаграждает тех, кто его обеспечил», — этот принцип верен именно в отношении японской фирмы, где организационная экспансия увеличивает число рангов и, следовательно, улучшает перспективы карьерного роста ее работников. Иными словами, контроль и акционеров, и работников ориентирует фирму на максимизацию организационной квазирынта через рост объемов выпуска и продаж: только такая цель примирят интересы столь разных собственников.

В завершение скажем несколько слов относительно взаимоотношений фирмы Ус ее основными контрагентами — смежниками и государством. Каждая фирма имеет круг квазипостоянных смежников — «кейретсу». Причем в крупных корпорациях типа «Toyota» смежники группируются вокруг головной фирмы в три эшелона. Первый состоит из наиболее стабильных (таких смежников, работающих на основе неоклассического контракта, у «Toyota» 122), второй — из тех, отношения с которыми могут быть прерваны в случае радикального изменения ситуации на рынке (5437 фирм), и третий — из поставщиков, работающих на основе краткосрочных контрактов (41703 фирмы). При построении «кейретсу» к фактору экономии траусакционных издержек на основе репутации смежников добавляется фактор разделения риска: основное воздействие рыночной конъюнктуры ощущают на себе смежники второго и особенно третьего эшелонов.

Что касается отношений с государством, то в отличие от фирмы А фирма /не стремится к полной автономии и независимости от него. Фактически государство рассматривается японской фирмой в качестве арбитра, медиатора между корпоративными интересами и интересами общества в целом, гаранта сохранения равновесия в борьбе корпораций.

4. *Предприятие переходного типа.* Рыночные реформы в странах Восточной Европы привели к появлению еще одного идеального типа предприятия, находящегося на полпути между предприятием К и фирмой А — предприятия переходного типа. «Промежуточное» положение предприятия 77, однако, не означает, что его можно описать, используя различные комбинации элементов предприятия К и фирмы Л. Возьмем хотя бы целевую функцию предприятия П: она не сводится ни к реагированию на административные команды, ни к максимизации прибыли. Предприятие П *ориентировано на выживание*, на сохранение трудового коллектива, в связи с чем некоторые исследователи даже предложили термин «предприятие, ориентированное на выживание», для характеристики данного идеального типа.

Специфика выбора целей предприятия переходного типа связана с его структурой собственности. Как и в случае фирмы J, здесь наблюдается расхождение формальной и реальной структур собственности и тоже в пользу «инсайдеров» — работников и руководителей предприятия. Речь идет о «рекомбинированной» собственности, допускающей:

- размытость границ частной и государственной собственности. Формально приватизированное предприятие независимо от государственного бюджета. Однако неготовность государства инициировать банкротство не выполняющих контрактные обязательства и обязательства перед бюджетом предприятий равносильна согласию государства взять часть дебиторской задолженности на себя. Практика проведения взаимозачетов «имитирует подлинные финансовые сделки и просто маскирует тот факт, что невозможно остановить предприятия, так как это вызовет протесты рабочих и спад производства»;
- размытость организационных границ предприятия. Проблема неплатежей отражает не только несоответствие денежной массы объему производимых товаров и услуг, но и готовность предприятий предоставлять *товарный кредит* своим смежникам. Учитывая низкую культуру исполнения договорных обязательств, единственным объяснением добровольного допущения предприятиями взаимных неплатежей является предположение о существовании взаимного контроля между предприятиями-смежниками, позволяющего организовать товарно-денежные потоки *между* предприятиями на тех же принципах, что и потоки *внутри* фирмы;
- несовпадение формальной и реальной структур собственности. Внешние собственники, как правило, не могут реализовать свое право контроля над менеджерами предприятия Я ввиду далеко не оптимального функционирования фондового рынка и оппортунистического использования менеджерами асимметрии информации. В результате «агенты» — менеджеры — сохраняют контроль даже над теми предприятиями, основная часть акций которых принадлежит внешним инвесторам.

Таким образом, ориентация на выживание означает стремление «агентов» сохранить status quo — ситуацию невозможности реализации «принципалами» своего нрава на контроль ни посредством «голоса», ни посредством «выхода». Следовательно, оппортунизм «агентов» является ключевым моментом в функционировании предприятия Я. Заметим, что сами менеджеры сумели сохранить контроль над работниками («агентами» по отношению к ним самим). Им это удалось не в последнюю очередь за счет политики патернализма, выражающейся в содержании объектов социальной сферы (жилищно-коммунальное хозяйство, базы отдыха, детские учреждения, снабжение в натуральной форме) на балансе предприятия, несмотря на финансовые трудности.

Структура производственных связей формируется предприятием П не по критерию минимизации транзакционных издержек, а на основе стремления сохранить проверенные временем связи. Еще в 1993—1994 г. подавляющее большинство российских предприятий сохраняло старые связи с основными поставщиками (83%) и потребителями (70%) и очень скептически относилось к перспективам поиска новых партнеров. Одна из возможных интерпретаций консерватизма в политике снабжения и сбыта заключается в предположении о запретительно высоких транзакционных издержках заключения контрактов с новыми партнерами. В первую очередь это связано с

Таблица 17

Критерии сравнения идеальных предприятий командной экономики американских и японских фирм и предприятий переходного периода

Критерий сравнения	Предприятие К	Предприятие А	Предприятие J	Предприятие П
Целевая функция	Выполнение плана с нормальной напряженностью	Максимизация прибыли	Максимизация организационной квази ренты через рост объемов производства и продаж	Выживание предприятия, сохранение трудового коллектива
Структура собственности	Формально — государственная, реально — собственность «контор»	Акционерная, с преобладанием среди акционеров (физических лиц	Формально — акционерная, реально — акционерная с элементами коллективного предприятия	Формально — акционерная, реально — «рекомбинированная»
«Принципал»	«Контора» (министерство, ведомство)	Индивидуальные акционеры	Коалиция акционеров и квазипостоянных работников	Руководство предприятия
Степень жесткости бюджетного ограничения	0—2	4	3—4	2—3
Характеристика внешней среды	Стабильная	Риск	Риск	Неопределенная
Способы решения проблемы «принципала—агента»	Непосредственный контроль в трех формах (административный, партийный, профсоюзный, или советский)	Через «голос» или через «выход»	Использование модели фирмы как коалиции «агентов»	Политика патернализма во взаимоотношениях руководства предприятия и его работников
Факторы, определяющие структуру хозяйственных связей	Все горизонтальные связи осуществляются через вертикальные (в рамках выделения ресурсов)	Минимизация трансакционных издержек	Минимизация трансакционных издержек и распределение риска между смежниками различных эшелонов	Сохранение сложившихся ранее связей, отказ от поиска новых ввиду высоких трансакционных издержек
Взаимоотношения с государством	Подчинение командам планового органа	Полная независимость	Использование в качестве арбитра при возникновении конфликтов с другими предприятиями	Формальная независимость, но государство берет на себя часть обязательств в рамках реальной централизации управления пассивами
Политика занятости	Спрос на труд как функция от ожидаемой величины дефицита ресурсов	Спрос на труд как функция от ожидаемого спроса на продукцию и производительности труда предельного работника	Спрос на труд квазипостоянных работников стабилен, ожидаемый спрос на продукцию влияет лишь на размеры частичной и временной занятости	Спрос на труд стабилен ввиду ориентации на сохранение ядра трудового коллектива, «навес» избыточной занятости сокращается за счет добровольных увольнений
Политика заработной платы	Фиксированная, на основе единой тарифной сетки	Гибкая, в зависимости от предельной производительности труда	Фиксированная, в зависимости от места работника в иерархии рангов	Фиксированная
Координация деятельности работников	Вертикальная, на основе выполнения команд дирекции	Вертикальная, дирекция специализируется на обеспечении координации	Горизонтальная ротация работников и установление прямых связей между подразделениями	Вертикальная, зависимость работника от дирекции (достигаемая с помощью патернализма)

Форма профсоюза	Отраслевой	Отраслевой	Профсоюз предприятия	Отраслевой
Функции профсоюза	Дополнительный механизм контроля работников; распределение социальных благ	Посредник при возникновении конфликтов работников с работодателями	Представительство интересов всех «инсайдеров», от рядовых работников до дирекции	Профсоюзы обладают минимальным мобилизующим потенциалом

* Ранжирование построено согласно аналогии, заимствованной у Я. Корнай. Каждая степень жесткости бюджетного ограничения иллюстрируется определенным этапом взросления ребенка: 0 — ребенок получает от родителей все в натуральной форме, не имея возможности повлиять на их решения; 1 — ребенок продолжает получать все в натуральной форме, но уже способен сформулировать свои потребности; 2 — ребенок получает содержание в денежной форме; 3 — ребенок почти самостоятелен, но может рассчитывать на эпизодическую денежную помощь в трудных ситуациях; 4 — человек зарабатывает себе на жизнь сам.

высокой вероятностью оппортунистического поведения новых партнеров. Оппортунизм старых партнеров практически исключен благодаря их сложившейся репутации и существующим в среде «красных» директоров особым этическим нормам, действующим лишь в отношении «своих».

Таким образом, специфическая комбинация факторов, обуславливающих выбор внутрифирменной структуры, имеет тенденцию к самовоспроизводству на основе организационной культуры. Речь идет о развитии организации по траектории, которая задается в момент ее образования, об аналоге «эффекта исторической обусловленности развития» в организационной эволюции. Именно существование «эффекта исторической обусловленности развития» позволяет говорить о четырех идеальных типах предприятий: предприятии, действующем в командной экономике, фирме А, фирме /и предприятии переходного типа. Такие типы предприятий отражают специфические комбинации факторов, сложившиеся в командной экономике (экономике советского типа), совершенно конкурентной экономике (экономике американского типа), корпоративной модели экономики (экономике японского типа) и переходной экономике (экономике российского типа).

Обзор практики многих предприятий, организаций и фирм позволяет выделить более или менее общие принципы, правила проектирования новых и совершенствования существующих организационных структур. Они в основном сводятся к следующему:

- схемы организационной структуры проектируют снизу вверх, начиная с выделения самостоятельных производственных подразделений, выполняющих часть работы, поскольку производство первично, а обслуживающий его аппарат — элемент вторичный, производный;
- чем крупнее предприятие, тем больше возможностей для внутренней производственной специализации (которая является основой высокоэффективного производства);
- каждый руководитель производственного подразделения должен иметь полный набор прав, ресурсов и знаний для самостоятельного решения всех вопросов, связанных с нормальным функционированием объекта управления;
- линии подчинения на схеме организационной структуры должны быть

кратчайшими и, как правило, совпадать с кратчайшим физическим расстоянием между объектом и субъектом управления;

- расположение производственных и управленческих единиц на схеме по вертикали означает направление команд сверху вниз и обратную связь, а также информацию снизу вверх.
- очередность расположения производственных подразделений или управленческих звеньев по горизонтали должна максимально отражать их последовательную производственную кооперацию и возможность (при необходимости) подчинения одному лицу более высокого уровня;
- линии подчинения и информации на схеме организационной структуры не должны пересекаться. Каждая линия и объем информации должны предполагать какое-то решение и обратную связь;
- разработанная абстрактная схема организационной структуры подлежит «привязке» с учетом личных качеств руководителей любого уровня. Эти тонкие «отделочные» работы должен выполнять руководитель предприятия;
- количество подразделений или лиц, подчиненных одному руководителю, должно решаться в каждом конкретном случае. Филиалов предприятия как центров образования прибыли должно быть от 3 до 5; руководитель среднего звена должен иметь не более 8—10 прямых объектов управления, руководитель нижнего звена — не более 3—4 объектов управления и не более 17—25 подчиненных рабочих. На Западе широко известен принцип: «Лучшая политика — больше высококвалифицированных служащих, способных хорошо и до конца исполнять свои обязанности без помощи руководителя, и меньше самих руководителей»;
- в сфере производства и управления необходимо придерживаться минимальной потребности в управленческих кадрах, исходя из соображений управленческих («один хороший руководитель лучше двух средних») и финансовых («один хороший руководитель стоит предприятию дешевле двух средних»);
- интегральным исчерпывающим критерием правильности решения стратегических вопросов организации и управления является высокий и стабильный уровень рентабельности предприятия.

Особого внимания заслуживает последовательность разработки организационных структур. Она включает следующие основные этапы действий:

- вначале необходимо осуществить деление предприятия по горизонтали на широкие блоки, соответствующие важнейшим направлениям реализации стратегии и решить, какие виды деятельности должны выполняться линейными подразделениями, а какие — функциональными;
- затем должны быть установлены соотношения полномочий различных должностей. Далее, при необходимости, производят дальнейшее деление предприятия по горизонтали на более мелкие организационные подразделения для более эффективного использования специализации и избежания перегрузки руководителей;
- и наконец, разработка функциональной матрицы и на ее основе — должностных инструкций как совокупности конкретных задач и функций.

Важно понять, что появившаяся в итоге проектирования организационная структура — не застывшая форма, подобная каркасу здания. Поскольку организационные структуры управления основываются на планах, то существенные изменения в них могут потребовать соответствующих изменений в структуре. На действующих предприятиях к процессу изменения организационной структуры следует относиться как к реорганизации, так как этот процесс, как и все функции управления, бесконечен.

Организационная структура любого предприятия должна планироваться количественно измеряемыми (объем работ предприятия, число и объем работ его подразделений, количество и квалификационный состав персонала в каждом подразделении и др.) и качественными (формулирование принципов организационной политики, обоснование лучшей схемы организации и управления, формулирование функций каждого звена, определение функциональных связей, распределение полномочий и ответственности, разработка критериев эффективности деятельности каждого звена, определение линий подчинения и информационных потоков и др.) параметрами.

Организация производства и процесс управления необходимо рассматривать как два неразрывных элемента системы управления. Организация производства определяется в основном ее организационной структурой, т.е. величиной и количеством производственных элементов, их группировкой по признаку выполняемых функций и подчиненностью. Организационная структура должна обеспечить нормальный эффективный процесс управления производством, состоящим из объекта и субъекта управления. Соответственно различают организационную структуру объекта управления (количество, величина, расположение и специализация производственных подразделений) и организационную структуру субъекта управления, или аппарата управления предприятия (количество, функции, расположение и подчиненность управленческих звеньев). Поскольку ни одна из этих подсистем не функционирует отдельно, проектируют их одновременно и вместе они составляют схему организационной структуры предприятия.

В заключение отметим, что управление предприятием осуществляется в рамках и при посредстве организационной структуры — главного инструмента управления. Совершенство организационной структуры является фундаментом, основой, обязательным условием эффективности управления.

Глава 3

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

3.1. Экономическая психология восприятия доходов и сбережений и особенности финансового поведения населения

Быть бедным — не позор, но это единственное, что можно сказать хорошего о бедности.

Еврейская пословица

В народном экономическом сознании глубоко укоренился миф о добродетельной бедности и порочном богатстве. При желании данный миф вполне можно подтвердить доказательными примерами. Многие великие мыслители, изобретатели, творцы внесли неоценимый вклад в культурную сокровищницу человечества, нимало не заботясь о собственном материальном благополучии. Некоторые вообще не были оценены современниками, и их выдающиеся достижения при жизни практически не были вознаграждены. Так, великий Моцарт был похоронен за казенный счет в безвестной братской могиле, потому что после его смерти на более достойное погребение не нашлось средств. Диоген, Сократ, Франциск Асизский, Махатма Ганди — страстно обличали стяжательство, проповедовали предельную скромность в быту и всем своим образом жизни стремились утвердить идеалы неприязтельности и воздержанности. Да и многие не столь выдающиеся люди — и в прежние времена, и в наши дни — по праву могут быть признаны людьми достойными и благородными, хотя и не обладают никакими богатствами [13].

И наоборот, среди владельцев крупных капиталов есть люди, отличающиеся жестокосердием, черствостью, низменными наклонностями. В народном творчестве богач всегда предстает в невыигрышном свете, проигрывая бедному, но умному и честному герою. В итоге он всегда оказывается наказан — по крайней мере лишен своего богатства. При этом небезынтересно, герой-бессребреник оказывается вознагражден теми же средствами — осыпан золотом. Уже в одном этом явно проявляется противоречивость народных представлений: богатство порочно и низменно, стремиться к нему грешно, но его все-таки лучше иметь, чем не иметь.

Все подобные примеры — как реальные, так и вымышленные — позволяют впасть в заблуждение, противоречащее элементарной логике. Житейские уравнения «бедный — значит честный», «богатый — значит подлый» содержат в себе логическую ошибку, подменяя обычное сочетание признаков причинно-следственной каузальной связью.

Существуют мерзкие богатеи и благородные нищие. В то же время можно быть замечательным человеком и владеть крупным банковским счетом, а можно и без гроша за душой оставаться ничтожеством и подонком.

В теории Моральных чувств А. Смита и целом ряде других работ показана

но, что понятия благосостояния и добродетели никак не взаимосвязаны: к такому выводу пришли и экономисты, и психологи.

Наверное, правы те, кто утверждает: «Бедность не порок». Однако никакое это и не достоинство. Скорее — недостаток, ибо большинство желало бы от него избавиться. Только не у всех это получается. Тогда включаются психологические механизмы самооправдания, как защитные механизмы.

К проповедникам бедности почему-то относят и древнекитайского мудреца Конфуция. Что же он писал на самом деле:

«Люди хотят для себя богатства и славы; если то и другое нельзя обрести честно, следует их избегать. Люди страшатся бедности и безвестности; если того и другого нельзя избежать, не теряя чести, следует их принять».

Как видим, и в данном случае речь идет не о предпочтении бедности богатству, а о способах обогащения. Существуют и достойные способы, и это великий мудрец сомнению не подвергает. Вот коли такой способ недоступен, приходится смириться с бедностью как с неизбежным злом. Насчет того, что это благо, на самом деле не сказано ни слова.

В качестве решающего аргумента часто приводятся строки из Священного Писания. Вот что читаем мы в Евангелии от Марка [цитируется по работе Ничипорова Б.В. Введение в христианскую психологию— М.: Педагогика, 1994, с. 189] *«Легче верблюду пройти сквозь игольное ушко, нежели богатому войти в Царствие Божие».*

Пожалуй, здесь следует разобраться. Откуда взялся такой странный образ — верблюд, проходящий сквозь игольное ушко? Подводит перевод, страдающий излишней буквальностью. Название «Игольное ушко» носили одни из городских ворот в древнем Иерусалиме. Ворота действительно были очень узкие. Впрочем, верблюд сквозь них протиснуться все же мог. Но это становилось невозможным, если он сверх разумной меры был навьючен тюками с поклажей. Если воспринять этот образ в контексте исторических реалий, становится понятно: препятствием духовному росту становится не всякое благосостояние, а лишь явно избыточное.

Риторически остается вопрос Остапа Бендера персонажам книги Ильфа и Петрова: «Золотой теленок»: «Сколько денег человеку необходимо для счастья?», или если кто-то не сразу понял: «... для полного счастья». Несмотря на то, что деньги давно уже являются мерилем отношений между людьми и странами, в области финансовой психологии исследований их проводилось явно недостаточно [242].

Все самоучители обогащения если и содержат какое-то позитивное зерно, так только в том смысле, что настраивают человека на отказ от негативного программирования и, по сути дела, на перепрограммирование своего сознания в пользу конструктивного решения материальных проблем. Но они при этом фактически перепрограммируют его на противоположную крайность, заменяя порочную директиву «Мне никогда не стать богатым» на столь же уродливую формулу «Я стану богатым любой ценой».

Существует одна поучительная история.

Древнегреческий мудрец Эпиктет посвятил свою жизнь занятиям философией, под которой тогда понимали весь комплекс знаний о мире. Больших

доходов эти занятия не приносили, денег у Эпиктета всегда было немного. Сograждане потешались: Что же ты проповедуешь любовь к мудрости, а мудростью своей не снискал себе даже такой безделицы, как деньги? Раздосадованный философ решил опровергнуть обидное суждение. Он проанализировал свои астрономические и естественно-научные наблюдения и заключил, что в наступающем году следует ждать большого урожая оливок. Тогда на все имеющиеся средства он за невысокую плату заранее арендовал на сезон все окрестные маслобойни. Когда действительно случился богатый урожай, Эпиктет оказался монополистом и смог почти в одночасье обеспечить себя на всю оставшуюся жизнь. А тем, кто прежде над ним потешался, он говорил: *«Человеку мудрому стать богатым нетрудно. НОНЕ ИНТЕРЕСНО!»*

Как отмечает О.С. Дейнека [112] деньги — необходимый атрибут функционирования экономики в современном мире. При эффективном выполнении своих основных функций (мера стоимости и средство обращения, средство накоплений и сбережений и средство платежа) деньги стимулируют экономический и социальный прогресс. Разносторонность денег как фактора детерминации абстрагированных межличностных процессов экономического обмена делает их психологизированным явлением:

Несмотря на все большую актуальность и прикладную важность, а также «эксклюзивность» этой темы в экономической психологии, психологические аспекты денег до сих пор являются малоразработанными. В зарубежной психологии имеется ряд различных и не связанных между собой исследований восприятия монет и банкнот, отношения людей к деньгам, а также несколько теорий о происхождении убеждений и поведения, касающихся денег. Единой логически последовательной теории или исследования данной проблемы в экономической психологии не существует и в отечественных работах, за исключением, пожалуй, работ В.М. Соколинского по финансовой психологии доходов и сбережений и исследований по учету менталитета населения в западноевропейских странах.

Экономические теории в основном исходят из «безликости», «одинаковости» денег. Психологи, напротив, считают, что любые суммы денег, представленные в той или иной форме, являются объектом психологической оценки, и она оказывает сильное влияние на функционирование данной конкретной суммы. Рассмотрим психологию доходов и сбережений более подробно.

3.1.1. Экономическая психология доходов и сбережений

Одно из наиболее интересных направлений развития экономической психологии — макроэкономические исследования психологии денежного обращения. «На уровне предприятия психологические параметры экономической жизни, в общем, очевидны и изучаются уже давно», пишет В.М. Соколинский. Этого нельзя сказать о психологических сторонах агрегированных экономических процессов и денежных агрегатов. Значительный вклад в их широкое вовлечение в сферу экономико-психологического анализа

внес Дж. Кейнс, который глубоко и активно исследовал систему доходов, сбережений и накоплений, причем с использованием не только чисто экономических, но и психологических подходов. Правда, Дж. Кейнс по большей части придерживался рамок своего рода «теоретической экономической психологии», когда на первом плане — общепонятнейшие подходы, а не решение прагматических задач. Новое направление психологического анализа макроэкономических проблем, уделяющее этим задачам большое внимание, развилось позже, в 60-х—80-х годах XX века.

Понятие «доход» возникло в экономическом мышлении благодаря осознанию человеком категории «деньги». Все получаемое человеком в свое распоряжение в более ранние периоды истории имело натуральный характер, соответственно воспринималось как нечто конкретное, чувственно осязаемое. Напротив, денежная оболочка имущества позволяет воспринимать его в абстрактной форме, как нечто обобщенное.

В качестве объекта научного исследования доходы представляют собой достаточно сложную категорию, к анализу которой существуют разные подходы: психологический, экономический, социологический. При первом из них предпочтение отдается использованию доходов (если отвлечься от их образования, выходящего за пределы нашего рассмотрения в данной теме). Они представляют собой основу так называемой первичной покупательной способности. Согласно кейнсианской концепции, доходы выражают средства, предназначенные для приобретения потребительских благ и накопления. С социологической точки зрения доходы выступают одним из факторов, фиксирующих статус личности. Психология же сосредоточивается преимущественно на той стороне оценки получаемых благ, которая для человека играет роль символов, обозначающих его внутреннюю самооценку, социальное (внешнее) признание в обществе.

Переходя к классификации тех параметров, которые отражают восприятие человеком получаемых им доходов, следует подчеркнуть, что многое в индивидуальном подходе зависит от степени развития данного общества, от характера сложившейся в нем системы общекультурных ценностей. С учетом данного замечания В.М. Соколинским выделено следующее [308]:

1. Значительная часть людей, достигая определенного, достаточно высокого, жизненного стандарта, нацеливает свои желания на удовлетворение более высоких потребностей (выраженных уже больше в духовных, а не материальных, денежных характеристиках).
2. По мере развития общества доходы постепенно все меньше рассматриваются лишь как «покупательный фактор». Все ярче в них проглядывает «эффект общественного резонанса», означающий, что получаемые средства должны помимо прочего свидетельствовать о социальном престиже личности. Стоит отметить, что восприятие доходов в этом качестве различается у мужчин и женщин: работающие по найму мужчины чаще оценивают получаемые доходы как сигнал о достигнутой ими иерархической ступени, как свидетельство своего социального статуса, более спокойно в этом плане реагируют на свои доходы женщины.
3. Особую психологическую реакцию вызывает у человека характер полу-

чения им доходов. Здесь прежде всего оказывают влияние ритм, частота получения средств (ежемесячно, ежеквартально, ежедневно) и особенно — постоянство или, напротив, неопределенность, неустойчивость поступления доходов во времени.

4. Современная наука затрагивает также проблему ожидания доходов. При этом в расчет берутся связанные с этим реакции человека — позитивные или негативные, оптимистические или пессимистические, с чувством надежды или без нее.
5. В поведении человека проявляется присущий ему «стимул к сопоставлению»; учет этого феномена, пожалуй, играет одну из важнейших ролей в психологическом подходе к анализу доходов. Отмеченный стимул отчасти заложен в подсознание человека самой природой, но в значительной мере развивается благодаря отражаемой в сознании человеческой деятельности. Применительно к рассматриваемой проблеме речь идет о стремлении индивида к сравнительной оценке своих доходов по ряду критериев, из которых стоит особо выделить три. Первый — затраченный для получения данного дохода труд и его условия (обычный результат такого компаратива — эмоционально негативный). Второй критерий сравнения охватывает два параметра: размер дохода и информацию о встречном предложении товаров и услуг. Так, в условиях дефицитной экономики этот вариант сопоставлений не рождал резко отрицательной реакции по отношению к доходам. Постепенный возврат России к рыночному развитию и стремительное нарастание объема предлагаемых благ резко изменили ситуацию. Наш потребительский рынок насыщается заметно быстрее, чем повышается средняя заработная плата в стране. Итог — эмоции раздражения у многих слоев населения.

Третий фактор сопоставления — доходы других людей. Жизнь показывает особую болезненность для многих оценки своего положения как уступающего положению других. Проще говоря, здесь имеет место то, что обозначается понятием «зависть».

Результатами подобных реакций человека является нередко порождаемый ими эффект «групповой общности», т.е. коллективной реакции, зачастую приводящей к серьезным конфликтам в процессе распределения доходов. Такая реакция возникает, в частности, в социальных группах работающих по найму, среди налогоплательщиков (естественно, в той мере, в какой люди при этом связаны между собой организационно). При субъективном чувстве потери в результате указанного сопоставления принятые в данном обществе принципы распределения кажутся несправедливыми и противоестественными.

В характере воспринимаемого неравенства в распределении доходов многое зависит и от того, какую основу сложившегося дисбаланса видит данный индивид (или социальная группа): находит ли он причину в себе самом (в недостаточной эффективности своего труда, невысокой ответственности) либо в других обстоятельствах, например, считает виновным в данной несправедливости все общество. Во втором случае складывается ситуация, благоприятствующая политическому беспокойствию. Такие процессы, как

систематически воспроизводящиеся разочарования в ожиданиях значительной части общества рассматривает, в частности, Дж. Дэвис, автор работы «Теория революции» (1973) [476].

На характер реакции человека по поводу дифференциации в доходах большое влияние оказывает сложившаяся в обществе система ценностей, привычек, своего рода идеология жизни. Под этим влиянием складывается и стратегия преодоления возникающих у человека проблем. Например, присущая американцам уверенность в достижении успеха покоится на внедренном в их сознание принципе: в обществе изначально существует равенство шансов для всех. Допущение это, конечно, при непредвзятом подходе легко опровергается, в исторической психологии доказано (Великая Октябрьская социалистическая революция или приватизация в России на «постсоветском пространстве»), что при «равных шансах» для завоевания власти необходим оборотный капитал.

Доходы, формирующиеся в обществе, являются основой для сбережений, образование которых реализует одну из психологических особенностей как рационального, так и иррационального поведения «*homo economicus*», имеющего целеполагание и потребностно-мотивационную сферу [314].

Характеристика целей, преследуемых сбережением, во многом зависит от типа личности, ее конкретных планов, видения ею задач своей жизни. Дифференциация в подходах к цели создает и различные формы ее реализации. В курсе экономической психологии принято различать две формы осуществления цели: контрактную и дискретную. В первом случае речь идет о сбережениях, нацеленных на поддержание достигнутых параметров жизненного стандарта. Часть доходов индивида уходит при этом из-под его непосредственного контроля. Осуществляется это на институциональной основе — через определенные договорные отношения (типичные примеры — подписание договора о страховании жизни, о строительстве жилья, о финансовом участии в одном из фондов).

Так называемая дискретная форма постановки цели предполагает лишь намерение к сбережению. Средства при этом находятся в непосредственном распоряжении их владельца, четкой системы договорных отношений не существует, сам акт фактического откладывания средств в накопительный фонд носит не постоянный и обязательный, а скорее, неопределенный, отчасти случайный характер.

Используются также и другие варианты классификации целевых установок. С точки зрения экономике-психологического целеобразования принято проводить различие между сбережениями, связанными с замыслами долговременного характера, и теми, которые ориентированы на текущее потребление. Возможно и другое разграничение: сбережения делаются либо в расчете на приобретение какого-то конкретного объекта, либо без такого расчета с тем, чтобы, когда наступит подходящий момент, определиться в применении накопленных средств.

В качестве самостоятельного случая можно отметить целевую ориентацию на накопление для обладания капиталом. Своего рода «смещенной» из-за наличия вектора «мотив—цель» формой сбережения можно назвать такое,

которое осуществляется «по инерции»: однажды начатое с какой-то конкретной целью, потом утраченной в силу тех или иных причин, накопление средств продолжается уже в силу сложившейся привычки. По своей психологической природе такая форма сбережений напоминает поведение филантелиста или нумизмата, не преследующего коммерческие цели.

В основе целей поведения лежат мотивы. Вполне понятно, что оба эти понятия достаточно близки, однако существенные различия между ними есть. Мотивы — нечто более первичное. Они могут быть не только связаны с разумом, сознанием, но и предопределены эмоциями, подсознанием. В экономической психологии принято различать два вида мотивов: носящие прагматический характер и не имеющие практической направленности. Первый вид у человека безусловно преобладает, и здесь можно выделить следующие «определенные» мотивы.

1. Мотив безопасности. Он, как правило, порождает ориентацию на предварительно выбранную цель накоплений.
2. Мотив достижения контроля над ситуацией. Как правило, в нем реализуется целевая ориентация человека на обладание властью, на чувство независимости от других и при возможности — на контроль над окружающими.
3. Мотив получения доходов. Суть — в стремлении обеспечить себя более крупными финансовыми средствами, реализуемом путем выбора наиболее удачных форм накопления и умелой комбинации разных вариантов, т.е. благодаря грамотной стратегии.
4. Мотив престижа, символизирующий нацеленность индивида на демонстрацию окружающим своего накопленного состояния. При этом имеется в виду убедить других в своем высоком профессиональном мастерстве, а также в умении обращаться с деньгами.

Что касается мотивов, не имеющих практической направленности, то к ним можно отнести те, при которых сбережения осуществляются в качестве уже упомянутой ранее самоцели, а также выражающие альтруистические намерения.

В экономико-психологическом плане интересен, в частности, следующий момент. Существует определенная корреляция между мотивами сбережения и их конкретной формой. Например, у тех людей, для которых характерно стремление к демонстрации своих достижений, преобладающей формой сбережения выступают их наиболее безопасные варианты. Для индивидов, проявляющих тенденцию к контролю над ситуацией и окружающими лицами, характерна склонность к формам сбережений, позволяющим в любое время распоряжаться своими ресурсами.

Практика показывает, что традиции в области сбережения постепенно изменяются. Наиболее типичные в данной связи случаи по данным экономико-психологических исследований, следующие.

1. На протяжении ряда последних десятилетий в развитых странах постепенно снижается доля средств, направляемых населением на цели накопления (см. табл. 1). В.М. Соколинский отмечает три причины подобной динамики.

Сбережения домашних хозяйств в странах Запада, % от всей суммы полученных доходов

	1975 г.	1980 г.	1995 г.
США	8,9	8,1	4,7
Швеция	4,7	6,7	8,2
Канада	12,7	13,6	7,4
Великобритания	11,4	13,3	10,2
ФРГ	15,1	12,8	11,6
Франция	20,2	17,6	14,3

Во-первых, сказывается то обстоятельство, что социально-экономическое развитие западных стран в течение указанного времени происходило достаточно устойчиво и сбалансированно, население привыкло жить в условиях традиционного экономического порядка. Во-вторых, современное западное общество все больше склоняется к выводу: радоваться ощущению жизни надо не «потом» (когда удастся достичь неких запланированных рубежей), а уже сейчас, в каждый данный момент. Все более осязаемой оказывается простая истина: пребывание человека на Земле кратковременно. Умение правильно воспринимать эту истину, в полной мере ощутить радость жизни требует финансовых затрат (на занятие хобби, на отдых, путешествия). В-третьих, в общем процессе сбережения возросла роль социальной группы молодежи. Для нее, как показывает опыт, не характерна склонность к крупномасштабному использованию варианта отложенного спроса.

2. Не только у молодежи, но и у всего населения усиливается ориентация накопления на достижение текущих потребительских целей.

3. Наблюдается определенное замещение операций по накоплению использованием кредитов. Их доступность и относительная дешевизна уменьшают потребность в сбережении.

4. Сбережение все больше ориентируется на поддержание достигнутого стандарта жизни.

5. Наиболее активно сбережения осуществляются средними по возрасту группами населения.

6. Вовлекаемые в процесс накопления слои людей все больше готовы к тому, чтобы нести соответствующую (и неизбежную в рыночной экономике) долю риска.

7. Определенные изменения происходят в сегменте вкладчиков. Например, у социального слоя пенсионеров в развитых странах все больше проявляются новые аспекты потребностей. Время пуританских нравов в известной степени прошло: выходя на пенсию, люди стремятся по возможности не только не снижать стандарты своего потребления, но и сохранять их, а подчас и в какой-то степени повышать. Пенсионный этап жизни все чаще воспринимается сегодня не как «остаточная величина», а как «новое начало»: иной облик поэтому приняли и цели накопления.

В условиях России процесс сбережения имеет, разумеется, свою специфику. Она состоит прежде всего в том, что доля депонируемых населением

Таблица 2

Формы сбережений и денежных накоплений домашних хозяйств в ФРГ []

	1991 г. %	1995 г. %
Денежные накопления, всего	100,0	100,0
в том числе: Страхование	21,0	36,5
Депозиты в банке	32,2	33,1
Приобретение ценных бумаг	39,9	24,6
Депозиты в пенсионные фонды предприятий	6,4	4,4
Депозиты в строительные сберегательные кассы	2,6	1,5

Таблица 3

Формы сбережений и денежных накоплений домашних хозяйств

	Все социальные группы	В том числе работники частных и государственных предприятий и учреждений
	1997 г., %	1997 г., %
Все формы сбережений, всего:	100,0	100,0
в том числе:		
Наличный долларовый запас	36,0	42,7
Депозиты в банке	29,1	27,4
Наличный рублевый запас	19,3	8,9
Вложения в недвижимость	4,5	8,9
Покупка ценных бумаг	4,2	6,5
Прочие формы	6,7	5,6

средств относительно невелика. Определяется это преимущественно двумя причинами. Во-первых, относительно мал среднестатистический доход в стране. Во-вторых, еще слаба привычка делать накопления, особенно в современных, обусловленных рыночным типом экономики, формах (таких, как страхование, покупка ценных бумаг и т.п.). Вот типичная для западной страны структура сбережений (см. табл. 2) и данные, полученные в ходе осуществленного исследовательской группой Финансовой академии в 1997 г. социологического опроса студентов, магистров, аспирантов, представителей деловых кругов и служащих государственных учреждений (см. табл. 3).

Наконец, в-третьих, для России типичны сбережения, нацеленные преимущественно на краткосрочное потребление (приобретение автомобилей, заграничная поездка — у одних, деньги «на черный день» — у других). Правда, отчасти начинает также разворачиваться депонирование средств на строительство частного жилья. Однако инвестиционный вариант использования накапливаемых средств (реализуемый в индивидуальной или институциональной форме, т.е. через банки) еще не получил серьезного развития. Здесь, помимо отсутствия у населения необходимых навыков, сдерживающим фактором выступает социально-экономическая ситуация в России. Лишь дос-

тижение страной относительного равновесия создаст у людей стимул к повышению сбережений и трансформации их в инвестиции.

Макроэкономическая дискредитация денег, порождаемая политико-экономическими ошибками и ситуацией кризиса отечественного рынка в канун перехода во второе тысячелетие — феномен, требующий экономико-психологического анализа и пример отрицательного опыта для мировой экономики.

Затянувшаяся проблема российского рынка — разорванность функционирования денежного и товарного элементов классического «Товар—Деньги—Товар» и «Деньги—Товар—Деньги» обращения. Промышленность жила без денег из-за непосильной ставки кредитования, а банки не имели обратной информации о том, сколько надо денег экономике без оптимального кредитования. Дефицит денег и доминирующий бартер, взаимозачеты в отечественной промышленности стали одним из источников криминальной экономики, разрушающей в свою очередь нормальное функционирование налоговой системы. Таким образом, парадоксальные симптомы нерегулируемого, коррумпированного и однобоко-посреднического рынка — необеспеченность денег товаром (отечественным товаром вследствие коллапса своей промышленности) и дефицит денег (отечественный товар продвигался в русле взаимозачетов).

Исследование деформаций в экономическом сознании, вызванных оторванностью денег от производства, т.е. от их стабилизационной базы, является одной из важнейших экономико-психологических задач макроуровня. Когда в деньгах минимизирована или вовсе потеряна доля «реального (производящего) труда, тогда доминирует представление о них, как о явлении, которое порождает самое себя.

Психологическими последствиями этого феномена становятся, во-первых, гипертрофированная вера в финансовые игры, случай, финансовую удачу, мгновенное обогащение. Во-вторых, минимизация стабилизационной составляющей денег приводит и к избыточной потребительской активности (деньги нужно сейчас же потратить), сниженному финансовому самоконтролю хозяйствующего субъекта на всех уровнях (от семьи до правительства). В-третьих, усиливается ощущение непредсказуемости, неподвластности человеку (его контролю) экономических процессов и спровоцированной этим перманентной тревоги, переходящей в безысходность.

На наш взгляд, существуют различия в отношении к деньгам как представителей разных социальных групп, так и индивидуально-психологические особенности отношения к деньгам, связанные с уровнем экономического сознания и экономического мышления человека.

Одной из интересных отечественных работ по определению приоритета культурно-территориального или классового фактора является кросскультурное исследование отношения к деньгам, проведенное О.С. Дейнекой (табл. 4).

Исследование показало, что именно деньги становятся одним из инструментов адаптации, компенсирующим несбалансированные отношения между государством и предпринимательством, средством автономности,

Таблица 4

Различия в отношении к деньгам представителей разных социальных групп

Представители социальных групп	Денежное поведение	Осведомленность о наличии денег в кошельке	Сбалансированность вклада и отдачи
Банкиры	Ограничение в тратах	Чаще знают сколько	Сбалансированное
Вузовская интеллигенция	Без особых ограничений	Чаще не знают	Несбалансированное
Предприниматели малого бизнеса	Деньги превыше всего, цель активности, главная ценность	Знают о деньгах в кошельке и наличности	Сбалансированное при получении второго образования

компонентом образа предпринимателя. Отмечается ухудшение морального состояния интеллигенции даже при отсутствии объективных показателей ухудшения материального положения.

Ее представители понимают, что зависят от денег, получаемых от государства, что усиливается ограничительная тенденция на сбережения для «черного дня», появляются осторожность к новым финансовым структурам и инструментам и зависть.

Под образом денег в комплексе исследований под руководством О.С. Дейнеки понимается детерминированная система представлений о деньгах и отношении к ним в финансовой системе страны. Образу как продукту репрезентации явления в обыденном сознании свойственно сочетание осознаемых и неосознаваемых компонентов, взаимосвязь рационального и эмоционального контекстов отражения. Обоснование такого рода исследования связано с рядом причин. Во-первых, макроэкономическая дискредитация денег, порожденная политико-экономическими ошибками и ситуацией кризиса отечественного рынка в «канун перехода в третье тысячелетие — феномен, требующий экономико-психологического анализа. Во-вторых, в настоящее время крайне мало примеров реализации» макроэкономического подхода к проблемам психологии денег, поскольку в обобщении данных на макроуровне, анализе того, как страны, классы, группы используют, расходуют и сберегают деньги в определенных условиях скорее заинтересованы экономисты. Психологов же в большей степени привлекает изучение индивидуальных различий и различий малых групп в отношении к деньгам.

Системное описание позволило О.С. Дейнеке с соавторами выработать концептуальную и классификационную опору для анализа реальной ситуации в экономике, а работа с семантическим дифференциалом (Сд) предоставила эмпирические данные об образе денег на макроэкономическом уровне в обыденном сознании. Рассмотрим их в сочетании.

Схема возможного соотношения основных функций денег с принципами гармоничного целого приведена на рис. 1. Рассмотрим подробнее пять принципов гармоничного целого применительно к анализу феномена «деньги», сопровождая их краткие характеристики комментариями и оценками текущей экономико-политической ситуации в России.

1. Согласно принципу повторяемости, части объединяются в целое на ос-



Рис. 1. Схема соотнесения функций денег с принципами гармоничного целого

нове сходства; части целого обладают различными признаками, среди которых выделяется ведущий — признак целого. Повторяемость соотносима с **временными**, компонентами феномена.

Повторяемостью определяется **функция сбережения и накопления**. Элементами, осуществляющими данную функцию, являются наличные деньги (например, твердые валюты), вклады в сберегательные банки и ценные бумаги.

Деньги нашей страны в 1999 г. изменялись во времени быстрее, чем допускала зона совпадения внутренних и внешних границ их адекватного образа. Отражался не рубль как таковой, а некоторый динамичный баланс рубль/доллар с учетом инфляционных влияний на фоне постоянной политической нестабильности. В связи с избыточной изменчивостью, непредсказуемостью экономической ситуации функция сбережения и накопления для рубля была минимизирована.

Очевидно, что инфляция — мощный фактор прогресса. До перестройки экономика почти не использовала этот естественный фактор саморегулирующейся экономической системы. Функция накопления была гипертрофирована. Товарной массы не хватало. В тот период было наиболее оптимально «укрощать» деньги, например, используя механизм ипотеки, т.е. предоставляя жилье в рассрочку. В настоящее время инфляционные процессы активны и слабо предсказуемы, а в условиях нарастающей или скачкообразной инфляции экономические агенты обычно не сберегают деньги, во всяком случае в течение длительных периодов времени.

Если денежная единица страны не реализует функцию средства накопления, то инвестиционное поведение становится неадекватным. Не стимулируются вложения в производство как относительно долгосрочные вложения. А там, где затруднено воспроизводство, самовосстанавливаемость экономической системы, нет полноценного развития экономики.

Стратегическое экономическое развитие страны возможно только при накоплении капитала, а это в свою очередь требует ряда регуляторных мероприятий, среди которых называют выравнивание доходов сверхбогатых и остального большинства, контроль финансовых потоков сверхприбыльных фирм, пресечения воровства в крупных размерах.

Сбережение, резервирование, временная перспектива — характеристи-

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда



Рис. 2. Суммарные показатели в семантическом пространстве координат шкал а) «оценки—выгоды» и б) «активности—силы»

«Рубль» в семантическом пространстве понятий «деньги», «рубль», «доллар» оказался в отрицательной зоне (рис. 2). Только по шкале оценки он несколько выдвинулся ($M = 0,53$, $\sigma = 1,18$) в положительную зону. Причем наиболее низкой оказалась именно сила, весомость, устойчивость рубля, которая может быть ассоциирована с его стабилизационной составляющей ($M = -0,50$, $\sigma = 1,13$), а также с функцией сбережения и накопления (что согласуется с перечнем дескрипторов шкалы силы).

Результаты корреляционного анализа внутри понятия «рубль» показали, что его «слабость» высоко значимо связана с «отсталостью» ($p < 0,1$) и «зависимостью» ($p < 0,1$), т.е. репрезентация на уровне обыденного сознания в первую очередь высветила экономико-политические причины несостоятельности «рубля», которые кроются в экономическом отставании и недостаточной самостоятельности переходной России. Действительно, с экономической точки зрения слабость национальной валюты означает, что страна охотно покупает иностранные товары и нуждается в иностранной валюте, а у нее купить почти нечего, и ее валюта иностранцам не нужна. Что касается инфляции и низкой обеспеченности рубля производительным трудом, то они выступают в обыденном сознании как вторичные сугубо экономические причины.

Обратимся также к структурным качествам гармоничного целого, воплотившимся в повторяемости. Различные денежные формы должны нести в себе ведущий признак целого, но они часто не обладают теми же качествами. Так, банковский счет и наличные деньги, кредитные карты и «живые» деньги в нашей стране плохо воспринимаются как нечто взаимозаменяемое, как части целого, принимающего разные формы. Распадаясь *наряд составляющих*, деньги плохо сохраняют объединяющий признак их потенциальных возможностей. Это связано со слабым доверием денежным инновациям и ответственным за них экономическим агентам. По данным, полученным с помощью опросника Фенэма, у россиян преобладало желание иметь наличные деньги и недоверие к другим денежным формам, например кредитным картам.

В качестве одного из инструментов восстановления пластичности целого и соответствия между свойствами границ феномена денег и его образа можно рассматривать своевременную индексацию доходов населения.

2. Принцип соподчиненности служит для объединения частей в целое на осно-

ве различия, благодаря чему выделяется главное, второстепенное и дополнительное, и означает упорядоченность частей или групп как элементов целого.

Соподчиненность соотносима с *энергетическим* аспектом анализа явления.

Соподчиненностью определяется функция денег как **средства** обращения, которое охватывает движение денег в процессе выплаты, получения, передачи, купли, продажи, деньги как средство обращения олицетворяют всеобщую покупательную способность.

Нарушение принципа соподчиненности проявляется прежде всего в гиперкапитализации, т.е. нарушении баланса в соотношении «капитал обращения/капитал производства» в сторону увеличения суммы капитала обращения. В последнюю также включается стоимость недвижимости и предметов роскоши. Превышение этой суммой половины годового бюджета государства приводит к выходу из-под контроля государства управляющих сил капитала сферы обращения. Рост капитала в сфере обращения неизменно уменьшает капитал сферы производства (они связаны как сообщающиеся сосуды). Результатом гиперкапитализации является сверхинтенсивная эксплуатация природно-сырьевых ресурсов и человеческого капитала.

Затянувшаяся проблема российского рынка, которая проявилась в период августовского кризиса, — разорванность функционирования денежного и товарного элементов классического обращения «товар—деньги—товар» и «деньги—товар—деньги». Промышленность жила без денег из-за непосильной ставки кредитования, а банки без оптимального кредитования не имели обратной — сколько надо денег экономике. Дефицит денег и доминирующий бартер, взаимозачеты в отечественной промышленности стали одним из источников криминальной экономики, разрушающей в свою очередь нормальное функционирование налоговой системы. Парадоксальные симптомы нерегулируемого, коррумпированного и односторонне-посреднического рынка, таким образом, — необеспеченность денег товаром (отечественным товаром вследствие коллапса своей промышленности) и дефицит денег (отечественный товар продвигался в русле взаимозачетов). Дефицит денег в обращении сочетался с рублевым навесом в банках, поскольку инвестирование в производство в рублях сопряжено с огромными финансовыми рисками в нестабильной экономико-политической обстановке.

Находят ли эти дисбалансы и разрывы в обращении денег отражение в их образе? В иерархии элементов феномена «деньги» по объективным и субъективным индикаторам прослеживается уничижение рубля. Рубль, безусловно, выполняет свою основную функцию оценки труда, по крайней мере, на микроэкономическом уровне, хотя и не всегда адекватно (например, различия в бюджетной и коммерческой сферах превышают таковые в экономически сбалансированных странах). Однако в обращении рубль сам по себе не признается, его соотносят с долларом. Все значимые денежные операции предполагают пересчет на доллары даже на уровне домашнего хозяйства.

По данным семантического дифференциала, контраст и масштаб различий двух действующих в реальной экономике денежных единиц — рубля и доллара — неправомерно велик. С экономической точки зрения — это неизбежное следствие современного варианта «биметаллизма» (параллельное

Таблица 5

Первичные статистики данных шкалирования для понятия «рубль»
 (из комплекса семантического профиля приведены только негативные признаки
 с отрицательными величинами, выходящими за единицу)

Дескрипторы	1999 г.		2001 г.	
	М	σ	М	σ
Отсталый	-1,36	1,62	-1,25	1,67
Зависимый	-1,07	2,17	-1,09	2,11
Тревожный	-1,04	1,73	-0,87	1,93
Слабый	-1,57	1,77	-0,68	1,85
Неуверенный	-1,18	1,89	-0,52	2,00
Колблюющийся	-1,21	1,91	-0,48	1,89

Таблица 6

Первичные статистики данных шкалирования для понятия «доллар»
 (из комплекса семантического профиля приведены только негативные признаки)

Дескрипторы	1999 г.		2001 г.	
	М	σ	М	σ
Жесткий	-0,82	1,54	-0,62	1,92
Несправедливый	-0,36	2,08	-0,13	1,77

обращение золотых и серебряных монет). Он обязательно порождает различия в движении курсов двух находящихся в обращении видов денег и денежные расстройства. Согласно «закону Грэхема» (английского банкира XVI в.), «плохие» деньги вытесняют «хорошие», т.е. из обращения исчезают деньги, ценность которых по отношению к «плохим» деньгам и официальному курсу повышается, они «припрятываются дома, в банковских сейфах, в тихих гаванях за рубежом».

Судя по дескрипторам, которые показали наиболее выраженные оценки для понятия «рубль», он отражается как слабый, а также колеблющийся, отсталый, суетливый, неуверенный, зависимый и тревожный. Для «доллара» в основном представлены противоположные характеристики. В семантическом профиле «рубля» 27 дескрипторов дали отрицательные значения, 7 из которых вышли за -1 (см. табл. 5), а в профиле «доллара» только 2 отрицательных значения (см. табл. 6).

3. Принцип уравновешенности служит для согласования противоположных сторон целостного объекта, проявляется в уравновешивании частей и целого в силовом поле. Уравновешенность соотнесем с пространственными компонентами системы «деньги», и конкретно денег страны.

Уравновешенностью определяется функция платежа, которая связана с оплатой налогов, получением и возвратом кредитов, выплатой зарплаты, пособий, оплатой коммунальных услуг, торговлей.

В экономической теории функции обращения и платежа некоторыми авторами не разводятся. Другие исследователи их отделяют, но подчеркива-

ют, что эти две функции денег тесно переплетаются. При этом все чаще деньги в виде платежного средства замещают средства обращения, поскольку движения денег и товаров не совпадают во времени (кредит) или обслуживаются на уровне межбанковских расчетов, т.е. безналичных платежей.

С функцией платежа связано понятие *платежеспособности*, под которой понимают способность государства, юридического или физического лица своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства, вытекающие из заключенных договоров, предусматривающих денежную форму расчетов.

В нашей несбалансированной денежной системе функция платежа была нарушена. Денежная система «болела» долговыми обязательствами, невыплатами. Ей были свойственны асимметричность в бюджетной сфере, нарушение равновесия ее организации на всех уровнях, а именно: учреждения, региона, страны. Взаимозачеты и дефицит денег, денежные суррогаты, а, главное, неконтролируемость или слабая контролируемость распорядителей деньгами на разных уровнях не позволяли и в настоящее время не позволяют функции платежа реализоваться полностью для рубля.

Невыполненные долговые обязательства или их обесценивание в силу задержек и выплат в рублях повлияли на то, что «рубли» воспринимался как «несправедливый» ($M = -0,70, \sigma = 1,75$), не «безопасный» ($M = -0,46, \sigma = 2,08$), не слишком «гуманный» ($M = -0,07, \sigma = 2,17$) и «поверхностный» ($M = -0,64, \sigma = -1,63$).

4. Принцип соразмерности — это принцип согласования частей в целом по их «метрическим» характеристикам. Соразмерность соотносима с информационными компонентами феномена.

Соразмерностью определяется функция денег как эквивалента обмена, измерителя стоимости и ее отражения субъектом хозяйствования. (На макроуровне абстрагируемся от субъективированности стоимости, связанной с собственной системой ценностей каждого человека, о которой говорит С. Московичи.)

Посредством каких объективных показателей представлена соразмерность? Это прежде всего цены, это заработная плата (цена за труд). В странах, где выше стоит труд, выше и цены; при высоких зарплатах деньги в соответствии с теорией обмена скорее приближены к оптимальному соотношению вклад/отдача.

Связность и полнота (характеристики соразмерности) финансовой системы страны нарушены, в частности, в звене ценообразования прежде всего разрывами в цепях кругооборота национального дохода и обилием посредников. В цене товаров в России всего 8—10% цены труда. В силу этого отсутствует поддержка в сознании «весомости» денег объективным критерием. Экономические процессы оказываются слишком независимыми от конкретного труженика. Покупательная способность рубля, таким образом, искусственно занижена. Неудивительно, что цены в нашей стране и в США, европейских странах на основные ресурсы — продукты питания, бензин, металл, дерево и пр. — плохо соотносятся. Если же полностью опереться на мировые относительно стабильные валюты как средство платежа, можно

потерять экономическую, затем и политическую независимость. Экономическая безопасность требует использования своей денежной единицы, которая в настоящее время все еще воплощает в себе «зависимость», несамостоятельность ($M = - 1,07; \sigma = 2,18$). Вследствие этого испытуемые продемонстрировали сомнения в «практичности» ($M = - 0,41; \sigma = 2,26$), «выгодности» ($M = - 0,29; \sigma = 2,30$), «прибыльности» ($M = - 0,54; \sigma = 1,90$).

Гипертрофированная открытость системы «деньги страны», вывоз капитала препятствуют соразмерности в этой системе. В Китае также реализуется политика открытости и экспортная модель развития экономики, но это способствует накоплению значительных валютных резервов внутри страны благодаря переспециализации экспорта на продукцию с высоким удельным весом добавленной стоимости, т.е. готовой продукции.

Важно иметь в виду, что соразмерность обеспечивает активность механизмов антиципации, в данном контексте речь идет о механизмах экономического, финансового предвидения, которое возможно лишь при пропорциональности и ритмичности функционирования финансовой системы.

5. *Единство требует согласования структуры целого и его функций или, другими словами, цели и средства.*

Эта интегральная характеристика гармоничного целого соотносима, вероятно, с функцией **мировых денег**. Индикаторами гармоничности являются связность и ограниченность, устойчивость и развитие системы, в данном случае системы национальной валюты, а также общемировой платежной единицы.

Гармоничным может быть только нечто идеальное, но можно говорить о более и менее гармоничных системах. Более гармоничные обладают повышенной устойчивостью во времени (длительностью существования) и способностью к большему распространению, а также к эффективному функционированию. В то же время устойчивые системы обладают хорошей изменчивостью, легче адаптируются к изменившимся условиям. Финансовая стабильность может рассматриваться как признак и условие гармоничности экономической политики.

Деньги страны пока нельзя назвать системой, близкой к гармоничной. Более того, результаты корреляционного факторного анализа данных СД показали, что «рубль», образно говоря,— все еще не деньги. Суммарные оценки шкалирования для понятия «рубль» объединились в отдельный и самый весомый фактор (вес 12,5) и не дали корреляций ни с суммарными оценками «доллара», ни с таковыми для понятия «деньги». Этот факт свидетельствовал об отражении оторванности отечественной денежной единицы от мировых денег в смысле ее престижа, состоятельности, конкурентоспособности. По сравнению с «долларом» «рубль» скорее воспринимается как «плохие» деньги.

«Доллар», естественно, оказался более гармоничным, чем «рубль». Тем не менее проявилось неоднозначное отношение к нему. Показатели по шкалам силы, активности и выгоды для «доллара» сравнительно высоки, а показатель по шкале оценки ниже единицы (рис.2). Именно эта шкала содержит дескрипторы, ассоциируемые с морально-нравственной стороной явления. Поэтому она продемонстрировала результаты, свидетельствующие об

определенной доле обиды и защитной агрессии по отношению к «доллару» очень велики сомнения по поводу его «безопасности», «справедливости» и «гуманности».

Судя по наибольшей разнице между показателями по шкале выгоды и по шкале оценки, отношение к «доллару» неоднозначное. Шкала оценки, видимо, в большей степени затрагивает макроэкономический уровень отражения денег, а шкала выгоды в большей степени касается отражения денег на уровне кармана. Такая двухуровневость проявилась не только в отношении к «доллару», но и по отношению к «рублю». Несмотря на низкий статус «рубля» в обыденном сознании, наибольшее согласие (наименьший разброс) испытуемых обнаружилось в связи с его «полезностью» и «спасительностью».

Итак, «денежный менталитет» населения в целом непатриотичен, и это закрепилось в лексике (есть твердые валюты и «деревянный» рубль), но в нем обнаружены ростки патриотизма. Прежде всего это проявилось в показателях по шкале оценки, по которой «рубль» дал более высокую (по сравнению с другими шкалами), а «доллар», наоборот, относительно низкую среднюю. Именно эта шкала содержит дескрипторы, ассоциируемые с морально-нравственной стороной явления. Предпочитая иметь в кармане доллар как более весомую и надежную денежную единицу, испытуемые тем не менее осознают его небезопасность на макроэкономическом уровне. Согласно результатам корреляционного анализа, хороший «доллар» должен быть «безопасным», «созидательным», «справедливым» и «перспективным».

Экономико-психологический подтекст мировых денег состоит в сравнении труда в своем отечестве с чужим трудом. Но поскольку соотносимость с мировыми деньгами реализуется не через товары, а через мировые деньги, она корректируется и деформируется интересами бизнеса и политики. Деньги — вид товара, их стоимость создается производством, но цена денег устанавливается на рынке, причем на рынке денег, а не товаров. Рынок товаров в настоящее время оторван от рынка денег. На рынке денег их стоимость устанавливается теми, кто ими распоряжается, а не оплатой за выполненную работу. На валютных торгах продаются деньги на какую-то сумму, и после этих сделок цена денег становится и произвольной, и производной от мировых денег. (Адекватное сравнение денег страны с мировыми деньгами затруднено еще и потому, что из страны вывозится, по данным ЦБ, сумма в 2,5 млрд. долл. в месяц.)

Мировая валюта опирается на американский доллар. Но одна точка опоры не может обеспечить абсолютную надежность системе «мировые деньги» (с учетом фиксируемой многими специалистами тенденции падения уровня реальной обеспеченности доллара), поэтому была введена евро. Опираясь на средневзвешенные курсы валют нескольких развитых европейских стран со сбалансированной экономикой, новая единая платежная единица призвана повысить стабильность и, значит, гармоничность системы мировых денег.

Образ денег и экономическое сознание. Обобщая результаты проведенного О.С. Дейнекой исследования, отметим, что экономико-политический статус государства в значительной степени отражается в его денежной едини-

це. Она — некий конкретный (и соотносительный) показатель благополучия экономики и доходности страны. В выполненном исследовании проявилось недоверие к денежной единице своей страны и нашло отражение отсутствие ее авторитета в контексте мировых денег.

Оторванность денег от производства, т.е. от их стабилизационной базы, вызывает характерные деформации в экономическом сознании населения. Когда в деньгах минимизирована и/или вовсе потеряна доля реального (производящего) труда, тогда доминирует представление о них, как о явлении, которое порождает самого себя.

Психологическими последствиями этого феномена становятся: во-первых, гипертрофированная вера в финансовые игры, случай, финансовую удачу, мгновенное обогащение; во-вторых, избыточная потребительская активность (деньги нужно сейчас же потратить), сниженный финансовый самоконтроль хозяйствующего субъекта на всех уровнях (от семьи до правительства), спровоцированный минимизацией стабилизационной составляющей денег; в-третьих, усиление ощущения непредсказуемости, неподвластности человеку (его контролю) экономических процессов и вызванная этим перманентная тревога, переходящая в безысходность.

На уровне правящей элиты, в соответствии с закономерностями теории обмена, соотношением вклад \отдача, «легкие деньги» (полученные посредством неоправданной приватизации, путем займов, слабо контролируемого бюджета) породили такое отношение к деньгам, которое опасно психологической ориентацией на сиюминутный экономический интерес, а не на будущее, на неоправданные траты и разворовывание, а не на сбережение и накопление, на личные и локальные выгоды, а не доходность экономики страны в целом. Стихия первичного накопления капитала в основном при торговых операциях и махинациях с бюджетными деньгами притупила чувство ответственности и экономической безопасности. Все это тормозило и продолжает тормозить вложения в производственно-технологическую базу экономики страны.

Отсутствие стабилизационной базы в деньгах трансформируется через инфляцию в психологию расточительной бесхозяйственности. Даже такие компоненты изменившегося экономического сознания, как возросшая значимость денег и усиление мотива сбережения, не играют пока существенной роли на макроэкономическом уровне. Их благотворное влияние на оздоровление экономики весьма ограничено из-за того, что рубль не воспринимается как средство сбережения и накопления.

В работе А.Б. Фенько дан обзор зарубежных исследований в области базовых установок по отношению к деньгам, анализируются культурные, этические и религиозные аспекты отношения к деньгам, сакральный и профанный смысл денег; описываются повседневные привычки, связанные с тратами, сбережениями, долгами и азартными играми; рассматриваются причины психологических расстройств, связанных с восприятием и оценением денег.

Особый интерес с точки зрения экономической и клинической психологии представляют, на наш взгляд, результаты исследований, связанные с

основными причинами долгов, душевным здоровьем и денежными типами личности, которые во многом объясняют иррациональность финансового поведения людей вопреки всяческой логике самых разных экономических теорий [359].

В исследовании, посвященном основным причинам долгов [18], было выделено восемь факторов, детерминирующих подобное поведение.

1. Социальное одобрение долгов: поскольку общество движется от осуждения долгов к поддержке кредитов, современная «потребительская мораль» относится к долгам терпимо (и даже приветствует их).
2. Экономическая социализация: семьи, считающие долги приемлемыми, воспроизводят подобную модель в следующих поколениях.
3. Социальное сравнение: если люди сравнивают себя с несоответствующей (более богатой) референтной группой, они с большей легкостью заезают в долги, чтобы быть «не хуже других».
4. Умение распоряжаться деньгами: неспособность рационально распоряжаться деньгами указывает как на общую неорганизованность, так и на финансовые проблемы.
5. Потребительское поведение: неадекватные модели потребления (например, уверенность в необходимости предметов роскоши) рано или поздно приводят к долгам.
6. Временной горизонт: чем менее реалистична временная перспектива, в которой существует человек, тем легче он делает долги.
7. Отношение к долгам: если человек не чувствует беспокойства или сожаления, когда ему приходится брать в долг, он чаще прибегает к подобному поведению.
8. Фатализм: чем у человека выраженнее внешний локус контроля, тем более он склонен заезать в долги.

Деньги окружены огромным количеством парадоксов, лжи, нелепостей и лицемерия. На взгляд постороннего наблюдателя, западный человек кажется весьма непоследовательным в отношении денег. Он убежден, что получает то, за что платит, но только и думает о том, как бы кого-нибудь «надуть» при сделке. Жадность к деньгам считается греховной и отталкивающей, но богатство повсеместно вызывает уважение. Деньги являются прямым индикатором значимости человека. Те, кто стремится к ним, часто подвергаются унижению и запугиванию со стороны тех, кто их имеет. Лицемерие по отношению к деньгам распространено повсюду — их публично презирают, но тайно вожделяют; их рассматривают как чуть ли не самую важную вещь на свете, но при этом говорят о них, как о незначительной мелочи.

Трудно оценить, насколько в западном обществе распространены психические расстройства, связанные с деньгами. Статистики подобных расстройств не существует. Исключительные случаи бывают настолько яркими и запоминающимися, что их частота может переоцениваться. Но поскольку исследования в этой табуированной области крайне редки, подлинная распространенность серьезных денежных неврозов может на самом деле недооцениваться. Ответы на опросник «здорового отношения к деньгам» (Money-sanity subscale) показывают, что, хотя подавляющее большинство

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

респондентов считает свое отношение к деньгам вполне «здоровым», примерно треть ответивших признают у себя наличие тех или иных симптомов денежной патологии.

Вопросы	Ответы «да» (%)
Вы постоянно удивляетесь, куда деваются ваши деньги в конце месяца	42
Вы тратите деньги на других, но вам трудно тратить их на себя	35
Когда вы просите денег, вас наполняет чувство тревоги или вины	35
Вы покупаете вещи, когда чувствуете тревогу, скуку, печаль или гнев	34
Вы беспокоитесь о том, сможете ли заплатить по счетам в конце месяца	33
Вы все время думаете о своем финансовом положении	31
Вы сожалеете о том, что вам приходится все время тратить или отдавать деньги	30
Вы не любите говорить с другими о деньгах, особенно о своих доходах	28
Вам неприятно покупать вещи за полную стоимость	26
Вы откладываете часть денег	22
Вы покупаете вещи, которые вам не нужны, если цена очень выгодная	19
Вы тратите много времени на покупки	19
Вы стесняетесь спрашивать о практических денежных вопросах	17
Игра на деньги приводит вас в сильное возбуждение	15
Вы проводите бессонные ночи, пытаетесь найти способ сэкономить побольше, хотя у вас уже есть сбережения	14
Вы отказываетесь принимать деньги всерьез	14
Вы пытаетесь сэкономить на мелочах	14
Вы регулярно занимаете деньги	12
Вы часто играете на деньги и заключаете пари	4
Вы используете деньги, чтобы управлять или манипулировать людьми	4

В различных исследованиях предлагают несколько объяснений патологии, связанной с деньгами.

- *Переживания раннего детства*: пережитые в детстве бедность, период экономического кризиса или явные (по сравнению с окружающими) экономические трудности становятся для некоторых стимулом к накоплению больших капиталов.
- *Межгрупповое соперничество*: представление о *жалости* богатых к бедным и о *зависти* и *ненависти* бедных к богатым порождает множество межгрупповых конфликтов. Угроза безопасности, статусу и репутации может служить мощным источником психологической тревоги и попыток контролировать ее с помощью денег.
- *Религия и этика*: чувство вины за свое богатство и личной ответственности за судьбу бедняков составляет ядро христианской религии. Вследствие этого самоосуждение и раскаяние часто детерминируют странное поведение людей, которые воспитаны в убеждении, что слишком большие деньги, приобретаемые легким путем и выставляемые напоказ, свидетельствуют о греховности человека.

Однако наиболее тщательно разработанной психологической теорией, четко объясняющей индивидуальные различия в отношении к деньгам, остается психоанализ.

Психоанализ денег. В работе «Характер и анальный эротизм» Фрейд впервые обратил внимание на то, что отношение взрослого человека к деньгам может определяться особенностями его детской сексуальности. «Счастье, — писал он, — есть отсроченное исполнение инфантильного желания. Вот почему богатство приносит так мало счастья: деньги не могут быть желанием младенца». Впоследствии Ференци, развивая идеи Фрейда, описал онтогенетические стадии развития этого влечения: от удовольствия, получаемого от грязи и экскрементов, до любви к деньгам. Фрейд выделял три основные черты характера людей, фиксированных на анальной стадии: *аккуратность*, *скупость* и *упрямство*, которые он связывал также с чистоплотностью, надежностью, добросовестностью, вспыльчивостью и мстительностью.

Согласно психоаналитической теории, все дети испытывают удовольствие при дефекации. В возрасте около двух лет родители в западных странах начинают приучать детей к горшку, либо выражая энтузиазм и одобрение при дефекации ребенка, либо наказывая его и угрожая, когда он отказывается это сделать. Приучение к горшку совпадает по времени с той стадией развития ребенка, когда он борется за автономию и независимость. Часто приучение к горшку становится источником конфликта между ребенком и родителями. Этот конфликт может усилиться из-за непоследовательного поведения родителей, которые, с одной стороны, ценят фекалии как подарок ребенка, а с другой — считают их грязными, не прикасаются к ним и стараются поскорее выбросить. При этом дети, которых постоянно хвалили за успешное опорожнение желудка, рассматривая это как подарок родителям, вырастая, с удовольствием делают подарки и тратят деньги. Те же, кто отказывался это сделать, страдают впоследствии «финансовыми запорами». Таким образом, психоаналитическая теория напрямую связывает травматический опыт приучения к горшку с последующим типом компенсаторного поведения. То, как *скупец* придерживает деньги, рассматривается как отражение детского отказа от дефекации по требованию родителей. *Транжира* же, напротив, напоминает ребенка, стремящегося к одобрению родителями его «подарков». Некоторые люди считают траты условием получения любви и одобрения, и поэтому склонны тратить деньги, когда чувствуют себя одиноко, тревожно или нуждаются в любви.

Эмоциональная основа денежной патологии. Психоанализ продемонстрировал, что поведение человека может быть противоположно его подлинным мотивам или желаниям, служить их маскировкой. Так, жалость к бедным может на самом деле скрывать ненависть, социальные предубеждения и чувство тревоги. Бедные всегда олицетворяют для богатых психологическую и экономическую угрозу, и их стараются представить грязными, нечестными и заслуживающими своей участи.

Чаще всего с деньгами ассоциируется чувство *вины*. Оно связано с пуританскими ценностями аскетизма, самоотречения и ангедонии. Пуритане исповедуют греховность потакания своим желаниям, лишних трат и избы-

точного потребления. Идеал добросовестности, пунктуальности, бережливости и умеренности заставляет людей, воспитанных в рамках этой традиции, чувствовать вину не за накопление, а именно за расходование денег. Пуританизм возражает не против денег вообще или справедливой оплаты за труд, но против денег, полученных слишком легко (выигранных или унаследованных), нечестным путем, а особенно — против слишком легкого расходования денег.

Чувство вины по поводу денег может породить у человека депрессию, недоверие и даже отвращение к самому себе. Бессознательно пытаясь редуцировать это чувство, человек может развивать у себя различные психосоматические симптомы. Психологи приводят клинические случаи страха богатства у пациентов, воспитанных в пуританских традициях. Основа этого страха, очевидно, утрата *контроля*. Деньги контролируют человека; они диктуют, где ему жить и с кем общаться, они ограничивают социальную активность человека не меньше, чем способствуют ей. Пуританская этика сосредоточена на ограничениях и необходимости сохранения таких ресурсов, как время, деньги и даже эмоции. Если денег слишком много, нет особого смысла в строгом контроле над ними. Поэтому богатый человек легко может утратить контроль над собой. А сохранение контроля — как над внешними обстоятельствами, так и над собственными эмоциями — создает иллюзию безопасности.

С точки зрения психолога, неспособность быстро разбогатевших людей справиться со своим богатством объясняется потерей самодисциплины. «Индивид, у которого не развиты навыки самоконтроля и самодисциплины, нуждается во внешних ограничениях, обеспечивающих ему чувство безопасности». Большие суммы денег для многих означают возможность тратить их, не задумываясь о будущем, и это бесконтрольное поведение вызывает чувство тревоги. Каким бы парадоксальным это ни казалось, но внезапная потеря состояния означает для таких людей возвращение к «нормальной» жизни, упорядоченной и спокойной.

Другая важная эмоция, связанная с деньгами — это чувство безопасности. Исследования очень богатых американцев, относящихся к категории *self-made man*, т.е. добившихся всего в жизни самостоятельно, показали, что в раннем детстве им гораздо чаще, чем «обычным» людям, пришлось пережить смерть родителей, развод или другие психологические травмы. Психологи полагают: став взрослыми, эти люди накапливают деньги для того, чтобы больше никогда не оказаться в тяжелом положении. Желание богатства для них — не что иное, как потребность в эмоциональной безопасности, своего рода эмоциональный голод, вызванный депривацией в раннем детстве. Таким образом, деньги могут иметь различное эмоциональное значение. В клинической практике чаще всего встречаются случаи, когда психологическим смыслом денег становятся *безопасность, власть, любовь и свобода*.

Безопасность. Использование денег для преодоления тревоги и достижения безопасности приводит к отчуждению, поскольку люди не рассматриваются как возможный источник безопасности. Выстраивая вокруг себя эмоциональную стену, человек начинает страдать от страха и паранойи, опасаясь

ьясь грабителей, врагов или финансового краха. Тот, кто ищет в деньгах безопасности, нуждается в постоянном росте богатства, как наркоман — в постепенном увеличении дозы.

Голдберг и Льюис выделили несколько типов людей, для которых деньги являются символом безопасности.

А. Скраги. Для таких людей экономия денег представляет ценность сама по себе. Они ограничивают себя во всем, и сам этот процесс, независимо от количества накоплений, обеспечивает им чувство безопасности. Многие из них могут даже заболеть, отказывая себе в хорошей пище, достаточном тепле и освещении.

Б. Подвижники. Они также бережливы, но находят удовольствие в самоотречении и показной бедности. Они могут даже тратить небольшие деньги на других, чтобы подчеркнуть свое мученичество. Психологи отмечают, что их поведение часто маскирует зависть, возмущение и враждебность по отношению к более богатым.

В. Охотники за скидками. Не расстаются с деньгами до тех пор, пока ситуация не окажется «идеальной», и тогда радостно их тратят. Весь интерес состоит в том, чтобы всех перехитрить: и продавцов, и тех, кто покупает товар за полную стоимость. Чувство триумфа часто искупает нерациональность приобретения вещи, которая по-настоящему и не нужна.

Г. Коллекционеры-фанатики. Одержимые, собирают самые разнообразные вещи, многие из которых не имеют никакой подлинной ценности. Владение материальными предметами заменяет им общение с людьми и чувство, привязанности. Они приобретают все больше и больше, и им трудно расстаться с каким-либо предметом. Коллекция придает смысл их жизни и спасает от одиночества. Предметы нетребовательны, и известные коллекционеры могут ощущать свое могущество и превосходство над другими людьми.

Власть. Деньги можно использовать для приобретения значимости, власти и превосходства. За деньги можно купить лояльность врагов и расчислить себе путь. Деньги и власть, которую они дают, можно рассматривать как попытку регресса к инфантильным фантазиям о всемогуществе.

Среди искателей власти с помощью денег тоже выделяются различные типы [359].

1. **Манипуляторы.** Эти люди используют деньги, чтобы эксплуатировать тщеславие и жадность других. Манипулирование людьми позволяет им чувствовать себя менее беспомощными и фрустрированными, и они не слишком беспокоятся, обманывая других. Многие из них ведут насыщенную жизнь, но постепенно их энергия сходит на нет из-за постоянного унижения окружающих и пренебрежения к ним. В конце концов их ждет разочарование.

2. **Строители империй.** Они обладают (или делают вид, что обладают) огромной независимостью и уверенностью в своих силах. Подавляя или отрицая свою зависимость от других, они пытаются сделать других зависимыми от себя. Многие из них неизбежно оказываются в одиночестве и изоляции, особенно в старости.

3. **Крестные отцы.** Они используют деньги для взяток и контроля, обеспечивая себе чувство превосходства. За их потребностью в публичном ува-

жении часто скрываются гнев и повышенная чувствительность к унижению. Поскольку они покупают верность и преданность, то привлекают к себе лишь слабых и беззащитных. Они подавляют инициативу и независимость, оставаясь в окружении второсортных подхалимов.

В детстве искатели власти чаще чувствуют гнев, чем страх, и то же чувство выражено у них в зрелом возрасте. Искатели безопасности в страхе отступают, искатели власти нападают. Жертвы властолюбцев чувствуют себя беспомощными и незащищенными, они компенсируют это, присоединяясь к кому-то сильному и способному дать отпор. Они следуют за «победителями», особенно если у тех есть деньги.

Любовь. Деньги часто используются, чтобы купить привязанность, преданность и самоуважение. Поскольку принцип взаимности лежит в основе подарка, многие полагают, что взаимные подарки являются знаком любви и заботы.

1. *Покупатели любви.* Многие пытаются купить любовь и уважение: те, кто посещает проститутку, делает богатые благотворительные взносы, балует детей. Они чувствуют себя нелюбимыми и пытаются избежать чувства отверженности и никчемности, угождая другим своей щедростью. Однако им бывает трудно принимать ответную любовь, а их щедрость иногда лишь маскирует подлинную враждебность к тем, от кого они зависят.

2. *Продавцы любви.* Они обещают другим любовь, привязанность и ласку, которая льстит их самолюбию. Они легко имитируют подобное поведение и, естественно, привлекают покупателей любви. Некоторые полагают, что психотерапия является формой сделки между продавцами и покупателями любви, основанной на законах спроса и предложения. Покупатели приобретают дружеское расположение, с готовностью продаваемое «терапевтами». Продавцы любви вообще склонны выбирать «помогающие» профессии.

3. *Похитители любви.* Клептоманы не воруют вещи без разбора, они выбирают только те объекты, которые обладают для них символическим значением. Они жаждут любви, но чувствуют, что не заслуживают ее. Они пытаются рисковать в других областях, а в любовных отношениях ведут себя очень скованно.

Возможно, родители всех этих «дельцов от любви» давали им деньги *не потому, что любили их, а вместо любви.* Поскольку они не знают о том, что можно любить бескорыстно, они вынуждены *покупать, продавать или воровать любовь.* Единственным лечением для них является подлинная эмоциональная близость.

Свобода. Это наиболее приемлемый и наиболее распространенный смысл, приписываемый деньгам. Деньги дают время, которое можно посвятить своим интересам и склонностям, освобождают человека от повседневной рутины и ограничений, которые связаны с наемным трудом.

Существуют два типа поклонников автономии:

1. *Покупатели свободы.* Для них деньги означают освобождение от правил, обязательств и даже просьб, которые ограничивают их самостоятельность и независимость. Они стремятся к свободе, а не к любви; на самом деле они подавляют и поэтому боятся своего влечения к зависимости. Они

мечтают о таких отношениях, в которых оба человека одновременно чувствовали бы свободу и духовное единение. Однако на деле они часто оказываются безответственными и ненадежными, вызывая у своих партнеров обиду и гнев.

II. *Борцы за свободу* отвергают деньги и материальные ценности как средства порабощения людей. Часто они становятся политическими радикалами, хиппи или технократами. Они обладают пассивно-агрессивным характером и пытаются разобраться в своих внутренних конфликтах и спутанных ценностях. Дружба и товарищество являются для них главной наградой в борьбе против денег. Их идеализм является попыткой защититься от эмоций. Часто они становятся жертвами религиозных сект или террористических организаций.

Азартные игры. Ответ на вопрос, почему люди играют в азартные игры, для большинства кажется очевидным: чтобы выиграть легкие деньги и для развлечения. Однако психоаналитики утверждают, что некоторые люди, наоборот, играют, чтобы проиграть. И клинические случаи действительно подтверждают эту парадоксальную точку зрения.

Согласно Ференци, каждому, кто когда-либо играл в казино или на бирже, знакомо чувство абсолютной уверенности в успехе, которое является отзвуком «инфантильного всемогущества». Ференци считал, что младенцы воспринимают себя не как слабых и беспомощных, а как властных и могущественных созданий, чьи потребности удовлетворяются полностью подчиняющимися им взрослыми, не имеющими самостоятельного значения в мире. Столь нереалистическая самооценка складывается потому, что у них нет способа заметить свою подлинную слабость, зависимость и беспомощность. Со временем они сталкиваются с реальностью; отрицательные переживания открывают перед ними «правду жизни». Зрелость означает понимание не только своих возможностей, но и их ограниченности. Большинство из нас теряет чувство всемогущества к раннему детскому возрасту, но время от времени оно вновь оживает, особенно если нам чего-то очень хочется и мы убеждены, что можем это получить. «В этом состоит страсть игрока: он вводит себя в состояние иллюзорного знания, как будто он действительно *видит* номера, которые должны выпасть. За этой упорной — вопреки всякой вероятности — надеждой на успех скрывается стремление к проигрышу». Разумеется, не все игроки — невротики. Миллионы людей регулярно посещают бега, участвуют в лотереях, проводят время за карточным столом или у игровых автоматов. Это позволяет испытать волнующие чувства риска и азарта и ненадолго создает иллюзию, что они могут достичь в жизни чего-то большего, чем имеют.

Хотя существует огромное число работ по психопатологии игроков, очень немногие авторы интересовались психологией «нормальных» игроков, не одержимых страстью к игре. Впервые случай патологической страсти к игре был рассмотрен Фрейдом в эссе о Достоевском. Он называл страсть к игре, как и другие навязчивые симптомы, эдиповым комплексом. Основой психоаналитического толкования одержимости является идея о том, что игроком движет бессознательное желание проиграть — почувствовать себя жертвой несправедливости, пережить раскаяние и угрызения совести. Истоки

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

такого поведения лежат в детстве: в нарушении взаимоотношений ребенка с родителями. Игра может быть способом вернуть материнскую любовь, средством наказать себя за недозволённые чувства по отношению к матери или средством «тестирования» действительности.

Помимо психоаналитических, существуют другие теории, объясняющие поведение игроков их личностными особенностями. Так, Гофман рассматривает игру как суррогат рискованных ситуаций, исчезнувших из повседневной жизни. Он показал, что люди, профессии которых связаны с очень высоким или очень малым риском, выбирают рискованные игры. Те же, чья профессиональная деятельность сопряжена со средним риском, предпочитают не рисковать в игре. Эти данные подтверждает и Лозковски, показавший, что рискованные игры предпочитают экстраверты и люди, которым не хватает внешней сенсорной стимуляции.

Помимо психологических факторов, поведение игрока может быть детерминировано демографическими, социокультурными и ситуационными факторами. Уокер попытался объединить все эти факторы. По его мнению, предрасположенность человека к игре определяется следующими обстоятельствами.

а. *Культура* может одобрять или даже предписывать разные формы игры.
б. *Референтные группы*, с которыми человек себя идентифицирует, могут практиковать определенное игровое поведение.

в. *Социальное научение*: способы, которыми новички обучаются правилам и результатам игры.

г. *Личность*: индивидуальные различия могут влиять на определенные последствия игры.

д. *Кризис и стресс*: игра может использоваться как компенсационный механизм.

е. *Досуг*: игра может быть важным аспектом времяпрепровождения на отдыхе.

ж. *Социальное подкрепление*: социальные контакты и обстановка, в которой проходит игра.

з. *Потребность в физиологическом возбуждении*: игра может служить стимулирующим средством, используемым человеком для регуляции нервного возбуждения.

и. *Познание*: игровой опыт может использоваться в целях изучения и понимания действительности.

Причины денежных расстройств. Голдберг и Льюис выделили 10 психологических факторов, которые могут привести к серьезным проблемам в денежной сфере:

1) *заблуждения игрока*: неумение вовремя останавливаться и надежда отыграться;

2) *жадность*: союзник манипуляторов и мошенников;

3) *страх*: заставляет отказываться от разумного риска;

4) *зависть*: отвлекает человека, ограничивает его возможности и является пустой тратой психической энергии;

5) *гнев*: может расстроить деловые отношения и помешать сделке;

- 6) *самооценка*: мнение, что человек неспособен стать богатым;
- 7) *удовлетворенность*: довольство своей участью;
- 8) *честность*: неспособность жертвовать определенными принципами ради выгоды;
- 9) *сострадание*: эмоциональная мягкость, отзывчивость и забота о ближних могут приводить к неверным экономическим решениям;
- 10) *сентиментальность*: приверженность традициям, заставляющим людей не ценить богатство и не стремиться к нему.

Психотерапевты полагают, что поведение и установки по отношению к деньгам не являются чем-то изолированным, а составляют неотъемлемую часть личности в целом. Люди, склонные отказываться от денег, могут также отказываться от любви, благодарности или информации, предлагаемых другими. Люди, которые беспокоятся о своем финансовом положении, возможно, испытывают зависть или страх зависимости. Деньги могут концентрироваться на себе фантазии, страхи и желания, а также быть объектом вытеснения, искажения и защиты; могут быть связаны «с оружием, страстью, восхищением, свободой, властью и авторитетом, восторгом «и возбуждением, выживанием и безопасностью, сексуальной потенцией, победой и наградой. Они могут восприниматься как орудие нападения или щит, транквилизатор или стимулятор, талисман или приворотное зелье, лакомое блюдо или пушистое одеяло... То, что мы носим деньги в кармане, тратим их или откладываем, наполняет нас чувствами гордости, сексуальной привлекательности, неуязвимости, и, возможно, даже бессмертия. Наоборот, нехватка денег может вызывать у нас ощущения пустоты, заброшенности, унижения, неполноценности, тревоги, гнева и зависти».

Мэтьюз полагает, основываясь на клинической практике, что поведение и установки по отношению к деньгам являются следствием эмоциональной динамики раннего детства; взаимоотношений с родителями, друзьями, учителями и соседями; культурных и религиозных традиций; а также современных технологий и влияния СМИ. Функции денег, перечисляемые ею, многообразны: деньги могут использоваться для выражения недоверия и подозрения; создания внутрисемейных союзов и исключения других членов семьи; они могут порождать манипуляцию; служить проекциями эмоций и обвинений. Деньги часто используются как инструмент контроля; средство создания неестественной зависимости; как искупление родительской вины; в качестве замены искреннего извинения; как выражение проблемы границ, когда члены семьи не могут сформулировать, где их начало и конец.

Многие денежные расстройства, по наблюдениям Мэтьюз, имеют корни в семье. Родители выражают с помощью денег свои чувства по отношению к детям, поощряя их хорошие привычки и школьные успехи. Семейные послания относительно денег обычно бывают одновременно открытыми и скрытыми, часто оказываются непоследовательными и запутанными. Некоторые дети отвечают на родительские послания прямо противоположным поведением, что справедливо и в отношении денег. У сверхбережливых родителей могут вырасти расточительные и неосмотрительные дети. Другие дети пытаются превзойти родителей в финансовом отношении. Некоторые кажутся совершенно безраз-

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

личными к деньгам и как бы «не от мира сего». Их отношение к деньгам подразумевает, что они их не заслуживают. Естественно, тот, кто полагает, что не заслуживает справедливой оплаты за свой труд, ее и не получает.

Многие модели финансового поведения предписываются культурными стереотипами и ценностями. Они диктуют, кого считать богатым, а кого бедным; как зарабатывать деньги и на что тратить свободные средства; кто является финансовым героем и антигероем. Средства массовой информации укрепляют принятые в обществе денежные ценности и привычки с помощью рекламы, развлекательных программ и благотворительных марафонов.

Несмотря на то, что большинство исследований в области денежных расстройств основано на клинических случаях довольно тяжелых патологий, многие «нормальные» люди могут испытывать те же проблемы в более легкой форме. Каждый знает чрезмерно экономных или даже скупых людей, во всем себе отказывающих, так же, как неосторожных и расточительных, постоянно залезающих в долги. Литература по денежной патологии показывает, что деньги могут символизировать потребности в безопасности, свободе, власти и любви. Однако они не могут до конца удовлетворить эти потребности. И поскольку многие люди полагают, что их неудачи в удовлетворении этих потребностей вызваны недостатком денег, они удваивают усилия, чтобы заработать еще больше. Так замкнутый круг, в котором они находятся, постепенно сжимается, и легкая патология имеет тенденцию переходить в тяжелую. Эти наблюдения психотерапевтов имеют важное значение для психопрофилактики денежных расстройств.

Изучение психологии денег в нашей стране только начинается. Для исследований в этой области именно сейчас открывается обширное поле, поскольку переход России к рыночной экономике можно в общих чертах считать состоявшимся. Одним из последствий этого перехода является то, что в жизни каждого жителя бывшего СССР деньги заняли гораздо более важное место, чем 15 лет назад, скорее всего, куда весомее, чем для жителей экономически развитых западных стран. Хотя кросс-культурные исследования зависимости психологического благополучия от дохода на душу населения, проведенные в 55 странах, не включали российские данные [359], можно смело предположить, что Россия оказалась бы в них рядом с Индией и Бразилией, где между доходами и счастьем наблюдается линейная зависимость.

Реальности переживаемого нашей страной экономического кризиса подтверждают выводы западных психологов: поговорка «не в деньгах счастье» справедлива только для благополучных предпринимателей. Поучителен для нас и другой результат: наиболее безразличными к деньгам являются в развитых западных странах представители среднего класса. Это означает, что в России — стране с неразвитым средним классом и все более возрастающим разрывом между верхним и нижним социальными слоями — денежная патология и другие психологические проблемы, связанные с деньгами, распространены повсеместно. И вслед за открытием таких «болезней века», как депрессия, по видимому, отечественным психологам и психотерапевтам предстоит открыть разнообразные формы «денежного безумия», некоторые из них кратко были описаны в данном обзоре [113, 359].

Многие западные авторы, занимающиеся проблемами психологии денег, отмечают, что эта тема как в обществе, так и в научных кругах обсуждается крайне неохотно. А психотерапевты вообще стараются ее избегать, спрятавшись за «правилами заключения терапевтического контракта» и ограничиваясь в основном анализом нескольких традиционных форм денежных расстройств (азартные игры, kleптомания, импульсивные покупки). Причина в том, что деньги в современном обществе представляют собой одно из главных культурных табу.

Для экономико-психологических исследований в современной России наиболее перспективными могли бы стать исследования базовых установок по отношению к деньгам у различных демографических и социальных групп нашего общества. Для понимания тенденции социально-культурных и психологических трансформаций в российском сознании важно проследить, как меняются эти установки, складывается ли новая денежная этика, в чем ее отличия от протестантской трудовой этики, православной этики нестяжательства и уравнилельной этики социализма. Это позволит избавиться от многих идеологических мифов и выработать более реалистический взгляд на собственное будущее.

3.2. Экономико-психологические факторы функционирования финансовых рынков и биржевое поведение на рынке ценных бумаг

Лучше всего помещены те деньги, которые у нас украдены: ведь за них мы приобрели благоразумие.

А. Шопенгауэр

Еще в Древней Греции и Древнем Риме формализованная торговая практика началась с фиксирования времени и места торговли, центрального рыночного заведения, с общих товарообменных операций и валютных систем, а также заключения контрактов на поставку товаров в договорные сроки. В период расцвета Римской империи торговые центры под названием *foa vendalia* (рынки распродажи) являлись центрами реализации товаров, которые римляне привозили из отдаленных уголков империи. Первоначально здание форума в Риме создавалось как торговый центр, а гора в Афинах служила коммерческим рынком [6].

Несмотря на закат этих цивилизаций, основополагающие принципы центральной рыночной структуры сохранились.

Финансовые рынки совокупность всех денежных средств, находящихся в распоряжении государства, банков, предприятий, а также система их формирования, распределения и использования представляют собой концентрированное выражение современной экономики.

Финансы психологизированы прежде всего потому, что деятельность с ними насыщена риском, неопределенностью. История *финансовых паник* показывает, что они могут быть причиной реального финансового кризиса. Подчеркивая, что экономика акций, облигаций, товаров, валютные удары упираются в психологию поведения инвестора, Ш. Майтал восклицает: «Все рынки представляют собой договоренности, в ходе реализации которых товары, деньги, реальные и финансовые средства переходят из рук в руки. Жизненно важно помнить, что руки эти человеческие и являются составной частью думающих, чувствующих голов и тел. Для того чтобы рынки раскрыли свои секреты, вы должны спросить, КТО?, а не только ЧТО? или КОГДА?» [112].

Как отмечает О.С. Дейнека, ситуацию реформирования, экономико-политического кризиса рассматривают как ситуацию тотального (всеобщего) риска, связанного с масштабными социальными преобразованиями в процессе перехода общества в качественно новое состояние. В этой ситуации возрастает роль личности, которая может самостоятельно принимать рискованные решения, неся ответственность и за их осуществление. Рискуют в первую очередь конкретные люди, массы же чаще всего поддаются эпидемии страха или эйфории надежды [112].

По мнению Дж. Катоны, экономический спад бывает спровоцирован его ожиданием со стороны масс, предположением, что он может начаться, так как люди начинают резко сокращать расходы и способствуют «откладыванием покупок на потом» резкому росту цен. Другой дисбаланс, связанный с ожиготажным спросом из-за страха перед инфляцией и изъятием вкладов из банков, также препятствует нормальному движению финансовых потоков и усиливает или провоцирует кризис [464].

Прежде чем вникнуть в факторы, влияющие на биржевое поведение, необходимо освоить основные экономико-психологические понятия рынка ценных бумаг, такие как акции, облигации, государственные долговые обязательства, депозитные и сберегательные сертификаты, векселя, а также производные ценные бумаги: опционы, фьючеры и варранты.

Рынок ценных бумаг таит в себе как уникальные возможности быстрого обогащения, так и подводные камни, столкновение с которыми так же стремительно может разрушить созданное благосостояние.

Далеко не всех граждан России приватизация превратила в собственников. И все же на какое-то, пусть очень короткое время каждый стал участником рынка ценных бумаг и смог попытаться счастья на этом «поле финансовых чудес». Шанс был предоставлен всем — от простого рабочего до известного предпринимателя. А кто и как воспользовался этой возможностью, зависело не только от его смелости и имеющихся средств, но и от быстрого освоения навыков работы с ценными бумагами. Поэтому одним из главных условий в работе на рынке ценных бумаг является выбор верного пути к достижению поставленной цели.

Существуют три крупных направления деятельности, позволяющих делать бизнес на рынке ценных бумаг. Это, во-первых, выпуск (эмиссия) ценных бумаг; во-вторых, покупка ценных бумаг с целью получения дивидендов или перепродажи по более высокому курсу; в-третьих, оказание консультационных и посреднических услуг по всему спектру операций с ценными бумагами.

Ценные бумаги — это документы, выражающие право собственности или отношения по займу. Гражданский кодекс РФ определяет понятие ценной бумаги как «документа установленной формы и обязательных реквизитов, удостоверяющего имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении». Приведенные выше определения ценных бумаг — юридические. Они лишь отражают экономические отношения, но не раскрывают экономической сущности «...документа установленной формы и реквизитов...».

Экономическая теория утверждает, что ценная бумага — это форма существования капитала. Его возникновение и обращение тесным образом связаны с функционированием рынка реальных активов, т.е. рынка, на котором происходит купля-продажа материальных ресурсов. Появление ценных бумаг привело к разделению капитала на капитал, представленный производственными фондами, и капитал в виде фондовых активов. Фондовые активы являются отражением реального капитала в ценных бумагах.

Исторически рынок ценных бумаг начал развиваться на основе ссудного капитала. Действительно, покупка ценной бумаги означала не что иное,

как передачу покупателем бумаги части своего денежного капитала займа. Бумага, полученная вместо денег, принимает статус кредитного документа. А это уже гарантия того, что владелец ценной бумаги имеет право на доход в виде процентов или дивидендов на отданный в долг капитал. В форме ценной бумаги могут фиксироваться любые общественно значимые права, если они имеют денежную оценку. Значит, ценная бумага — это прежде всего титул собственности.

Ценные бумаги разнообразят товарный мир: его уже нельзя делить на собственно товары и деньги. В рыночный оборот включается новый объект купли-продажи — ценные бумаги, характерной особенностью которого является то, что ценная бумага — это не деньги и не материальный товар, хотя можно указать на ряд свойств ценных бумаг, которые ставят их в один ряд с деньгами. Назовем лишь некоторые. Это возможность обмена на деньги путем погашения, купли-продажи. Ценная бумага может использоваться в расчетах и как объект залога при совершении кредитных сделок. Она может быть передана по наследству, служить подарком и т.д. Приведенное перечисление свойств ценной бумаги указывает только на их близкую схожесть с деньгами, но не на их тождественность.

Обособленность фондовых активов, их независимость от величины производственных фондов, их самостоятельное обращение на рынке определяется тем, что стоимость ценных бумаг некой фирмы может как превышать размер производственных фондов, так и сокращаться до нуля.

Понятие ценной бумаги не отличается однозначностью, строго научной определенностью. Дело в том, что экономические отношения, выражаемые ею, весьма сложны. Кроме того, экономические процессы имеют быстро развивающуюся динамику, что приводит к образованию новых форм существования ценных бумаг.

Федеральный закон РФ «О рынке ценных бумаг» признает эмиссионной ценной бумагой любую, которая характеризуется одновременно следующими признаками:

- закрепляет совокупность имущественных и неимущественных прав, подлежащих удостоверению, уступке и безусловному осуществлению с соблюдением установленных настоящим законом формы и порядка;
- размещается выпусками;
- имеет равные объемы и сроки осуществления прав внутри одного выпуска вне зависимости от времени приобретения ценной бумаги.

Изначально ценные бумаги выпускались исключительно в бумажной форме. Развитие рыночных отношений в последнее время, и не только в России, потребовало поиска новой формы существования ценной бумаги. Новейшие достижения в области электронно-вычислительной техники, появление мощных компьютерных технологий создали все необходимые предпосылки для перехода от документарной (бумажной) к бездокументарной (электронной) среде существования ценной бумаги.

В какой бы среде ни находилась ценная бумага, своим существованием она «обязана» эмитенту и инвестору.

Эмитент (лат. *emittere* — выпускать) — субъект, осуществляющий эмис-

сию ценных бумаг. В качестве эмитента ценных бумаг могут выступать государство, банки, акционерные общества и другие юридические лица. Физические лица могут выпускать в обращение только векселя и производные ценные бумаги.

Инвестор — лицо, покупающее ценные бумаги (лицо, владеющее ценными бумагами).

Жизнь убеждает, что люди неохотно идут на сделку «мои бумаги — ваши деньги», если в основе этой сделки отсутствует побудительный мотив.

Интерес инвестора к ценным бумагам обусловлен стремлением к получению экономической выгоды. Измерителем этой выгоды является доходность ценных бумаг. Для расчета доходности ценной бумаги инвестор сопоставляет получаемый по ней доход с ценой приобретения. Чтобы определить значение полной доходности, учитывают еще и разницу цены покупки и цены продажи.

На сравнительно молодом финансовом рынке ценных бумаг России, к сожалению, преобладает финансовая игра, основанная на вынужденном спекулятивном обмене, с одной стороны, игроков коммерческих банков (сторонних брокеров, маркет-мейкеров), с другой — лиц вынужденных в жестких условиях «выживания» в конкурентной борьбе освобождаться от собственности и дивидендов под давлением обстоятельств (физическая угроза, необходимость приобретения крупной покупки или услуги, финансовая некомпетентность и т.д.).

Если эмитент выпускает ценные бумаги, а инвестор покупает их в надежде на получение экономической выгоды, то имя владельца ценной бумаги может идентифицироваться, а может обойтись и без этой процедуры. В этой связи ценные бумаги могут быть именными, предъявительскими и ордерными.

Именные ценные бумаги документарной и/или бездокументарной формы выпуска — это ценные бумаги, сведения о владельцах которых доступны эмитенту в форме реестра владельцев ценных бумаг, переход прав на которые и осуществление закрепленных ими прав требуют обязательной идентификации владельца. Иначе говоря, именная ценная бумага — это ценная бумага, имя владельца которой зафиксировано на ее бланке и/или в реестре собственников, который может вестись в различных формах существования ценных бумаг.

Владелец этой формы эмиссионных (выпускаемых) бумаг устанавливается на основании предъявления оформленного надлежащим образом сертификата ценной бумаги или, в случае депонирования такового, на основании записи по счету «депо».

Ценные бумаги на предъявителя документарной формы выпуска (документарные ценные бумаги на предъявителя) — это ценные бумаги, переход прав на которые и осуществление закрепленных ими прав не требуют идентификации владельца бумаги. Отсюда следует, что предъявительская ценная бумага не является носителем чьего-либо имени, а ее обращение не нуждается в какой-либо регистрации. Для участников рынка ценных бумаг этот вид ценных бумаг является предпочтительным по очень простой причине: процесс перехода прав на финансовый актив совершается предельно быстро, достаточно только передать ценную бумагу от продавца к покупателю.

Кроме этого преимущества предъявительская ценная бумага весьма экономична в своем обращении.

Кроме именных и предъявительских существуют также ордерные ценные бумаги. Особенностью этого вида бумаг является то, что они сочетают в себе черты именных и предъявительских ценных бумаг.

Задача оптимизации числа признаков ценных бумаг не настолько актуальна, насколько важно ответить на вопрос: что характеризует тот или иной признак — ценные бумаги или их вид? Это необходимо сделать уже потому, что современная мировая экономика рассматривает классификацию ценных бумаг как деление их на виды по признакам присущих только им характеристик. Что же касается классификации видов ценных бумаг, то это деление ценных бумаг одного вида на подвиды, подвиды первого порядка и т.д.

Видовую структуру ценных бумаг обычно представляют как основные, так и производные бумаги.

Основные ценные бумаги — это бумаги, основой которых являются реальные активы (товар, имущество, деньги, капитал, материальные ресурсы и др.). Основные ценные бумаги подразделяются на две подгруппы.

Первая из них называется «первичные ценные бумаги». Особенностью этой подгруппы бумаг является то, что они основаны на активах, в число которых эти ценные бумаги сами не входят (акции, облигации и др.).

Вторую подгруппу называют вторичными ценными бумагами. Бумаги этой подгруппы выпускаются не на основе активов, а на основе первичных ценных бумаг, которые могут быть представлены в виде варрантов на ценные бумаги, депозитарные расписки и др. Только один пример: в 1996 г. состоялся специализированный аукцион по продаже части акций РАО «ЕЭС России» и параллельно на зарубежных рынках ценных бумаг были размещены депозитарные расписки, выпущенные на акции РАО.

Производные ценные бумаги — бездокументарная форма выражения имущественного права (обязательства), возникающего в связи с изменением биржевых котировок на тот или иной объект биржевой торговли (фьючерсные контракты, опционы).

При классификации ценных бумаг по видам пользуются правилом единства признаков. Согласно этому правилу под видом ценных бумаг понимают такую их совокупность, для которой все признаки, присущие ценным бумагам, являются общими, одинаковыми.

Ценная бумага — категория экономическая. Поэтому все ее признаки могут быть сгруппированы в терминах пространства, генезиса, времени и рынка.

Пространственные признаки ценной бумаги:

- национальная принадлежность: отечественная или иностранная (т.е. другого государства);
- территориальная принадлежность: регион страны, в котором эмитирована ценная бумага;
- форма среды существования: бумажные (документарные), безбумажные (бездокументарные).

Генезисный признак ценной бумаги: бумага ведет свое начало от первичной основы или является производной от других ценных бумаг.

Рыночные признаки ценной бумаги:

- форма вложения средств: деньги инвестируются в долг или для приобретения права собственности;
- наличие дохода или его отсутствие;
- порядок владения: именная или на предъявителя;
- форма выпуска: эмиссионная, т.е. выпускаемая отдельными сериями, или неэмиссионная;
- вид эмитента (государство, корпорации, частное лицо);
- полнота обращаемости на рынке (с ограничением или без него);
- вид прав, предоставляемых ценной бумагой;
- уровень риска.

Временной признак ценной бумаги: срок существования ценной бумаги от момента выпуска в обращение и до момента погашения. Если ценная бумага бессрочная, то временным параметром следует считать только дату эмиссии.

Исходя из изложенного выше, классификацию ценных бумаг можно представить так, как это показано на рис. 3.

Первичные ценные бумаги — акции, облигации, векселя — появились в России не сразу. Практически невозможно установить появление векселя. Государство Московия неохотно перенимало мировой хозяйственный опыт, породивший вексель. Русские купцы отдавали предпочтение наличным деньгам. Бывало, что торговый люд Господина Великого Новгорода свидетельствовал появление векселя, но, как правило, иностранного происхождения и обращавшегося среди купцов-иноземцев. В России всегда было не просто с наличностью. Деловые люди не могли не заметить преимуществ вексельного обращения. Данный финансовый инструмент привлек внимание правительства. Появляется казенный вексель. Петр I повелевает использовать вексель, чтобы избежать потерь казенных денег при перевозках на нужды армии. В мае 1729 г. правительство принимает специальный «Устав Вексельный». Эту дату, вероятно, можно принять за момент законодательного закрепления основ вексельного обращения.

Появление облигаций правомерно увязывать с осуществлением внешних заимствований. Внешние займы Россия брала со времен Екатерины II.

Акции — продукт образования новых форм хозяйствования — акционерных обществ. В 1839 г. император Николай I издал закон об акционерных обществах. Для сравнения скажем, что в Англии аналогичный закон был издан на восемь лет позже. Значит, в России акции как финансовый инструмент используются, если не считать советского периода ее истории, более 160 лет.

С экономико-психологической точки зрения необходимо очень хорошо представлять характеристики основных видов ценных бумаг, связанных в свою очередь с различными видами собственности.

Акция (фр. action) — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, оставшегося после ликвидации акционерного общества.

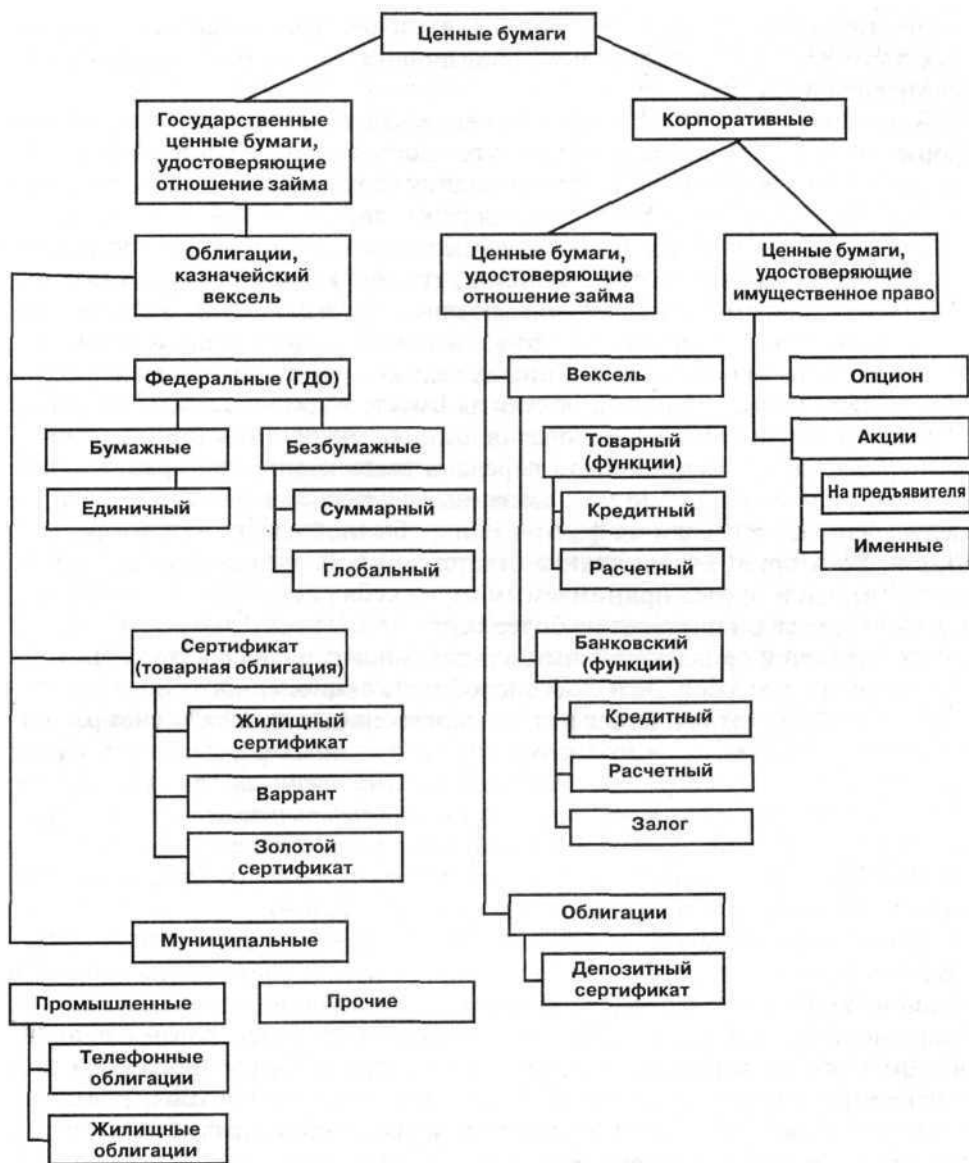


Рис. 3. Схема классификации видов ценных бумаг

Акционерное общество — наиболее распространенная форма организации хозяйствующих субъектов, имеющая многовековую историю. Одним из первых (если не самым первым) акционерных обществ в Великобритании была созданная в 1555 г. лондонскими купцами «Московская компания торговых предпринимателей». Компания снарядила несколько кораблей, один из которых дошел до устья Северной Двины, а его капитан Ричард Ченслер даже добрался до Москвы и получил аудиенцию у Ивана Грозного. Резуль-

татом этого коммерческого предприятия стало не только заключение выгодных торговых сделок, но и установление дипломатических отношений между Англией и Россией.

Акционерное общество — это коммерческая, организационно-правовая форма объединения, образованная путем добровольного соглашения юридических и физических лиц, объединивших свои финансы и выпустивших в обращение акции с целью получения прибыли.

В течение столетий акционерные общества доказали свою гибкость, применимость к самым разным условиям и, что очень важно, соответствие некоторым базисным представлениям людей о справедливости. Действительно, сама идея акционерного общества основана на древнейшем понятии о совместной деятельности и принципах дележки результатов: тот, **кто** больше вложил, должен больше и получить. Вместе с тем **к** несомненным достоинствам акционерной (корпоративной) формы организации относятся, во-первых, легкость и простота передачи всего комплекса прав (имущественных и неимущественных), связанных с участием в обществе: вся процедура чаще всего сводится фактически к обычной сделке купли-продажи акций. Во-вторых, ограниченная ответственность акционера изначально ставит верхний предел принимаемым им на себя рискам: даже в самом неудачном случае он потеряет не более того, что вложил. Такое ограничение рисков является привлекательным в глазах многих и способствует быстрой мобилизации ресурсов. Да и сама способность акционерного общества увеличивать объем находящегося в его распоряжении капитала за счет расширения круга владельцев выгодно отличает его от иных форм хозяйственной организации. *Таким образом, целый ряд важных преимуществ акционерного общества привел к чрезвычайно широкому распространению этой формы практически во всех странах рыночной организацией хозяйства.*

По форме присвоения дохода акции подразделяются на простые (обыкновенные) и привилегированные (преференциальные).

Обыкновенные акции дают право на участие в управлении акционерным обществом (одна акция — один голос при решении вопросов на собрании акционеров) и участвуют в распределении чистой прибыли общества после пополнения резервов и выплаты дивидендов по привилегированным акциям. Доля обыкновенных акций, сосредоточенная в руках одного владельца и дающая ему возможность осуществлять фактический контроль над акционерным обществом, называется **контрольным пакетом акций**. Теоретически контрольный пакет должен составлять 50% всех выпущенных обыкновенных акций плюс одна акция. Практически он значительно меньше.

Привилегированные акции не дают права на участие в управлении, но приносят постоянный (фиксированный) дивиденд и имеют преимущество перед обыкновенными акциями при распределении прибыли и ликвидации общества.

Привилегированные акции имеют следующие разновидности:

- **с правом отзыва** — это акции, которые дают право корпорации-эмитенту выкупать их у владельца после предварительного уведомления (обычно за 30 дней);

- с правом участия — это акции, которые дают владельцу право на участие в прибыли (получение дополнительных дивидендов сверх обычных ус- танавливаемых в виде твердого процента на вложенный капитал) и на участие в управлении (голосование на общем собрании акционеров). Эти акции (фактически простые) выпускают для определенной части акци- онеров, обладающих соответствующей долей акционерного капитала;
- кумулятивные привилегированные акции — при их выпуске предусматривается, что любые причитающиеся, но не объявленные дивиденды на- капливаются и выплачиваются по этим акциям до объявления о вып- лате дивидендов по обыкновенным акциям;
- некумулятивные привилегированные акции — держатели этих акций теряют дивиденды, если совет директоров корпорации не объявил их выплату;
- привилегированные акции с правом погашения (ретрекативные акции) — такие акции дают их владельцу право предъявить их корпорации для погаше- ния (условия погашения определяются при выпуске);
- конвертируемые привилегированные акции — их можно обменять на другие (чаще всего обыкновенные) акции по заранее определенной цене в тот или иной промежуток времени (условия конверсии определяются при выпуске);
- привилегированные акции с плавающим или переменным курсом — по ним дивидендные платежи меняются в зависимости от уровня ссудного про- цента (если процент растет, то растут и платежи по ним, и наоборот);
- привилегированные акции с ордером — они дают их держателю право ку- пить определенное число обыкновенных акций: и тем самым повысить ликвидность выпуска. Иногда корпорации обуславливают выдачу ор- деров определенными сроками, что удерживает владельцев акций от их продажи до определенного срока.

Номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать 25% от уставного капитала общества.

Типы и разновидности обыкновенных акций по характеру обращения на фон- довом рынке:

- акции в обращении — акции эмитента; которые постоянно находятся в обращении на фондовом рынке;
- портфельные акции — акции, которые находятся во владении корпораций, их выпускающих. Значение этих акций для акционерных обществ очень велико, их функциональным назначением является: а) владение конт- рольным пакетом акций компании; б) регулирование курса акций по- средством их выпуска на фондовый рынок или изъятия с фондового рын- ка; в) увеличение возможностей экспорта капитала при образовании фи- лиалов, дочерних и совместных предприятий за пределами страны, где зарегистрирована компания; г) регулирование налоговой ставки на при- быль корпорации. Высшие управленческие органы акционерного обще- ства определяют количество «портфельных акций» в зависимости от сво- ей инвестиционной политики и конкретной ситуации на рынке;
- подписные акции — акции, на размещение которых даны гарантии, в их число могут входить как полностью, так и частично оплачиваемые ак-

ции. Этот тип акций непосредственно связан с первичным рынком ценных бумаг и служит важнейшей характеристикой проспекта эмиссии, представляемого эмитентом для первичного размещения;

- **зарегистрированные акции** — акции, имеющие листинг и котирующиеся (т.е. допущенные к обращению) на бирже;
- **незарегистрированные акции** — акции, которые находятся вне биржевого оборота, они продаются и покупаются, минуя биржу;
- **активные акции** — акции, которые постоянно продаются и покупаются на фондовой бирже в значительных количествах.

По условиям выпуска эмитент может размещать:

- **конвертируемые акции**, которые дают владельцу право обменивать их на другой вид ценных бумаг того же эмитента (прежде всего на его облигации). Конвертируемые акции являются переходной формой между собственным и заемным капиталом;
- **акции с правом на переоценку**, которые дают эмитенту право потребовать у владельца дополнительный взнос (чаще всего это происходит в условиях нестабильной экономической ситуации);
- **гарантированные акции** — с гарантированной выплатой дивидендов.

Акция имеет **номинальную и рыночную стоимость**. Цена акции, обозначенная на ней, является **номинальной стоимостью акции** и не может быть менее определенной суммы, установленной законодательством. Цена, по которой реально покупается акция, называется **рыночной ценой**, или курсовой стоимостью (курсом акции). Курс акций находится в прямой зависимости от размера получаемого по ним дивиденда и в обратной зависимости от уровня ссудного (банковского) процента и выражается формулой:

$$P_k = \frac{d}{i} \times 100,$$

где P_k — курс акции; d — ожидаемый дивиденд (%); i — ставка ссудного (банковского) процента,
или

$$P_k = \frac{P}{N} \times 100,$$

где P — рыночная цена; N — номинальная цена.

Дивиденды — это доход на акции, формирующийся **за счет** прибыли акционерного общества, выпустившего акцию.

Дивиденды по акциям выплачиваются либо в виде денег, либо в виде акций (или в соответствии с уставом общества — иным имуществом). Источником выплаты дивидендов является чистая прибыль общества за текущий год.

Акционерное общество вправе ежеквартально, раз в полгода или раз в год принимать решение (объявлять) о выплате дивидендов по размещенным акциям. Общество обязано выплатить объявленные по каждой категории (типу) акций дивиденды. Дивиденды по привилегированным акциям опре-

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

деленных типов могут выплачиваться за счет специально предназначенных для этого фондов общества.

Решение о выплате годовых дивидендов, размере дивиденда и форме его выплаты по акциям каждой категории (типа) принимается общим собранием акционеров по рекомендации Совета директоров акционерного общества.

Общее собрание акционеров вправе принять решение о невыплате дивиденда по акциям определенных категорий (типов), а также о выплате дивидендов в неполном размере по привилегированным акциям, размер дивиденда по которым определен в уставе общества.

Размер дивиденда определяется по формуле:

$$d = i \times P_k,$$

где d — дивиденд; i — ставка ссудного (банковского) процента. Текущая доходность акции определяется так:

$$D_T = \frac{D_r}{P_k},$$

где D_r — годовая доходность акции.

Ограничения на выплату дивидендов. Общество не вправе принимать решение о выплате (объявлении) дивидендов по акциям:

- до полной оплаты всего уставного капитала общества;
- до выкупа всех акций (количество которых определено собранием) у акционеров общества (до 10% стоимости чистых активов общества);
- если на момент выплаты дивидендов общество отвечает признакам банкротства;
- если стоимость чистых активов общества меньше его уставного капитала и резервного фонда и превышения над номинальной стоимостью определенной уставом ликвидационной стоимости размещенных привилегированных акций.

Общество не вправе принимать решение о выплате дивидендов:

- по обыкновенным и привилегированным акциям, размер дивиденда по которым не определен, если не принято решение о выплате в полном размере дивидендов по всем типам привилегированных акций, размер дивиденда по которым определен уставом общества;
- по привилегированным акциям определенного типа, по которым размер дивиденда определен уставом, если не принято решение о полной выплате дивидендов

по всем типам привилегированных акций, предоставляющим преимущественное в очередности получения дивидендов перед привилегированными акциями этого типа.

На финансовом рынке помимо акций существуют такие ценные бумаги с фиксированным доходом — облигации.

Облигация — это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее дер-

жателя на получение от эмитента облигации в предусмотренный ею срок ее номинальной стоимости и зафиксированного в ней процента от этой стоимости или иного имущественного эквивалента.

Облигации относятся к ценным бумагам с фиксированным доходом. Они могут выпускаться государством, региональными властями, финансовыми институтами, а также различными корпорациями.

Облигации имеют номинальную цену, выкупную цену и рыночную цену.

Номинальная цена напечатана на самой облигации и служит в качестве базы при дальнейших перерасчетах и при начислении процентов.

Выкупная цена — это цена, по которой эмитент выкупает облигацию по истечении срока займа (она может совпадать, а может и не совпадать с номинальной ценой, что зависит от условий займа).

Рыночная цена облигации определяется, исходя из условий займа и ситуации, сложившейся в момент реализации на рынке облигаций.

Рыночные цены существенно различаются между собой, поэтому для достижения их сопоставимости рассчитывается курс облигации.

Курс облигации — это цена одной облигации в расчете на 100 денежных единиц номинала. Курс облигации зависит от средней величины ссудного рыночного процента, существующего в данный момент, срока погашения, степени надежности эмитента и ряда других факторов.

Расчет курса производится по формуле:

$$P_k = \frac{P}{N} \times 100,$$

где P_k — курс облигации; P — рыночная цена; N — номинальная цена облигации.

По сроку действия облигации делятся на:

- краткосрочные (от 1 до 3 лет);
- среднесрочные (от 3 до 7 лет);
- долгосрочные (от 7 до 30 лет);
- бессрочные.

По способу обеспечения займа облигации делятся на:

- облигации с имущественным залогом;
- облигации с залогом в форме будущих залоговых поступлений (обычно это муниципальные или государственных компаний);
- облигации с залогом в форме поступлений от будущей хозяйственной деятельности;
- облигации с определенными гарантийными обязательствами, т.е. обеспеченные другими ценными бумагами, находящимися в трасте.

По характеру обращения облигации подразделяются на:

- обычные;
- конвертируемые (их можно обменивать на акции того же эмитента).

Среди конвертируемых следует выделить переводные облигации и облигации с опционом.

Переводные облигации могут быть переведены в определенное количество простых акций этого же эмитента. Владеющие ими инвесторы получают право сбалансировать между рынками акций и облигаций.

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

Облигации с опционом предоставляют инвестору возможность при росте процентных ставок сдать облигации (через 3–5 лет) эмитенту и получить их номинальную стоимость.

Доходность облигации характеризуется рядом параметров, которые зависят от условий, предложенных эмитентом. Так, для облигаций, погашаемых в конце срока, на который они выпущены, доходность измеряется купонной доходностью, текущей доходностью и полной доходностью.

Купонная доходность — норма процента, которая указана на ценной бумаге и которую эмитент обязуется уплатить по каждому купону. Платежи по купонам могут производиться раз в квартал, по полугодиям или раз в год.

Текущая доходность характеризует выплачиваемый годовой процент на вложенный капитал, т.е. на сумму, уплаченную в момент приобретения облигации. Текущая доходность определяется по формуле:

$$i_m = \frac{N \times g}{P} = \frac{g}{P_k} \times 100,$$

где g — норма доходности по купонам; N — номинальная цена облигации; P — рыночная цена (цена приобретения); P_k — курс в момент приобретения.

Полная доходность учитывает все источники дохода владельцев облигации. Ее иногда называют **ставкой помещения**.

Для облигаций, приобретенных с дисконтом, ставка помещения определяется по формуле:

$$i \approx \frac{g \times N + \frac{(N - P)}{n}}{\frac{(P + N)}{2}},$$

а для облигаций, купленных с премией (т.е. выше номинала):

$$i \approx \frac{g \times N + \frac{(P - N)}{n}}{\frac{(P + N)}{2}}$$

где n — число лет, оставшихся до погашения; g — годовой купонный доход; P — цена приобретения; N — номинал облигации.

По способам выплат купонного дохода облигации бывают: с фиксированной купонной ставкой, с плавающей купонной ставкой, с равномерно возрастающей купонной ставкой, с нулевым и мини-купоном, с оплатой по выбору и смешанного типа.

Национальная экономическая психология России в условиях перехода к рыночным отношениям и постоянного перераспределения собственности связана с необходимостью сокращения дефицита федерального бюджета, что приводит к возникновению государственных долговых обязательств.

На основании Генеральных условий Министерство финансов РФ по согласованию с Центральным банком Российской Федерации утверждает ус-

ловия отдельных выпусков облигаций, в которых указываются периодичность выпусков, объем и срок каждого выпуска, тип облигаций (именные или на предъявителя), порядок и форма выплаты доходов и погашения, порядок признания выпуска состоявшимся, ограничения на потенциальных владельцев, номинальная стоимость, размер, периодичность и порядок выплаты процентов по облигациям. В рамках одного выпуска государственные облигации равны между собой по объему предоставляемых прав.

Владельцами государственных облигаций могут быть юридические и физические лица, которые по законодательству РФ являются резидентами и нерезидентами, если иное не предусмотрено условиями отдельных выпусков облигаций. Эмитентом облигаций является Министерство финансов РФ. Генеральным агентом по обслуживанию выпусков облигаций является Банк России.

Все сделки с государственными облигациями заключаются и исполняются в порядке, установленном Центральным банком РФ по согласованию с Минфином РФ через уполномоченные им организации на осуществление депозитарной, брокерской или дилерской деятельности с облигациями.

Документом, удостоверяющим права, закрепляемые государственными облигациями каждого выпуска, является глобальный сертификат, оформляемый на этот выпуск, реквизиты которого устанавливаются Минфином РФ.

Учет отдельных государственных облигаций каждого выпуска ведется в виде записей по счетам депо, осуществляемых Банком России и уполномоченными организациями. Функции депозитария выполняет Банк России, а субдепозитариев — уполномоченные организации.

В случаях, предусмотренных Федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год, Банк России имеет право при размещении облигаций приобретать их от своего имени и за свой счет на основании отдельного соглашения с Минфином РФ или по согласованию с Минфином РФ может осуществлять дополнительную продажу государственных облигаций данного выпуска, не проданных при размещении.

В настоящее время в обращении находятся следующие виды государственных долговых обязательства:

- облигации государственного сберегательного займа (ОГСЗ);
- валютные облигации;
- облигации Российского внутреннего выигрышного займа 1992 года выпуска.

Наиболее привлекательным до 17 августа 1998 г. (до объявления дефолта по этим облигациям) были государственные краткосрочные бескупонные облигации (ГКО) и облигации федерального займа (ОФЗ).

С момента своего появления (май 1993 г.) ГКО сразу оказались самым надежным, а также одним из наиболее ликвидных и доходных инструментов российского финансово-кредитного рынка. Важным плюсом ГКО (а с 1995 г. — и ОФЗ) была великолепная инфраструктура торговли этими бумагами, которая с минимальными издержками обеспечивала твердые гарантии выполнения всех сделок, сохранности депонированных бумаг и переносимости в расчетную систему денег.

Длительное время доходы от операций с ГКО-ОФЗ освобождались от на-

логообложения, а с января 1997 г. ставка налога с дохода от ГКО и ОФЗ составляла всего 15%.

В начале 1998 г. более 60% всех обращающихся на рынке ГКО и ОФЗ приходилось на банковский сектор. Около 29% облигаций находилось в портфелях нерезидентов, 11% принадлежало российским юридическим лицам, 0,5% — физическим лицам.

17 августа 1998 г. Правительство РФ и Банк России объявили о замораживании госдолга и его реструктуризации. Несмотря на то что рухнула создававшаяся с 1993 г. система ГКО-ОФЗ, система финансирования бюджетного дефицита, государственные краткосрочные долговые обязательства будут эмитироваться и иметь спрос и предложение на фондовом рынке. В этом заинтересованы банки, чтобы был рынок для размещения временно свободных средств, в этом заинтересовано Правительство РФ — для финансирования дефицита федерального бюджета.

Начало возрождения государственных «коротких» облигаций положено выпуском и размещением краткосрочных бескупонных облигаций (КБО). Это облигации Банка России (ГКО и ОФЗ были облигациями Минфина), доступ нерезидентов к ним закрыт. Организация торгов практически та же, что и при реализации ГКО и ОФЗ.

Максимальный срок обращения этих облигаций составляет три месяца. Эмиссия «коротких» облигаций осуществляется в виде отдельных выпусков. Размещение их происходит в виде аукциона с дисконтом от номинальной цены.

В дальнейшем государственные краткосрочные облигации будем именовать государственными долговыми обязательствами (ГДО).

Выпуск ГДО осуществляется на безбумажной основе в виде записей на счетах депо. Каждому выпуску присваивается номер государственной регистрации.

Выпуск ГДО считается состоявшимся, если в период его размещения было продано не менее 20% от количества облигаций, предлагавшихся к выпуску.

Участниками рынка ГДО являются Дилеры и Инвесторы. Дилерами могут быть только инвестиционные институты и банки, заключившие договор с Банком России на выполнение функций по обслуживанию операций с ГДО. Количество Дилеров ограничено. Дилер может совершать сделки от своего имени и за свой счет, а может выполнять функции финансового брокера при заключении сделок от своего имени, за счет и по поручению Инвестора.

Инвестор обязан заключить с Дилером договор на обслуживание, в котором определяется порядок приобретения, владения и продажи Инвестором облигаций, а также права и обязанности сторон.

Договором между Банком России и Дилером обуславливаются права и обязанности обеих сторон. При этом каждому Дилеру присваивается уникальный код, который указывается во всех операционных, регистрационных и учетных документах, связанных с операциями ГДО данного Дилера от своего имени и за свой счет.

Размещение ГДО осуществляется в форме аукциона, проводимого Банком России. Дата аукциона, предельный объем выпуска, место и время проведения объявляются Банком России не позднее чем за 7 календарных дней до его проведения.

На аукцион Дилеры подают две заявки — от своего имени и объединенную заявку Инвесторов. Каждая заявка может содержать неограниченное число конкурентных предложений и одно неконкурентное предложение.

В конкурентном предложении указывается цена, по которой покупатели готовы купить ГДО, и соответствующее этой цене количество облигаций. Цена устанавливается в процентах от номинала с точностью до сотых долей процентов.

В неконкурентной заявке указывается общее количество ГДО, которое покупатели готовы купить по средневзвешенной цене аукциона. Банк России устанавливает лимит ГДО, указываемых в неконкурентной заявке каждым покупателем. Этот лимит сообщается Дилерам за 7 дней до проведения аукциона одновременно с другими параметрами выпуска.

Ввод заявок в систему осуществляется по следующей схеме. Перед началом аукциона Дилеры переводят денежные средства в **Расчетной системе** со своих корреспондентских (текущих) счетов на «торговые» субсчета. Если перед проведением аукциона происходит погашение облигаций, то полученные средства также аккумулируются на торговом субсчете. Субсчет блокируется на период проведения аукциона и завершения расчетов по нему.

Па основании сводной ведомости поступивших на аукцион заявок в пределах установленного объема выпуска ГДО определяется минимальная цена продажи облигаций (цена **отсечения**). Конкурентные заявки удовлетворяются по ценам, которые в них указаны, но не дешевле цены отсечения. Все неконкурентные заявки удовлетворяются по средневзвешенной цене удовлетворенных в ходе аукциона конкурентных предложений.

Средневзвешенная цена рассчитывается как сумма произведений числа облигаций на их цену в удовлетворенных конкурентных заявках, деленная на общее число размещенных конкурентных облигаций.

Вторичное обращение облигаций. Перед началом торгов Торговая система запрашивает по каждому Дилеру количество облигаций и денежных средств, зарезервированных на «торговых» субсчетах в Депозитарии и Расчетной системе. Во время торгов Дилеры подают разовые заявки на покупку (продажу) облигаций. Ввод заявки на продажу возможен только в том случае, если у Дилера-продавца зарезервировано достаточное количество облигаций, а на покупку — если у Дилера-покупателя зарезервировано необходимое количество денежных средств.

При поступлении заявки на покупку Торговая система проверяет, есть ли неудовлетворенные заявки в очереди на продажу с ценой меньшей или равной, чем у поступившей заявки. Если такие заявки есть, то фиксируются сделки по цене заявок из очереди на продажу до тех пор, пока есть такие заявки или пока поступившая заявка не будет удовлетворена полностью. Если поступившая заявка удовлетворена не полностью, то ее остаток ставится в очередь неудовлетворенных заявок на покупку. Заявка ставится в ту же очередь, если по ней не было зафиксировано сделок. Неудовлетворенные заявки в очередь на продажу располагаются по мере возрастания цены заявки, а при равной цене — в порядке времени их подачи. Аналогично при поступлении заявки на продажу Торговая система проверяет неудовлетворенные заявки из очереди на покупку с ценой равной или большей, чем у поступившей заявки.

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

По результатам торгов Торговая система формирует реестр сделок. Выписки из него выдаются каждому Дилеру. На основании выписок (если Дилер купил облигаций на большую сумму, чем продал, т.е. он является нетто-должником). Расчетная система переводит соответствующую разницу с его корреспондентского (текущего) счета на счет Расчетной системы. Если Дилер является нетто-кредитором, то деньги идут в обратную сторону. Аналогично происходят расчеты Дилера с Депозитарием. Дилеры могут распоряжаться средствами, вырученными от продажи ГДО, на следующий рабочий день после дня заключения сделки.

Погашение облигаций происходит по следующей схеме. Банк России переводит в Депозитарий со счетов «депо» Дилеров на «торговые» субсчета все облигации, подлежащие погашению, и выставляет от имени Дилеров в Торговой системе заявки на продажу по номинальной цене. В свою очередь, Банк России выставляет заявку на приобретение всего объема погашаемых облигаций также по номинальной цене. Приобретенные таким образом Банком России ГДО зачисляются на его счет «Z».

Учет и переоценка ГДО. Дилеры ведут отдельный учет собственных облигаций и облигаций, принадлежащих Инвесторам. По облигациям Инвесторов учет ведется отдельно по каждому из них, а внутри него — по выпускам.

ГДО, купленные Дилерами и Инвесторами, подлежат периодической переоценке. Переоценка производится путем умножения количества облигаций, находящихся в портфеле Дилера или Инвестора в момент окончания соответствующего рабочего дня, на их «рыночную цену». Под **рыночной ценой ГДО** понимается средневзвешенная цена аукциона (на первичном рынке) или цена последней сделки на вторичных торгах за соответствующий день.

Переоценка облигаций Дилером осуществляется в каждый день проведения вторичных торгов по ГДО вне зависимости от того, участвовал в них Дилер или нет.

Инвесторы осуществляют переоценку облигаций только в день проведения ими операций на рынке ГДО по рыночной цене этого дня. При этом переоцениваются облигации всех выпусков, входящих в портфель Инвестора, даже если он проводил операции с некоторыми выпусками.

Банк России рассчитывает доходность облигаций по следующей формуле:

$$D = \frac{C_{\text{пог}} - C_{\text{пок}}}{C_{\text{пок}}} \times \frac{T_{\text{год}}}{T_{\text{пог}}} \times \frac{100}{100 - C_{\text{нал}}} \times 100,$$

где D — годовая доходность ГДО, %; $C_{\text{пок}}$ — цена погашения ГДО, руб.; $C_{\text{пок}}$ — цена покупки ГДО, руб.; $T_{\text{год}}$ — количество дней в году (365); $T_{\text{пог}}$ — количество дней от приобретения до погашения ГДО; $C_{\text{нал}}$ — ставка налога на прибыль для владельца ГДО, %. С января 1997 г. $C_{\text{нал}} = 15\%$.

Годовая доходность ГДО через дисконт имеет вид:

$$D = \frac{D}{N - D} \times \frac{T_{\text{год}}}{T_{\text{пог}}} \times \frac{100}{100 - C_{\text{нал}}} \times 100,$$

где D — дисконт при приобретении ГДО; N — номинал ГДО.

Дилеров особо интересует **доходность до погашения**, которая определяется по формуле:

$$D = \frac{\sum_{i=1}^n D_i V_i}{\sum_{i=1}^n V_i},$$

где D_i — доходность до погашения i -й бумаги; V_i — количество i -х бумаг.

В публикуемых данных о государственных ценных бумагах доходность к погашению ГДО именуется индексом УТМ.

Для характеристики финансовых потоков с точки зрения длительности вложений применяется показатель, называемый **дюрацией**. Его можно условно назвать средней продолжительностью платежей:

$$D = \sum_{i=1}^n t_i \frac{C_i}{C},$$

где D — дюрация дней; C — начальная цена покупки; C_i — доли цены. В то же время

$$C = \sum_{i=1}^n C_i.$$

Важным видом ценных бумаг, классификация которых приведена ниже, являются депозитные и сберегательные сертификаты.

Депозит — денежные средства или ценные бумаги, отданные на хранение в финансово-кредитные, таможенные, судебные или административные учреждения.

В соответствии с письмом Банка России от 16.02.92. № 14-3-20 «О депозитных и сберегательных сертификатах банков» **депозитный сертификат** — всякий документ, право требования по которому может уступаться одним лицом другому, являющийся обязательством банка по выплате размещенных у него депозитов; **сберегательный сертификат** — аналогичный документ, являющийся обязательством банка по выплате размещенных у него сберегательных вкладов.

Другими словами, **депозитный или сберегательный сертификат** — это письменное свидетельство банка-эмитента о вкладе денежных средств, удостоверяющее право вкладчика (именуемого «бенефициар») или его правопреемника на получение по истечении установленного срока суммы депозита (вклада) и процентов по нему.

Классификация сертификатов представлена на рис. 4.

Депозитные сертификаты бывают двух типов: до **востребования** (дают право на изъятие вложенных сумм по предъявлению сертификата) и **срочный** (на них указан срок изъятия вклада и размер причитающегося процента).

Депозитные и сберегательные сертификаты являются разновидностью срочных банковских вкладов. В отличие от обычных сберегательных счетов клиенту выдается не книжка, а сертификат (удостоверение), выполняющий роль долговой расписки банка.



Рис. 4. Классификация сертификатов

Если держатель сертификата требует возврата вложенных средств по срочному сертификату ранее обусловленного срока, то ему выплачивают пониженный процент, уровень которого определяется на договорной основе при взносе денег на хранение.

Сберегательные сертификаты предназначены для физических лиц, депозитные — для юридических. Они различаются только номиналом и максимальным предельным сроком погашения.

Депозитные сертификаты бывают **именные и на предъявителя**. Особой популярностью у инвесторов пользуются последние. Они свободно обращаются на вторичном рынке, выпускаемые на срок от 30 дней до 6 месяцев. При этом вместо начисления процентов сверх номинала зачастую используется продажа со скидкой (дисконтом).

Наконец, еще одним из основных видов ценных бумаг, регулирующих финансовые обязательства между фирмами и их экономико-психологические кредитные и юридические отношения является вексель.

Вексель — это ценная бумага, удостоверяющая безусловное денежное обязательство векселедателя уплатить при наступлении срока определенную сумму денег владельцу векселя (векселедержателю).

Ниже дается классификация векселей (рис. 5).

Простой вексель (соло-вексель) выписывается заемщиком (векселедателем) и содержит обязательство платежа кредитору (векселедержателю).

Переводной вексель (тратта) выписывается и подписывается кредитором



Рис. 5. Классификация векселей

(трассантом) и представляет собой приказ должнику (трассату) об уплате в указанный срок обозначенной суммы третьему лицу (ремитенту) или предъявителю.

При передаче векселя от одного собственника другому на его оборотной стороне делается передаточная надпись, называемая **индоссаментом**. Посредством индоссамента вексель может циркулировать среди неограниченного круга лиц, выполняя функции наличных денег.

Векселя бывают срочные и на предъявителя. На **срочном векселе** указан срок оплаты. Вексель, по которому срок платежа не указан, рассматривается как подлежащий оплате **по предъявлению**.

Кроме того, различаются векселя казначейские, банковские, коммерческие.

Наиболее ликвидный, емкий рынок существует для векселей, снабженных гарантией крупных известных банков в форме **авалья** (поручительства) или **акцепта** (соглашения на оплату).

Все передаточные надписи на векселе, его акцепт или аваль оформляются в пределах установленного **срока платежа**.

Вексель — орудие кредита, это его основная экономическая функция. Посредством векселя можно оформить различные кредитные обязательства, оплатить купленный товар или предоставленные услуги на торговых сделках.

Новой важной стороной экономико-психологических отношений в торговле на срок становятся такие направления управления рынком, как опционы и фьючерсные контракты.

Как фьючерсные контракты, опционы обеспечивают защиту цен от возможных колебаний. Но в отличие от хеджеров по фьючерсным контрактам хеджеры по опционам не ограничены каким-либо определенным местом в торговом зале (питом) или максимально возможными ценами и могут

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

пользоваться преимуществами, которые дают складывающиеся на рынке тенденции. К тому же разнообразие рыночных ситуаций и тактик в случае с опционами или при их комбинации с фьючерсными контрактами делает опционы привлекательными для широкого круга инвесторов.

Опционы на фьючерсные контракты были введены в октябре 1982 г., когда Чикагская товарная биржа начала торговлю опционами на фьючерсные контракты по облигациям казначейства США. Вначале они были представлены как часть правительственной программы, а успех этого вида контрактов способствовал распространению опционов на фьючерсные контракты по другим ценным бумагам и сельскохозяйственной продукции.

Торговля опционами не является чем-то новым. Опционы обычно использовались для усиления финансовых гарантий, например ценных бумаг, а также физического товара, такого, как драгоценные металлы или недвижимость.

Как только покупатель опциона продавца или покупателя осуществляет сделку, биржа, где идет торговля этим контрактом, фиксирует открытую фьючерсную позицию по соответствующему контракту с конкретным месяцем поставки по цене столкновения в счетах продавца и покупателя. Ниже приведена иллюстрация соответствующих фьючерсных позиций покупателя и продавца после совершения сделки по опциону.

	Опцион покупателя	Опцион продавца
Покупатель занимает	Длинную фьючерсную позицию	Короткую фьючерсную позицию
Продавец занимает	Короткую фьючерсную позицию	Длинную фьючерсную позицию

Экономико-психологический анализ внутренней стоимости при реализации опциона продавца и покупателя представлен ниже:

	Опцион покупателя	Опцион продавца
«Быть при деньгах»	Цена на фьючерсном рынке выше цены столкновения	Цена на фьючерсном рынке ниже цены столкновения
«Остаться при своих деньгах»	Цена на фьючерсном рынке равна цене столкновения	Цена на фьючерсном рынке равна цене столкновения
«Быть без денег»	Цена на фьючерсном рынке ниже цены столкновения	Цена на фьючерсном рынке выше цены столкновения

Производные ценные бумаги позволяют участнику рынка реализовать две возможности:

- получить значительную спекулятивную прибыль в короткие сроки при небольших инвестициях. Это достигается путем принятия участником (спекулянт) дополнительного риска либо путем осуществления арбитражных сделок;
- устранить или уменьшить риск изменения валютных курсов, процентных ставок, курсовой стоимости активов при реализации или покупке товаров. Участники рынка, продающие или приобретающие производные бумаги с целью уменьшения риска, называются хеджерами, а сам

процесс управления риском при помощи производных финансовых инструментов — хеджированием.

Производные ценные бумаги удостоверяют право или обязанность инвестора купить или продать определенное количество базисного актива (валюты, акций, облигаций, золота и т.п.) в определенное время или в течение определенного времени по определенной цене.

По существу, они представляют собой контракты или обязательства, фиксирующие цену будущей поставки базисного актива. Эти контракты могут быть поставочными, если ожидается, что базисный актив, например акции РАО ЕЭС России, будут реально поставлены в установленные сроки, и расчетными, при заключении которых одна из сторон обязуется выплатить своему контрагенту разницу между текущей ценой актива и ценой, зафиксированной в контракте. Говорят, что продавец контракта открывает по нему **короткую позицию**, соответственно позиция покупателя контракта называется **длинной**.

Следует отметить, что даже в периоды относительной финансовой стабильности в России объемы торговли дериватами (за исключением, пожалуй, форвардных контрактов на доллар) составляли ничтожно малую долю от объемов базовых активов, в то время как на мировых финансовых рынках они соизмеримы.

Дериваты — привлекательнейшие в инвестиционном плане инструменты, которые используют не только спекулянты, но и коммерческие структуры, хеджирующие свои финансовые риски.

К производным ценным бумагам относятся: опционы, фьючерсы, варранты, форварды, права. Эти ценные бумаги называют инструментами срочного рынка.

Происхождение опционов. Опционы на финансовые активы существуют уже много лет. Однако только в течение примерно последних пятнадцати лет рынок опционов расширился и распространился на биржи. До 1973 г. опционы были приспособлены к потребностям индивидуального клиента для того, чтобы отвечать определенным требованиям, и это были главным образом опционы на товары, а не на финансовые активы. В 1973 г. на Чикагской бирже опционов (СВОЕ) были представлены стандартные опционы на ценные бумаги. К 1984 г. рынок СВОЕ вырос и стал вторым в мире рынком ценных бумаг с точки зрения стоимости этих бумаг в американских долларах.

В настоящее время на всех биржах мира можно торговать опционами на самые разные ценные бумаги, индексы ценных бумаг, товары, процентные ставки, иностранные валюты и некоторые срочные контракты. В конце 80-х годов опционы появились на биржах Амстердама, Лондона, Сингапура и Сиднея, а позднее на биржах Франции, Японии, Бельгии, Швеции и Новой Зеландии. Рынок опционов — это действительно огромный рынок, и рост его, вероятно, будет продолжаться.

Существуют три основных вида опционов на процентные ставки:

- опционы заемщика и кредитора;
- кэпы, флоры и коллары;
- опционы на срочные контракты с процентной ставкой.

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

Опцион — это контракт между двумя сторонами, который дает покупателю право (но не налагает на него обязательство) купить или продать определенное количество товаров или ценных бумаг по согласованной цене за определенный период времени. Покупатель опциона платит продавцу премию за право купить или продать инструмент (бумагу) по заранее установленной цене без обязательства делать это.

Например, рассмотрим опцион на покупку 100 акций по цене 400 руб. за акцию.

Предположим, что рыночная цена за акцию составляет в настоящий момент 395 руб. Покупатель опциона платит продавцу премию 3,50 руб. на акцию. Покупатель вправе, но не обязан, купить акции по цене 400 руб. за штуку. Покупателю будет выгодно использовать это право, если цена на акцию поднимется выше 400 руб. Однако если цена на акцию упадет, то покупатель не обязан их покупать по 400 руб. за акцию, он может не воспользоваться опционом и купить акции по более низкой рыночной цене.

Существует много профессиональных терминов в области рынка опционов, которые более подробно описаны в работах.

Покупатель опциона продавца защищает себя от падения процентных ставок, но может извлечь выгоду из их повышения. Однако для продавца опциона прибыль ограничена премией, которую он получает от покупателя, в то время как рыночный риск не ограничен. Риск покупателя опциона ограничен стоимостью опциона, однако его возможная прибыль не ограничена.

В то время как первые опционы на процентные ставки продавались банками в соответствии с реальными займами или депозитами, сейчас расчет по опционам заемщика и кредитора обычно производится наличными, и поэтому опционы могут не иметь никакого отношения к основному займу или депозиту. Это опционы на соглашения по форвардной ставке.

Обычно автор опциона не обязан сделать или получить конкретный заем или депозит; он просто платит компенсацию владельцу опциона, если он использован. Эта сумма определяется по приведенной ниже формуле;

она обычно выплачивается в начале периода, за который начисляется процент и соответствующим образом учитывается.

$$\frac{(R - L)^a \times DA}{(B \times 100) + (L + D)},$$

где R — сделочная процентная ставка; L — основная процентная ставка; D — число дней в периоде, за который начисляется процент; A — капитал, на который начисляется процент; B — число дней (360 или 365).

Экономико-психологический анализ показывает, что опцион дает покупателю право купить (опцион покупателя) или продать (опцион продавца) определенное количество данного товара по согласованной цене (цена использования) за данный период. Риск покупателя (владельца) ограничен премией, а его возможная прибыль не ограничена. Прибыль продавца (автора) ограничена премией, а риск не ограничен.

Резюмируя изложенное, можно выделить несколько основных черт опциона как производной ценной бумаги.

Опцион как инструмент оформления обязательственных прав удостоверяет определенное имущественное право — право его держателя купить или продать ценные бумаги. Инициатива заключения договора купли-продажи указанных ценных бумаг исходит от держателя опциона посредством реализации права на заключение такого договора. Премия, уплачиваемая держателем опциона, рассматривается в данном случае в качестве покупной цены опциона при приобретении опциона у его эмитента. Опцион, являясь имуществом, по общему правилу обладает свойством обращаемости и, таким образом, может быть предметом договоров купли-продажи, мены и некоторых других.

Сделка с премией, например на покупку или продажу ценных бумаг, по существу, представляет собой обычный договор купли-продажи этих ценных бумаг, исполнение по которому отсрочено. Каждая из сторон с момента заключения договора с премией уже обладает правами и обязанностями продавца и покупателя, поскольку договор купли-продажи считается заключенным с момента достижения соглашения сторон по всем существенным условиям такого договора. Это отличает срочный договор с премией от производной ценной бумаги, которая лишь предоставляет право на заключение договора купли-продажи ценных бумаг.

Экономико-психологический анализ управления рынками показывает, что различия между опционными и фьючерсными контрактами невелики.

Под **фьючерсами** понимают контракты на будущую поставку по фиксированной цене сельскохозяйственного или производственного сырья, ценных бумаг с фиксированным доходом, иностранной валюты.

Теоретически фьючерсные сделки могут охватывать и другие товарные группы, однако именно это определение соответствует действующей международной терминологии.

Организованная торговля фьючерсами началась еще в 1848 г. в Чикаго и намного опередила опционную торговлю. И хотя последняя приобрела значительно более сложные формы, в своих основах они очень схожи. В связи с этим характеристика фьючерсов может быть построена на соответствующих сравнениях и аналогиях.

Фьючерсные сделки заключаются в основном на бирже, хотя никто не запрещает заключать контракты между конкретными продавцами и покупателями на свободном рынке. В организационном отношении система та же: клиент через брокерскую контору отдает приказ, который передается в зал постоянно действующему представителю, а дальнейшее его выполнение или невыполнение определяется конкретной ситуацией на рынке. В качестве основных применяются те же приказы:

рыночный, стоп и лимитированный. А сама торговля также осуществляется способом «свободного выкрика». Здесь, однако, в отличие от опционных сделок, нет прикрепленных дилеров. Вместо них действуют так называемые торговцы на полу, которые могут покупать и продавать фьючерсы исключительно от себя, но не выполняют описанных при опционной торговле обязанностей. Одни торговцы приобретают право на однодневную деятельность в зале с целью осуществления одновременных операций. Вто-

рую группу образуют брокеры, выполняющие обычные посреднические функции.

Клиенты, осуществляющие сделки с фьючерсами, подразделяются на две категории — спекулянты и страхующиеся. Первая категория — это те, кто покупает фьючерсы с целью их последующей перепродажи, так как сам предмет контракта спекулянта не интересует. Страхующиеся, напротив, непосредственно связаны с поставляемым по контракту товаром по роду своей деятельности. При этом продающая сторона представляет товаропроизводителя, а покупающая — потребителя. Другими словами, для продавца фьючерса сделка связана с окончанием (точнее, будущим окончанием) его производственного цикла, а для покупателя — с началом. Поэтому обе стороны стремятся обеспечить свою стабильность. В отличие от опционов фьючерсные сделки маркируются с обеих сторон, а премия отсутствует.

Для лучшего понимания этих и других особенностей обратимся к примеру. Предположим, что фьючерсный контракт был подписан на 500 штук акций по цене 1000 руб. за акцию с поставкой через 6 месяцев. Именно тогда и произойдет оплата акций, а пока стороны вносят одинаковую маржу, величина которой на современном рынке колеблется от 5 до 15% от стоимости сделки, рассчитанной в текущих ценах. Взяв 5%-ный уровень маржи, получим:

$$500 \times 1000 - 500\,000 (x\ 5\%) + 25\,000 \text{ руб.}$$

Такая сумма будет гарантировать выполнение обязательств каждым участником. Практически это значит, что при отказе продавца от поставки или покупателя от оплаты клиринговая организация, куда поступают маржи, обеспечит выполнение контракта другой стороне за счет переполучки или перепродажи такого же фьючерса на бирже, а все дополнительные издержки будут покрыты из маржевой суммы нарушителя, которому вернут остаток.

Обе маржи подвергаются ежедневной рыночной отметке, что означает корректировку их размеров в соответствии с рыночным колебанием цен.

Так, например, при повышении текущей рыночной цены до 6 долл. за бушель, позиции сторон изменятся следующим образом: залоговые обязательства покупателя фьючерса вырастут на 500 долл. ($5000 \times 2 \times 5\%$), а продавца — снизятся на эту же величину (при обратном движении цен они поменяются местами). Разумеется, требовать доведения маржи от одной из сторон и осуществлять ее частичный возврат другой при каждом движении цен невозможно. Поэтому здесь, как и в случае с ценными бумагами, помимо первоначальной маржи используется маржа поддержания, которая в современной международной практике составляет 75—80% от первоначальной. Далее предпринимаются следующие шаги:

а) если движение цен не повлекло нарушения маржи поддержания, соответствующая сумма списывается с маржевого счета одной из сторон и зачисляется в пользу другой;

б) если движение цен вызвало нарушение маржи поддержания, сторона должна довести соответствующую сумму плюс дополнительный взнос до полного восстановления первоначальной маржи (все суммы, списываемые с одного счета, перечисляются на другой);

в) каждая сторона может востребовать образовавшийся у нее излишек в виде разницы между суммой счета и первоначальной маржей;

г) при нарушении п. «б» клиринговая организация прекращает действие контракта в отношении нарушителя.

Возвращаясь к примеру, при 80%-ном уровне маржи поддержания к первоначальной марже покупатель фьючерса должен будет дополнительно внести 500 долл., а продавец при желании сможет снять эту сумму со счета. При тех же условиях текущая цена могла повышаться иначе: сначала до 4,4 долл., а затем до 6 долл. В такой ситуации покупатель не стал бы ничего вносить при первом повышении, а клиринговая организация просто перечислила бы 100 долл. с его счета на счет продавца. При втором повышении на счет продавца поступило бы еще 400 долл., а покупатель получил бы требование на дополнительный взнос в размере 500 долл.

Фьючерсы на бумаги с фиксированными доходами. Это своеобразный и в профессиональном отношении наиболее ответственный вид фьючерсов. Его предметом является будущая поставка ценных бумаг с гарантированным фиксированным доходом. Это прежде всего казначейские банкноты и облигации государственных займов. Продавец фьючерса берет на себя обязательство приобрести определенные бумаги, количество и цена которых установлены в контракте. Покупатель обязуется предоставить эти бумаги с соблюдением контрактных условий и в строгом соответствии с предусмотренной в контракте датой.

Смысл такого рода сделок вытекает из положения, занимаемого бумагами с гарантированным фиксированным доходом среди прочих финансовых инструментов.

Уже из самого названия этих бумаг следует, что инвестор имеет нулевую степень риска, вкладывая в них деньги. Однако его позиция обладает и одним хорошо понятным недостатком — инвестор не может рассчитывать на высокую доходность таких вложений. Наряду с этим он получает следующие преимущества:

- при общих кризисах и спадах ему гарантированы устойчивые доходы;
- при достаточно активном, но нестабильном рынке он застрахован от неожиданных потерь;
- ему не нужно тратить время и силы на постоянный контроль за рынком ценных бумаг и формирование инвестиционного портфеля.

Сопоставляя преимущества и недостатки, каждый инвестор с учетом обнаруженных им рыночных тенденций определяет собственные планы, а по их сумме формируются спрос и предложение на бумаги с фиксированными доходами и, следовательно, цена последних.

Каждая бумага имеет свою номинальную стоимость, согласно которой по истечении срока созревания произойдет ее погашение. Фьючерсные контракты заключаются на бумаги с короткими, средними и продолжительными сроками созревания. В США их наиболее характерными представителями являются казначейские векселя (со сроком созревания не более года), казначейские банкноты (от года до семи лет), казначейские облигации (свыше семи лет). При этом казначейские векселя относятся к виду бумаг с ну-

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

левым купоном. Проценты по ним не выплачиваются, но сами бумаги продаются значительно ниже своего номинала, а разница при погашении составляет предлагаемый по ним доход. Для этого и подобных случаев в контракте указывается, на сколько именно ниже номинала будут оплачены бумаги на дату их будущей поставки. Для облигаций фьючерсная цена может быть как ниже, так и выше номинальной со сравнительно небольшими отклонениями от последней.

К моменту реализации фьючерса бумаги аналогично биржевым опционным сделкам довольно редко поставляются от продавца к покупателю. Чаще сделка закрывается выплатой соответствующей разницы одной стороне за счет другой.

Индексные фьючерсы. Сделки с индексами — это новая, быстро прогрессирующая область финансовых операций, основанных на фьючерсах и опционах. Остановимся только на особенностях индексных фьючерсов. Прежде всего необходимо дать разъяснения по поводу самих индексов.

Индексы составляются как суммарные курсовые показатели ценных бумаг. Теоретически они могут формироваться на основе большого или малого числа бумаг, подчиняться отраслевому или любому другому признаку. В США в настоящее время имеют широкое распространение сделки с тремя основными индексами: Standard&Poor's 500, NYSE Composite Index и индекс Доу-Джонса. Первый из них охватывает 500 наиболее крупных компаний по объему выпуска акций и составляется как средневзвешенный курс по этим объемам. Таким же способом, но с еще большим охватом, формируется и второй индекс, однако он менее универсален и прежде всего связан со структурой оборота бумаг на Нью-Йоркской фондовой бирже. Третий индекс строится на основе только 30 крупнейших американских промышленных компаний, но считается очень надежным в отражении общей рыночной ситуации. Несколько лет назад был введен в практику и начал приобретать популярность еще один индекс, составленный на основе наиболее активных муниципальных необлагаемых налогом облигаций.

Технология индексных сделок основывается на том, что положительное или отрицательное изменение величины индекса умножается на денежный коэффициент (в США для большинства индексов он равен 500 долл.). Полученная сумма выплачивается одной из участвующих сторон.

Индексные фьючерсы и опционы заведомо не предполагают каких-либо поставок ценных бумаг, сделка закрывается только через оплату разницы, образовавшейся от движения индекса вверх или вниз. Причем у фьючерсов это происходит с помощью рыночной отметки, т.е. результат сделки выражается маржевыми позициями сторон к моменту окончания контракта.

Последним из рассматриваемых нами производных видов ценных бумаг являются варранты.

Варрант (от англ. warrant) — квитанция в приеме товара на склад. Это гарантия, поручительство, сертификат, свидетельство, т.е. документ, дающий его владельцу право покупки ценных бумаг по установленной цене в течение определенного периода времени или бессрочно. Иногда такой документ предлагается вместе с ценными бумагами в виде стимула для покупки.

Варрантом является также свидетельство товарного склада о приеме на хранение определенного товара. В этом случае варрант выступает как товарораспорядительный документ и используется при продаже или залоге товара.

Варрант, или ордер, представляет собой разновидность долгосрочного опциона, в основном используемый в корпоративном секторе фондового рынка. В этом смысле он дает возможность его держателю приобретать обыкновенные и (в меньшей степени) привилегированные акции. Однако в последнее время различные черты варрантов применяют и в сочетании с облигациями.

Из всех видов опционов варранты обладают самым продолжительным сроком действия — до 20 лет и более, а некоторые вообще не имеют конечного срока. Не наделяя владельца правом голоса, не давая ему никаких оснований притязать на активы компании и не принося дивидендов, эти инструменты предполагают только косвенное участие в деятельности компании и получение в соответствии с этим определенного прироста капитала за счет динамики курсов и роста стоимости портфеля акций.

По существу, варранты созданы для повышения привлекательности выпускаемых ценных бумаг, в первую очередь облигаций, а также для смягчения условий долга. Обычно компания-эмитент дополняет облигации варрантами, позволяющими инвестору приобрести конкретное количество акций по предварительно зафиксированному курсу (курсу исполнения опциона) в любой момент в пределах установленного периода. Один варрант обычно позволяет его держателю купить одну акцию целиком, хотя иногда возможно приобретение более чем одной акции за варрант, а в редких случаях — лишь части акции.

Варранты выпускаются всеми типами компаний — от первоклассных до в высшей степени спекулятивных. Поскольку они привязаны к выпуску новых акций, их доходность формируется примерно так же, как и у обыкновенных акций. Они приобретаются через брокерские конторы.

Экономико-психологический анализ зарубежных сделок показывает, что на рынках ценных бумаг основными типами операций являются внутрирыночные, межрыночные и межтоварные сделки.

Внутрирыночная сделка (по контрактам разного срока) — это операция на одной и той же бирже по фьючерсным контрактам на один и тот же товар, но на разный срок поставки, например продажа (покупка) федеральных бон контракта на декабрь и покупка (продажа) бон контракта с поставкой в марте.

Межрыночная сделка заключается в одновременном создании противоположных позиций по контрактам на один товар на двух разных биржах. К распространенным видам межрыночных операций относятся покупка (продажа) по индексу курса акций Америк фьючерсных контрактов с одновременной продажей (покупкой) по индексу курса акций «Standard and Purse» (так называемая сделка Америк против «Standard and Purse») или сделка по бонам, называемая LIFFE, против Чикагской товарной биржи, заключающаяся в покупке (продаже) на федеральные бонны фьючерсных контрактов в Чикаго и продаже (покупке) таких же контрактов в Лондоне.

Межтоварная сделка состоит в покупке одного товара и продаже другого, связанного с ним, например продажа (покупка) контрактов на срок по индексу курса муниципальных облигаций и покупка (продажа) контрактов по долгосрочному государственному обязательству (в биржевой практике называется МОВ — муниципальные против бон) либо покупка (продажа) десятилетних гособязательств и продажа (покупка) долгосрочных (НОВ — облигации, или ноты против бон).

Как внутрирыночные, так и межрыночные и межтоварные сделки с экономико-психологической точки зрения служат регулятором ценообразования с учетом конъюнктуры рынка, а не по утвержденным прейскурантам, при этом купля-продажа массового стандартного товара осуществляется на товарных биржах, ценных бумаг — на фондовых биржах, валюты — на валютных биржах.

Обобщенная схема типового рабочего процесса в торговой секции на бирже, где предоставляются места для непосредственного совершения сделок, устанавливаются правила торговли и контроль за их выполнением, осуществляется сбор и распространение информации о предлагаемых товарах, представлена на рисунке 6.

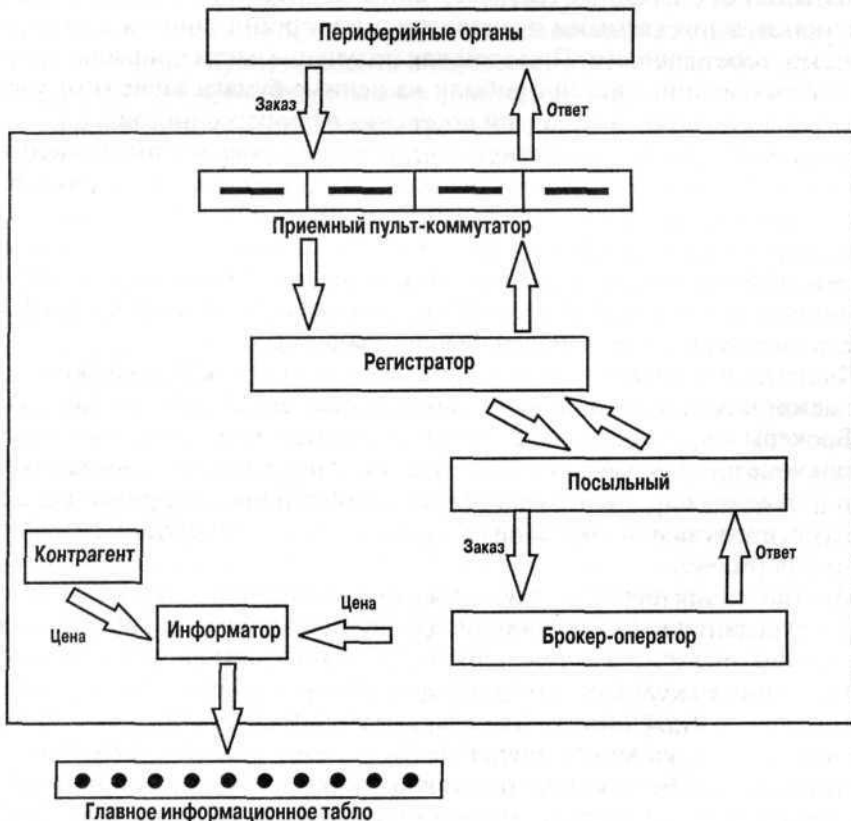


Рис. 6. Обобщенная схема типового рабочего процесса в торговой секции на бирже

Фактически в России отсутствуют экономико-психологические исследования об эффективности дилерской и брокерской деятельности в части установления неформальных контактов между покупателями и продавцами, механизмов организации и проведения аукционных торгов, фиксирования резервных цен, закономерностей обеспечения на аукционах рынков наличных и перспективных товаров, ведения переговоров о распределении прибыли от реализации товаров, предотвращения ущерба от мафиозных и криминальных структур, незапланированных расходов на форс-мажорные обстоятельства.

Наш опыт исследования успешности деятельности финансовых брокеров на фондовой бирже показал, что необходима система профотбора брокеров по целому ряду личностных качеств, а также их основательная подготовка по теоретическим вопросам анализа тенденций рынка с точки зрения изменения стоимости ценных бумаг, акций, облигаций и т.д.

На рынке ценных бумаг России в возрастающих масштабах изучается и внедряется в практику западно-европейский и американский опыт оценки и минимизации риска при осуществлении операций, связанных с формированием портфеля ценных бумаг. Особенно активно эффект финансового рычага срабатывает от операций с государственными краткосрочными облигациями и акциями, выпускаемыми предприятиями и организациями с различными формами собственности. При этом как получение части прибыли, так и процентное изменение чистой прибыли на ценные бумаги зависит от учета человеческого фактора и стратегий поведения в процессе торгов.

Следует отметить, что успешность функционирования рынка ценных бумаг в России во многом будет определяться качеством подготовки финансовых менеджеров (брокеров), которые должны основательно овладеть основами финансово-кредитной политики государства, финансовым менеджментом (особенно методами экономико-математического анализа), уметь пользоваться последними достижениями в области человеческого фактора и психологии поведения людей на финансовом рынке.

Финансовый брокер — это официальный посредник при заключении сделок между покупателями и продавцами ценных бумаг на валютном рынке.

Брокеры и брокерские фирмы консультируют клиентов, дают им советы по покупке или продаже ценных бумаг на основе анализа состояния рынка и прогнозирования его изменения. Финансовый брокер принимает ценные бумаги к продаже или заказы на их покупку, заключает сделки, документально их оформляет.

Взаимоотношения брокера с клиентом оформляются специальным договором и передаточным распоряжением поручение на выполнение конкретной сделки обычно дается в форме приказа (указания) соответствующего банка.

Операции с ценными бумагами, заключение и оформление сделок требуют от брокера устойчивости и переключаемости внимания, развитой оперативной памяти, гибкого мышления. Ему нужны развитая интуиция, готовность к рациональному риску в условиях дефицита времени и информации, умение быстро налаживать контакты с людьми. Успешность деятельности брокера зависит от его образования и квалификации, правильно принимать

Информационная модель биржевого управления

Виды моделей управления	Операции			
	Сбор информации	Анализ	Задачи	Представление результатов
1. Оперативное	Регистрация заявок, формирование заявок	Классификация, отбор заявок на торги	Торги, реклама	Контракты, договоры
2. Тактическое	Товары, цены на других биржах, информация брокерских контор, фирм	Классификация информации	Оценка ситуации на торгах, рекомендация ведущему торги: цены, комбинации, товары	Правила торгов, инструкции, рекомендации обучение, объяснение, система в помощь брокеру
3. Стратегическое	О тенденциях развития спроса на товары, технологии, ценные бумаги на отечественном и зарубежном рынке	Статистический анализ, имитационное моделирование	Оценка направлений деятельности, развитие биржи, прогноз прибыли	Планы, поисковые исследования

решение, контролировать развитие ситуации, подчинять свое поведение выработанным нормативам.

Брокеру необходимы профессиональные знания: микро- и макроэкономика, банки, ценные бумаги, валюта и валютные отношения: знание основ психологии, чтобы быстро принимать решения при работе с клиентами. Для того чтобы начать брокерскую практику, необходимо получить соответствующий сертификат, дающий право заниматься брокерской деятельностью.

Информационное сопровождение деятельности финансовых брокеров на фондовой бирже является основой успешных стратегий поведения на рынке ценных бумаг и требует корректности, достоверности, объективности, надежности, санкционированного доступа к информации.

Информационное сопровождение биржевого процесса управления может быть представлено трехуровневой моделью управления, включающей следующие операции:

Сбор информации, анализ, реализация основных функций и представление информации (табл. 7).

Рассмотрим возможные стратегии поведения на рынке ценных бумаг с использованием методов исследования операций в интересах анализа финансовых решений, направленных на получение максимальной прибыли от вложения денежных средств.

Основные стратегии поведения на рынке при определении конъюнктурных взаимоотношений с учетом человеческого фактора можно классифицировать следующим образом:

Стратегия «стороннего брокера», который предлагает клиентам услуги по приобретению ценных бумаг на чисто спекулятивном обмане, предполагающем игру на изменениях курсов в ходе одних торгов.

Стратегии перевложения денежных средств из одних выпусков в другие, предполагающие игру на изменении котировок одних выпусков относительно других в течение короткого времени.



Рис. 7. Метод «взвешивания» альтернатив инвестором на рынке ценных бумаг

Стратегии, связанные с перераспределением денежных средств между рынком ценных бумаг и другими рынками.

Простейшим случаем является ситуация, когда инвестор обладает только средствами, а вложений в акции и облигации у него нет. В этой ситуации у инвестора нет необходимости перевложения денежных средств из одних выпусков в другие. Поведение инвестора на рынке ценных бумаг тогда связано с принятием решений, основанном на «взвешивании» альтернатив для получения максимальной прибыли от вложения (рисунок 7).

Определение величины вложения денег в каждый из выпусков ценных бумаг с точки зрения максимизации прибыли от вложения может быть осуществлено последовательным определением приоритетов для каждого уровня на основе попарных сравнений.

Анализ состояния путей формирования рынка ценных бумаг в ведущих странах мира показывает, что целесообразное поведение оценивается чаще всего экспертным путем, при этом эксперты осуществляют прогноз для конкретного дня.

В качестве оцениваемых факторов выделяют темп инфляции (d_i) и доходность от вложения средств на альтернативном рынке (dDa).

В большинстве случаев распределение плотности вероятности наступления прогнозируемого события обладает положительной асимметрией, т.е. максимум кривой распределения смещен влево относительно линии, делящей площадь под кривой на равные части. $d_{i_{max}}$ и dDa_{max} — пессимистические оценки эксперта; $d_{i_{min}}$ и dDa_{min} — оптимистические оценки эксперта; $d_{i_{ож}}$ и $dDa_{ож}$ — математические ожидания; $d_{i_{н.в.}}$ и $dDa_{н.в.}$ — наиболее вероятные приросты темпов инфляции и доходности на альтернативном рынке при «средних» условиях.

Для ожидания подобного вероятностного распределения, как и в случае прогнозирования экономической эффективности от внедрения новой техники, может подходить логарифмически нормальный закон распределения. Он имеет место тогда, когда случайная величина зависит от большого числа случайных факторов, оказывающих незначительное влияние, и одновременно от нескольких факторов, которые меняют окончательную оценку. В результате распределение вероятностей становится асимметричным. Кривые плотностей распределения случайных измерений d_i и dDa описываются классическими уравнениями.

Параметры a и g подбирают опытным путем. Подобным прогнозам можно доверять, если они краткосрочные, т.е. составлены на несколько месяцев.

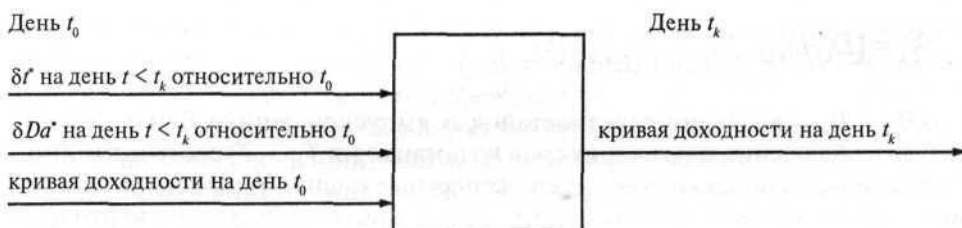
Для определения кривой доходности по выпускам облигаций и акций на конкретное число можно использовать кибернетический подход.

Доходность к погашению применительно к ценным бумагам выражается формулой:

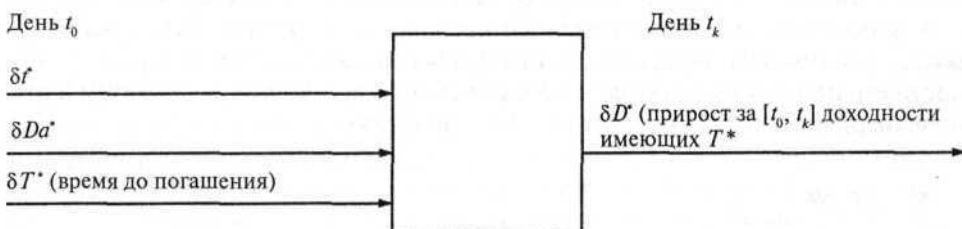
$$D = [(100 - P)/P](365/T), \quad (2)$$

где D — годовая доходность к погашению, долей единицы; T — время для погашения, дней; P — цена закрытия торгов для ценных бумаг соответствующего выпуска.

Кибернетический подход предполагает исследование сложной экономической человекомашиной системы в виде «черного ящика», при этом при построении кривой доходности применяют аппроксимацию. Исследование подобных систем достаточно хорошо описано и проиллюстрировано ниже.



Данная задача достаточно сложна, поэтому обычно ее разбивают на ряд подзадач, имеющих следующий вид:



Для анализа и синтеза подобных систем необходима разработка такой математической модели, которая была бы приемлема для реализации на ЭВМ и устанавливала бы основные функциональные характеристики системы.

В реальной цене учитываются потери при сделке:

$$P = P_c(1 + K), \quad (3)$$

где P_c — сделочная цена; K — коэффициент потерь, долей единицы.

Коэффициент потерь складывается из налога на операции с ценными бумагами, биржевого сбора ММВБ, комиссионных банка-дилера.

Таким образом, при перевложении можно не только выигрывать на знании прогноза динамики цен, но и проигрывать на выплатах налогов.

Проведя подобный анализ, можно определить оптимальную стратегию вложения средств, потери на этой операции и приращение денежных средств за время $[t_0, t_k]$, если была спрогнозирована динамика кривой доходности.

Одним из перспективных подходов в исследовании рынка ценных бумаг является теория игр.

Представим, инвестора и множество всех других рыночных агентов (рынок) в качестве игроков, имеющих ряд своих целей и набор возможностей для их достижения. Действия инвестора будут описаны строго, рынок будет описан вероятностными методами.

Рынок воздействует на инвестора тем, что доходность ценных бумаг, держателем которых инвестор является, динамична. Кривая доходности выражает поведение рынка в игре с инвестором. Тогда коалиция действий может быть описана следующим вектором:

$$\vec{X}_1 = [D_1, D_2, \dots, D_i, \dots, D_n]^T, \quad (4)$$

где D_1, \dots, D_n — значения доходностей всех выпусков ценных бумаг, находящихся в обращении и имеющих срок до погашения T_0, \dots, T_n соответственно.

Ранее было описано, как, имея экспертные оценки приращений темпов инфляции δi и доходности на альтернативном рынке δDa , можно найти приращение δD_j для бумаги с временем закрытия T_j . Поэтому $\{D_j (j=1..n)\}$ можно считать известным, если известен вектор $[\delta i, \delta Da]$.

В соответствии с функциями распределения плотностей вероятностей можно считать, что любой вектор $[\delta i, \delta Da]$ описывается вектором $[P_1, P_2]$, где P_1 — вероятность возникновения данного δi , а P_2 — вероятность возникновения данного δDa . Если связать интересы рынка с максимизацией вероятности его поведения в соответствии с экспертной оценкой, то коалиция интересов рынка может быть представлена вектором

$$\vec{Y}_1 = [P_1, P_2]^T \quad (5)$$

При этом задачи рынка имеют следующий вид:

$$P_1 \Rightarrow \max, P_2 \Rightarrow \max.$$

Действия инвестора заключаются в реорганизации своего портфеля, т.е. в перевложении средств из одних ценных бумаг в другие на каждом новом торгах. Коалиция действий инвестора может быть представлена следующим вектором:

$$\vec{X}_2 = [q_1, q_2, \dots, q_i, \dots, q_n]^T, \quad (6)$$

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

где q_1, \dots, q_n — количество ценных бумаг каждого выпуска, находящееся в портфеле, где выпуски имеют срок до погашения T_0, \dots, T_n соответственно.

Инвестор может иметь различные интересы, составляющие его коалицию. Допустим инвестор имеет два вида интересов: максимизацию средневзвешенной доходности по портфелю и минимизацию средневзвешенного риска по портфелю. Тогда коалиция интересов инвестора может быть представлена вектором

$$\vec{Y}_2 = [J_1, J_2]^T \quad (7),$$

где J_1 — средневзвешенная доходность по портфелю; J_2 — средневзвешенный риск по портфелю (риск для j -го выпуска ценных бумаг пропорционален $1/T_j$), причем

$$J_1 \Rightarrow \max, J_2 \Rightarrow \min.$$

Таким образом, если на P_1 и P_2 наложить ограничения снизу, а на J_1 , наложить ограничение снизу и на J_2 наложить ограничение сверху, то игровая задача будет полностью сформирована.

Следует отметить, что любая биржевая игра как классическая игра в теории исследования операций должна идти по определенным правилам.

Успешность функционирования и устойчивость рынков во многом определяется этикой поведения государства и психологическими установками ответственных руководителей Правительства и Центрального Банка РФ. Ярким примером подрыва авторитета государства и доверия к нему. Со стороны всех субъектов финансового рынка служат решения от имени Правительства РФ и Центрального Банка РФ, принятые с участием С.В. Алексашенко, Б.Т. Гайдара, С.К. Дубинина, М.М. Задорнова, С.В. Кириенко и А.Б. Чубайса 17 августа 1998 года, которые не только являются нарушением статей 310 и 817 Гражданского кодекса РФ, но и наносят непосредственный ущерб национальным интересам России.

Последствиями решений об изменении условий выпущенных в обращение государственных ценных бумаг ГКО-ОФЗ, являющихся односторонним отказом государства от принятых обязательств, явилось следующее.

1. *Утрачено доверие инвесторов к платежеспособности и конкурентоспособности экономической системы России*, следствием чего стало резкое снижение кредитного рейтинга России и всех российских организаций.

2. *Произошли серьезные нарушения в работе банковской системы, осуществлении платежно-расчетных отношений*. Прямые потери коммерческих банков вследствие отказа Правительства Российской Федерации от обслуживания своих долговых обязательств оцениваются в сумме 45 миллиардов рублей. Общая величина потерь российской банковской системы из-за решений от 17 августа оценивается в 100—150 миллиардов рублей.

3. *Сократился объем ВВП и инвестиций*. Согласно данным Правительства Российской Федерации, в 1999 году произошло снижение объема ВВП на

10—11%, а инвестиций на 12—17% по сравнению с ранее прогнозированным уровнем. Таким образом, общие потери ВВП составили сумму свыше 300 миллиардов рублей в текущих ценах.

4. *Существенно сократились доходы федерального и региональных бюджетов*, что в совокупности составит не менее 50 миллиардов рублей потерь для консолидированного бюджета страны.

5. *Нанесен ущерб субъектам Российской Федерации, развитию федеративных отношений.*

6. *Усложнилась возможность решения проблемы государственного долга Российской Федерации.* Утрата РФ доверия инвесторов серьезно ухудшила возможности и условия привлечения новых займов, необходимых для рефинансирования текущих обязательств по обслуживанию государственного долга.

7. *Произошла глубокая дестабилизация состояния российской экономики, резко повысились темпы инфляции.* Вследствие решений от 17 августа произошла неуправляемая трехкратная девальвация рубля. За четыре месяца (ноябрь — июль 1998 года) по продовольственным товарам цены повысились на 63%, по непродовольственным товарам — на 85%.

8. *Сократились реальные доходы и сбережения широких слоев населения Российской Федерации, увеличилась численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, возросла безработица.* В результате решений от 17 августа реальные доходы населения уменьшились в сентябре 1998 года по сравнению с августом этого же года на 31,1 %.

9. Потери сбережений населения в банковских вкладах оцениваются в несколько десятков миллиардов рублей. При этом следует отметить, что замораживание вкладов, ведущее к потерям гражданами России денежных средств, — это *прямое нарушение части 3 статьи 35 Конституции РФ и части 4 статьи 6 федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».*

10. *Произошли разрушение инфраструктуры и декапитализация рынка ценных бумаг, обострилась угроза его перехода под контроль зарубежных структур.* Общая капитализированная стоимость российского фондового рынка в реальном выражении сократилась в десятки раз.

11. *Решения 17 августа нанесли сильнейший удар по возникшему в крупных городах «среднему классу».* Их будущее — эмиграция либо потеря квалификации.

Указанные последствия решений от 17 августа основательно подорвали экономическую безопасность страны и создали серьезные долгосрочные угрозы национальной безопасности в целом.

Проведение девальвации «в пожарном порядке» снизило ее эффективность и породило панику у держателей рублевых средств (примерно 10% всех вкладов частных лиц были сняты только за один месяц).

Как замечает «Financial Times», «крушение прозрачности и доверия, а также испарения активов и движения наличности — это наиболее ущербные последствия нарушения устойчивости финансового рынка в России».

Американские академики Майкл Бернштам и Альбин Рабушка считают, что российские банки процветали не из-за того, что им удавалось привлечь вклады частных лиц и направить их сбережения на инвестиции в производ-

ство, а скорее потому, что они действовали как полуправительственные агентства, которые перераспределяли государственные средства по полуприватизированным предприятиям, в результате чего, считают они, частная собственность пришла к тому, что оказалась в руках наиболее удачливых хищников, охотившихся за государственными доходами, а не в руках тех, кто мог бы использовать ее для того, чтобы получить как можно более высокие экономические результаты.

Обеспечение сверхприбылей на рынке государственных обязательств следует рассматривать в качестве самодовлеющей цели проводившейся финансовой политики, что предопределило быстрый рост государственного долга, развертывание бюджетного и долгового кризисов и привело в конечном счете к банкротству государствам.

Поспешную и непродуманную либерализацию доступа иностранного капитала на внутренний рынок государственных ценных бумаг, принятие жестких односторонних обязательств России по дерегулированию движения иностранного капитала и фиксации колебаний обменного курса рубля в пределах привязанного к доллару валютного коридора в условиях углубляющегося мирового финансового кризиса и при отсутствии внутренней макроэкономической стабилизации — следует отнести к числу причин наступления неплатежеспособности государства по своим обязательствам.

Эти решения свидетельствуют либо о некомпетентности руководителей Правительства РФ и Центрального банка РФ, отвечавших за эти вопросы (А.Б. Чубайс А.Я. Лившиц, С.К. Дубинин, С.В. Алексахенко, А.И. Потемкин) либо об их зависимости от влияния заинтересованных зарубежных финансовых организаций, настоявших на реализованной схеме либерализации рынка государств.

Согласно имеющимся данным, за все годы размещения государственных краткосрочных облигаций доходы от их размещения за минусом расходов на выплату процентов и погашение долга не превысили 30 миллиардов рублей. Следовательно, потенциальные потери государства от сооружения финансовой «пирамиды» ГКО-ОФЗ составили свыше 400 миллиардов рублей в виде государственного долга.

Основываясь на вышеизложенном, целесообразно сделать вывод о том, что решения Правительства Российской Федерации и Центрального банка Российской Федерации от 17 августа повлекли за собой катастрофические последствия для экономики и финансовой системы России, обесценение доходов и сбережений миллионов людей и могут рассматриваться как экономические преступления против общества и государства.

Реформаторский упадок российской экономической политики, начавшийся с банкротства декабря 1991 года, закончился банкротством в августе 1998 года. Урок, который можно извлечь из этого, достаточно прост: финансовые катастрофы будут повторяться до тех пор, пока система государственных финансов не будет упорядочена путем проведения подлинной бюджетно-налоговой реформы с учетом экономико-психологических закономерностей финансового поведения субъектов рыночных отношений.

С позиций экономической психологии финансового поведения можно

сформулировать принципы, применение которых позволит достигнуть определенных успехов на отечественном фондовом рынке:

- эмиссии ценных бумаг должны быть адресными, т.е. сориентированными на определенного инвестора;
- должно тщательно прорабатываться время появления ценных бумаг на основе оценки финансовой ситуации в стране;
- важно отразить в условиях предстоящего выпуска ценных бумаг те преимущества, которые имеет эмитент и его инвестиционная программа;
- чем ниже экономико-психологический статус эмитента, тем больше прав, гарантий для инвестора должен содержать выпуск ценных бумаг, по возможности его целесообразно наделить уникальными преимуществами для инвестора.

3.3. Экономическая психология субъектов отношений на рынке труда и проблемы управления занятостью населения и предпринимательской деятельностью

Подпредпринимательской идеологией мы понимаем прежде всего систему представлений класса предпринимателей о своем месте и роли в обществе и о тех принципах, на которых должны строиться отношения этого класса с обществом и государством.

С. К. Рошин

Рынок труда, как и любой другой рынок, является сферой применения экономических методов, тесно связанных с анализом спроса и предложения. Уникальные особенности фактора труда долгое время служили препятствием для применения различных экономических концепций к анализу отношений, складывающихся на этом рынке. Долгое время в фокусе исследования находились в первую очередь многообразные институциональные структуры рынка труда: взаимодействие предпринимателей и профсоюзов в процессе заключения коллективного договора, различные аспекты трудового законодательства и государственной политики в сфере труда и занятости. Подобный институциональный подход был скорее описательным, чем аналитическим.

Интеграция психологии и экономики труда в общую теорию занятости началась в последнее время. Разработаны модели, описывающие формирование предложения труда и спроса на него, механизм взаимодействия продавцов и покупателей трудовых услуг, с помощью которого происходит распределение людей по рабочим местам с определенным уровнем заработной платы.

Экономическая психология уделяет большое внимание проблемам занятости и предпринимательства. В известной степени эти проблемы являются ключевыми в оценках моделей экономического поведения, поскольку занятость и предпринимательство являются определяющими факторами для экономического поведения в других сферах хозяйственной деятельности — потребительской, сфере сбережений и накоплений и др. [284].

Экономическая психология занятости акцентирует внимание на экономическое поведение, связанное с отношениями найма и продажи рабочей силы. Исходным пунктом анализа является формализация причин, заставляющих индивидов работать. Выделяют четыре группы причин: 1) инструментальные, связанные с необходимостью зарабатывать средства к существованию; 2) удовольствия, связанные с ценностью работы как таковой; 3) самореализация, связанная с потребностью реализовать потенциальные возможности индивида и 4) социальные, связанные с определенными психосоциальными нормами, утверждающими ценность и важность работы.

Инструментальные причины наиболее полно раскрываются в экономической теории, однако делается это с присущим экономическому мышлению одномерным подходом к человеческому поведению. Экономическая теория утверждает, что проблема работы и количества работы решается в рамках дилеммы, «работа — отдых». Именно данная дилемма определяет ставку заработной платы, на которую претендует индивид. Несмотря на попытку использовать субъективные оценки, в данном случае уровень притязания индивида, дилемма «работа — отдых» практически не учитывает психологические аспекты занятости. Экономические послышки довольно тривиальны: поскольку время суток ограничено 24 часами, то индивид определяет, сколько ему работать, а сколько — отдыхать в рамках данного ограничения. Отдых в экономической трактовке является альтернативой потреблению: чем больше индивид отдыхает, тем меньше работает, но чем меньше он работает, тем меньше зарабатывает для потребления во время отдыха, но чем больше он работает для увеличения своего потребления, т.е. заработной платы, тем меньше времени у него остается для того, чтобы ее тратить [459].

Соотношение объема работы и вознаграждения за нее рассматривается и в рамках различных направлений классической психологии. Наиболее близкую к экономической трактовку предлагает бихевиористская ориентация психологии. В частности, концепция научения предполагает, что объем и интенсивность работы зависят от механизма пропорционального закрепления. В роли закрепителя выступают деньги и иные стимулы. Закрепляя посредством последних определенные модели поведения, вырабатывается механизм следования определенным параметрам объема и интенсивности работы. В результате процесса научения складываются устойчивые модели соотношения работы и вознаграждения.

Несколько в ином ключе решает данную проблему когнитивистская ориентация психологии. Одно из ее направлений — теория социальной справедливости — утверждает, что индивид создает идеальные конструкции соотношений своих и чужих затрат и доходов. При этом он стремится к их субъективному равенству таким образом, что по мнению Дж. Адамса [476]:

$$\frac{\text{инд. доход}}{\text{инд. затраты}} = \frac{\text{доход других}}{\text{затраты других}}$$

Данная концепция была сформулирована в рамках теории социального обмена. В дальнейшем появились различные вариации этого подхода, рассматривающие субъективные сравнения, индивида не только с другими, но и с самим собой в прошлом, оценками будущего и т.д. Интерпретируя результаты по-разному, исследователи сходятся в одном: при оценке соотношения работы, вознаграждения за нее индивид прежде всего ориентируется на свое субъективное восприятие данного соотношения, в котором относительная величина дохода очень часто представляется более важной, чем его абсолютная величина. В последнее время в психологии все чаще высказывается мысль, уже подтвержденная экспериментально, что субъектов можно разделить на «чувствительных к затратам» и «чувствительных к доходам». Если данное предположение верно, и субъекты в действительности

по-разному воспринимают величины дохода и затрат (заработной платы и работы), то мы вправе говорить о полной несостоятельности экономической теории работы, связывающей затраты и доходы от работы жесткой зависимостью.

Экономическая психология исследует проблему занятости гораздо более объемно, обращая внимание не только на соотношение работы и вознаграждения за нее, но и на такие вопросы: почему люди работают, какое влияние на их поведение оказывают налоги, каково соотношение между денежным вознаграждением и социальной значимостью работы, каковы психологические составляющие безработицы. Если исследуется проблема заработной платы, то наибольший интерес вызывают вопросы соотношения восприятия стабильных и нестабильных заработков. В отношениях найма изучаются аспекты желания работников подчиняться хозяину. Спектр экономико-психологических исследований занятости очень широк, поэтому в учебном пособии внимание будет уделено лишь некоторым, наиболее существенным моментам.

Прежде всего следует обратить внимание на исследования места работы в жизнедеятельности индивидов, ее значимости относительно других видов деятельности и соответствия определенным социальным и индивидуальным ценностям. Например, Т. Герлинг, Э. Линдберг и Г. Монтгомери провели исследование связи повседневной деятельности жителей Швеции с их представлениями удовлетворенности жизнью. Результаты показали, что «работа» занимает место в первой десятке видов деятельности из сорока семи, но лишь восьмое, уступая «семье», «любви», «школе», «сохранению здоровья» и т.д. Такая оценка становится понятной, если обратить внимание на ранги ценностей, первыми из которых были оценены «счастье», «любовь», «безопасность», «свобода» и «внутренняя гармония», т.е. ценности, лишь опосредованно реализуемые работой или вообще не реализуемые (например, «свобода») работой. Можно предположить, что субъективное восприятие важности работы велико, однако в целом не должно преувеличиваться.

Следующим важным аспектом экономической психологии занятости является выявление предпочтений в рамках альтернативы «работать — не работать». Интересный опрос был проведен Н. Морсом и Р. Вейссом. Респондентам был задан вопрос: «Будете ли вы работать, если получите большое наследство?». Только 20% респондентов дали отрицательный ответ. Иначе говоря, существуют обоснованные сомнения, что инструментальные причины являются главными в мотивации работы.

Если деньги, согласно инструментальному экономическому подходу, не являются главным мотивом работы, то можно предположить, что на данный мотив воздействуют иные стимулы. Безусловно, и это согласуется с бихевиористским подходом, такие стимулы как продвижение по службе, нематериальные стимулы могут служить «закрепителями» мотивации работы, однако их значимость также не стоит переоценивать. По данным польского психолога Я. Соколовски, в случае повышения качества своей работы только 11,5% ожидают ответного финансового вознаграждения, 14,5% — продвижения по службе, 14,5% — роста профессионального престижа и 36% — удовлетворения самой работой. Роль неэкономических факторов является

очевидной. Из 80% респондентов, заявивших, что они продолжают работу, даже если получат крупное наследство, 32% ответили, что они продолжают работу, «чтобы быть занятым», 36%—«чтобы избежать скуки и одиночества», 14%— «потому, что человек потеряет себя без работы», а 9% —«потому, что работа приносит им радость». Таким образом, среди четырех факторов причин работы, по всей видимости, наибольшее значение имеют факторы самореализации и социальной значимости работы.

При оценке роли материального вознаграждения следует учитывать социальную и возрастную дифференциацию. Так, по результатам опроса жителей Швеции, проведенного Т. Герлигом и его коллегами, видно, что значимость работы повышается с возрастом и достигает своего максимума в предпенсионном возрасте.

По данным ряда обследований, в США социальная значимость некоторых видов деятельности явно не соответствует их материальному эквиваленту. Например, психолог «котируется» выше, чем министр или банкир, а школьный учитель имеет преимущество перед владельцем фабрики со 100 работниками. Самыми непрестижными считаются профессии официанта, таксиста, мусорщика и чистильщика обуви. Такого рода социальная оценка играет огромную роль в выборе профессии, нередко превалируя над чисто инструментальными мотивами [459].

Психология занятости не может не учитывать такого социального явления, как безработица. Большинство исследований показывают, что боязнь потерять работу имеет сильное воздействие на мотивацию к занятости. Однако и здесь необходимо дифференцировать инструментальные экономические и социальные психологические факторы. Значимость последних особенно отчетливо проявляется в высокоразвитых обществах, имеющих мощную систему социального обеспечения, в частности, обеспечения безработных. Несмотря на высокие и стабильные пособия, большинство потерявших работу стремятся найти новое место в кратчайшие сроки. Одним из наиболее существенных факторов является социальное осуждение незанятости. Здесь имеет смысл вспомнить учение Вебера о протестантской этике и проследить путем кросс-культурного анализа психосоциальные нормы, регламентирующие занятость. Другим фактором является возникновение психологического конфликта у безработного, ведущего в дальнейшем к депрессии. Особенность этого состояния такова, что, как показывают практические исследования, чем дольше продолжается период вынужденной незанятости, тем меньше в оценках субъекта становится социальная значимость работы как таковой. Немаловажную роль играют и причины подсознательного характера, прежде всего потребность в принадлежности к группе. Многие из респондентов указывают на коллектив как на одну из всех причин, побуждающих к работе.

Психоаналитическое объяснение кроется и в анализе такого феномена, как желание находиться в подчинении, выполнять работу не по своей инициативе, а по распоряжению сверху. Здесь следует привести пример исследований американского эксперта по психологии управления М. Маккоби, считающего проявление данного качества развитием подсознательных тенденций, берущих свое начало в семьях патерналистского типа с доминиру-

ющей ролью отца. Данное основание имеет настолько сильное, по мнению Маккоби, влияние на экономическое поведение, что ему подвержены не только рядовые работники, но и высококвалифицированные эксперты. Последние отличаются высоким профессионализмом, но при этом их поведение характеризуется «капризностью»: они одновременно требуют самостоятельности и ищут одобрения со стороны вышестоящего звена управления. Значимость данной психологической тенденции проявляется и в таком процессе, как выбор между работой по найму и созданием собственного дела.

Зачастую даже в крайне затруднительном материальном положении индивид не ступает на путь предпринимательства не только потому, что боится риска, неопределенности, не имеет капитала и знаний, но и потому, что его психологический мир требует включенности в связи подчинения.

Теория предпринимательства представляет собой направление теоретического и прикладного знания, где экономическая наука и психология нашли общий язык еще в начале XX века при создании экономической теории предпринимательства, ученые не смогли описать это сложное социальное явление при помощи чистых экономических категорий. Поэтому и И. Шумпетер, и Дж. Милль включали в свой анализ предпринимательства такие категории, как принятие риска и инновация. Дж.-Милль считал, что принятие риска является ключевым качеством предпринимателя, отличающего его от других субъектов хозяйственной деятельности. И. Шумпетер считал, что таким отличительным качеством является инновация. Самое примечательное заключается в том, что воззрения обоих ученых совпадали в вопросе необходимости выделения психотипа предпринимателя из общей массы хозяйствующих субъектов, в определении предпринимателя как некоторой отличительной «экономической особи».

По мнению экономистов, необходимо различать поведение предпринимателя и поведение менеджера. Последний выполняет схожие экономические функции, но центр тяжести его действий находится в области контроля и управления ситуацией, в то время как на предпринимателя ложится бремя, точнее он сам берет на себя, принятия решения.

Насколько теория предпринимательства является предметом именно экономической психологии, можно судить по словам известного американского ученого С. Блэк: «Предпринимательство, когда оно возникает, есть результат материальных предпосылок, но в то же время оно представляет собой состояние мышления, видение мира, тип личности, мотивации и идеологию». Традиция психологической оценки предпринимательства в экономической теории восходит к идеям «хозяйственного духа», «протестантской этики» исторической школы политической экономии. Однако, несмотря на столь основательный фундамент в течение всего века теория предпринимательства развивалась как второстепенная побочная дисциплина и в экономике, и в психологии. Перелом произошел в 70—80-е годы, когда к данному направлению науки резко возрос интерес со стороны деловых кругов. Главная причина такого интереса была обусловлена динамикой экономических процессов в ведущих капиталистических странах и, прежде всего в Соединенных Штатах.

Уже в начале 70-х годов американские ученые-практики обнаружили тревожную тенденцию в структуре инвестиций крупнейших корпораций — падение доли расходов на НИОКР в ряде ключевых отраслей экономики и сокращение расходов на НИОКР по долгосрочным — от пяти лет и больше — проектам. Обеспокоенные данной тенденцией, ученые провели ряд исследований и установили, что одной из ее причин является экономическое поведение высшего звена управления корпораций. Менеджеры крупных корпораций стремились прежде всего к упрочению положения своих фирм на рынке и одновременно к укреплению своих личных позиций в корпорациях. И то и другое имело корни в специфике корпорации, как общества с ограниченной ответственностью. Находясь, по сути, в качестве наемных работников у собственников корпораций — акционеров — и неся ответственность перед ними за состояние дел и выплату дивидендов, менеджеры предпочитали не рисковать и ориентировались на наиболее вероятные, краткосрочные и приносящие стабильные доходы проекты. Тем самым из производственных программ корпораций постепенно исчезали инновационные, требующие риска, долгосрочные проекты. В дальнейшем выяснилась еще одна негативная черта, но уже психологии, доминирующей внутри корпораций — те индивиды, которые демонстрировали склонность к нововведениям и нестандартным решениям, оказались трудно совместимыми с иерархической системой вертикального подчинения, господствовавшей в корпоративных структурах. Спустя десятилетие картина существенно изменилась.

В результате многочисленных исследований было установлено, что психология людей, включившихся в этот предпринимательский бум, в действительности отличается от психологии менеджеров крупных корпораций. Новые предприятия совершали прорывы в рискованных, технологически сложных отраслях, стимулируя тем самым не только научно-техническое развитие, но и изменяя кредитную политику банков, приучая последних к вложениям в инновационное производство. В результате исследований предпринимательского бума в Америке, проведенного французским Национальным агентством по созданию предприятий, были формализованы модели экономического поведения, типичные для предпринимателей и менеджеров.

Мотивация предпринимателя основывается на стремлении к экономической независимости и опоре на собственные силы; предприниматель не боится «испачкать руки грязной работой», может заменить собственных работников; схватывает суть дела, а не структуру управления; обращает внимание — прежде всего на технологии и рынки; предпочитает скромный риск, основанный на расчете, готов инвестировать большие суммы, но дающие отдачу; наиболее высоко ценит свою независимость, не обращает особого внимания на символы и аксессуары своей деятельности; неудачи для него — уроки; ориентируется на свое собственное мнение; и наконец, плохой семьянин, отдающий себя целиком делу.

Классический менеджер мотивируется прежде всего стремлением к продвижению по службе и власти; умеет делегировать полномочия, руководить группой, что занимает фактически все его время; главным считает профессиональное управление; обращает внимание прежде всего на атмосферу, царящую

внутри фирмы, — очень осторожен; для него большое значение имеет символика его деятельности — какой у него офис, на каком этаже он расположен и т. д.; стремится избегать ошибок и неожиданностей, признание поражения откладывает на самый крайний момент; соглашается с теми, кто имеет власть, свое решение определяет, узнав мнение патрона; хороший семьянин.

В этот период переживают второе рождение труды американского психолога Д. Мак-Клелланда. Работавший в 40—60-е годы, Мак-Клелланд создал психологическую теорию, многие из положений которой имеют непосредственное отношение к предпринимательству. Он выдвинул гипотезу, согласно которой индивидуальная экономическая активность зависит от потребности к действию успеха. Чем сильнее развита эта потребность, тем больших успехов в бизнесе добивается тот или иной субъект. Путем различных экспериментальных исследований Мак-Клелланд и его коллеги выработали методику определения количественных параметров потребности к достижению. (Одна из методик была основана на предложении участникам эксперимента решать математические задачи различной степени сложности.) В дальнейшем была установлена корреляция между высоким $nAch$ (так сокращенно формулируется понятие потребности к достижению) и успешной предпринимательской деятельностью. Мак-Клелланд считал, что ключевым качеством предпринимателя является стремление к нововведениям, поэтому даже такие моменты, как собственность на данное предприятие, не имеют для предпринимателя принципиального значения. Он также больше полагается на помощь экспертов, нежели родственников и знакомых. Он предпочитает начать новое дело, а не развивать уже налаженное производство. У предпринимателя достаточно своеобразное отношение к деньгам — психологическая ценность денег для него заключается в их эффективности как средства к достижению цели, самооценку денег для предпринимателя невысока [459].

По мнению Д. Мак-Клелланда, предприниматели, создающие фирмы, редко отличаются лидерскими качествами, потому что у них доминирует мотив достижения, который есть «игра одного человека», а для нее не требуется глубокого вовлечения других людей. Такая трактовка созвучна данным тех авторов, которые делают акцент на независимости личности предпринимателя. Выделяет в качестве ведущих мотивов предпринимателя стремление к независимости свободу действий, творческой работы и создания капитала. Как видно из табл. 8, у менеджера иная мотивация.

С позиций инновационного менеджмента предприниматель — преобразующий лидер в отличие от лидера нормативного или административного менеджмента.

Четких границ между предпринимателями и менеджерами порой не существует. Две эти фигуры могут быть представлены в одном лице в малом бизнесе. Кроме того, есть промежуточная фигура интрапренер, или «внутренний предприниматель», обладающий тем же комплексом качеств (см. табл. 8), что и предприниматель.

В предпринимательской деятельности бизнесмен выступает в качестве субъекта социального действия, во многом предопределяя характер взаимо-

Таблица 8

Сравнение личностных и поведенческих качеств у традиционных менеджеров, предпринимателей и интрапренеров

	Традиционные менеджеры	Предприниматели	Интрапренеры
Ведущие мотивы	Стремление получить продвижение по службе и иметь другие признаки престижа в корпорации, такие как собственный кабинет, штат, власть	Стремление иметь независимость, свободу действий, творчески работать, создавать капитал	Стремление к независимости действия, приобретению позиций в корпорации и соответствующих вознаграждений
Восприятие временной перспективы	Ориентируются на короткие временные горизонты: недельные, месячные, квартальные и годовые планы	Ориентация на 5—10-летние периоды как вехи роста своего бизнеса	Ориентация зависит от сроков реализации поставленных перед собой задач с учетом сроков работ в корпорации. Обычно занимает среднее положение между «традиционным менеджером» и предпринимателем
Характер деятельности	Больше делегирует свои полномочия подчиненным и контролирует исполнение, чем сам напрямую включает в дело	Прямая включенность в работу	Больше выполняет работу сам, чем перепоручает ее кому-то
Отношение к риску	Боязлив	Разумно идет на риск	Разумно идет на риск
Отношение к статусу	Озабочен символами собственного статуса	Нет озабоченности символами статуса	Не озабочен традиционными символами статуса в корпорации, хочет лишь независимости
Отношение к неудачам и ошибкам	Стремится всячески избегать ошибок и вообще неожиданных событий	Не боится ошибок, исправляет их и преодолевает неудачи	Стремится скрывать от окружения рискованные проекты, пока не готов их доказательно обосновать
Принятие решений	Обычно соглашается с теми, кто выше по положению	Своими решениями реализует свою мечту	Способен убедить других помогать в реализации его мечты
Кому служит	Служит другим	Служит себе и потребителю	Служит себе, потребителю и спонсорам
Характер семьи, из которой вышел	Старшие члены семьи работали на крупные организации	Из семьи мелких предпринимателей, представителей свободных профессий или фермеров	То же самое, что и у предпринимателей
Отношение к другим	В основном по нормам иерархических отношений	В основном деловые и договорные отношения	На основе договоренности с иерархической структурой

отношений и взаимопонимания между людьми в системах социального управления.

В качестве образующих деятельности предпринимателя как субъекта социального действия можно выделить следующие: мотив; цель; планирование деятельности; переработка текущей информации; принятие решения; действия; проверка результатов; коррекция действий (рис. 12).

Отношение к предпринимательству в обществе далеко не однозначно,



Рис. 12. Структура индивидуальной предпринимательской деятельности

может быть, в силу того, что среди предпринимателей есть бывшие комсомольские лидеры и представители партноменклатуры, присвоившие себе не только деньги для развития новых коммерческих структур, но и социальные контакты, связи, неформальные законы, позволяющие преуспевать в сложившихся рыночных условиях.

В современной России можно выделить три волны предпринимательства:

1. «*Прирожденные предприниматели*». Это — «цеховики», «теневики». Они начали заниматься предпринимательской деятельностью давно, еще при социализме, в форме спекуляции, нелегального производства.
2. «*Начальство*». Представители этой волны предпринимательства основные капиталы сколотили в ходе незаконной, грабительской приватизации. Для этого они пользовались близостью к распределительной кормушке, поскольку занимали ключевые позиции в структурах власти и производства.
3. «*Массовые предприниматели*». Большая часть населения, оставшись в ходе реформ без работы, зарплаты и средств к существованию, вынуждена была заняться предпринимательством, чтобы выжить и прокормить семью. К «массовым предпринимателям» относятся и бабушки, распространяющие газеты, и широко известные «челноки».

Массовое предпринимательство вовсе не означает действий в массе, в группе, сообща. Наоборот, имеется в виду именно предпринимательство на основе индивидуальной инициативы, связанное с личными качествами каждого человека. Термин «массовое» удобен нам в двух планах. Во-первых, как свидетельство того, что психологические условия, факторы и барьеры, наблюдаемые в индивидуальных формах бизнеса, носят массовый характер, т.е. несмотря на индивидуальные различия, встречаются у всех предприни-

мателей в той или иной степени. Во-вторых, как показатель принадлежности массового предпринимательства к массовидным явлениям, со всеми вытекающими отсюда психологическими особенностями: связанностью с психологией толпы, феноменами массового сознания, в том числе мифологизацией реальных явлений, зависимостью от массовой пропаганды и т.д.

Несмотря на неоднократно принимавшиеся постановления о малом бизнесе, подготовку различных программ его поддержки и развития, сложившуюся ситуацию с обеспечением гарантий массовому предпринимательству благополучной назвать нельзя. Совершенно не учитывается успешный опыт других стран по поддержке малого бизнеса, где начинающему предпринимателю, желающему открыть свое маленькое дело, предоставляются не только государственные кредиты, но и дается рекомендация, чем выгоднее заняться.

Малые предприятия обладают большей подвижностью в условиях постоянно меняющихся потребностей современного рынка. Именно поэтому даже в весьма преуспевающих странах с развитым крупным бизнесом все большую долю стали составлять мелкие и средние предприятия; в некоторых странах число предприятий с персоналом до 500 человек достигает 99,5% и только 0,5% составляют крупные фирмы.

Правда, там есть специфика — особая функциональная роль наиболее преуспевающих мелких фирм: это разработка и внедрение инноваций. По данным 1996 года, половина инноваций в США была создана на мелких предприятиях, и из аналогичного количества мелкие предприятия реализуют в 4—17 раз больше инноваций, чем крупные. По другим, более поздним данным, количество создаваемых малыми фирмами новшеств на 1 доллар затрат в 24 раза превышает такой же показатель для крупных компаний, а на долю малых фирм приходится от одной трети до половины всех нововведений.

Предпринимателей не пугает даже тот факт, что в условиях конкуренции труднее выживают именно мелкие предприятия. И хотя, по некоторым оценкам, 95% возникающих на Западе малых предприятий разоряются, эта статистика не является приговором для малого бизнеса: разорившиеся предприниматели не уходят из бизнеса, а начинают новое дело; поэтому действительный процент неуспеха гораздо ниже.

Считается, что основоположником теории предпринимательства с точки зрения экономики является Йозеф Шумпетер (1883—1950) — австрийский экономист, с 1932 г.

Профессор Гарвардского университета. В своем труде «Теория экономического развития» (1911 г.) Шумпетер рассматривает изолированную экономику, где господствует частная собственность, разделение труда и свободная конкуренция. В такой экономике производство следует за потреблением, а производить — значит комбинировать имеющиеся в распоряжении производителей вещи и силы. Основная цель работы — «дать логически завершенную модель хозяйственных изменений во времени». Шумпетер полагает, что это невозможно сделать без изучения предпринимательства.

Обычно предприниматель встречает противодействие со стороны окру-

жающей среды. Он, по определению, внедряет новшества, но «новшества в экономике, как правило, внедряются не после того, как вначале у потребителя стихийно возникнут новые потребности... а только тогда, когда само производство привьет потребителям новые потребности».

Процесс производства есть осуществление новых комбинаций, охватывающих пять основных случаев:

- создание нового блага;
- внедрение нового метода производства;
- освоение нового рынка сбыта;
- получение нового источника сырья;
- осуществление реорганизации.

Предпринимателями «мы называем хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент».

При этом новая комбинация должна забрать необходимые ей средства производства из той или иной старой комбинации, и это представляет собой форму конкурентного вытеснения старых предприятий.

На наш взгляд, теория предпринимательства И. Шумпетера является достаточно оригинальной с точки зрения объяснения экономических кризисов — через идею «новых комбинаций» и деловых циклов.

«Появление одного или нескольких предпринимателей облегчает появление других, а возникновение последних облегчает и тем самым способствует появлению следующих и все более многочисленных».

Массовое появление новых комбинаций объясняет, почему рост капиталовложений является самым первым симптомом начинающегося экономического подъема, почему наибольшее оживление начинается прежде всего в отраслях, производящих средства производства, почему затем следует рост цен, увеличение заработной платы, повышение уровня процента, рост грузооборота, напряженность банковских балансов.

Подъем изменяет условия, в каких функционирует экономика. Отчасти проблема состоит в том, что «отдельный предприниматель, планируя деятельность только своего предприятия, не учитывает последующего массового появления других предпринимателей и в результате этого попадает в затруднительное положение». Массовое действие делает ошибочным то, что правильно для отдельного предпринимателя.

Но главное состоит в другом. Во-первых, в период подъема спрос предпринимателей на средства производства взвинчивает цены на них. Во-вторых, через несколько лет на рынке появляются новые товары и в результате конкуренции вытесняют старые, сокращая доход сначала старых предприятий, а затем всех. В-третьих, планомерно достигаемый успех новых предприятий порождает кредитную инфляцию.

В итоге для каждого предприятия изменилась типичная ситуация. Появляются новые конкуренты, уже нет старых клиентов и поставщиков, необходимо приспособиться к новым методам хозяйствования, в любой момент может произойти неожиданный отказ в кредите. Перед «просто-напросто хозяином» стоят необычные новые задачи, которые ему не по плечу. В этой

обстановке он делает ошибки, которые впоследствии станут важной вторичной причиной дальнейших неудач.

Невозможность сбыта произведенных и производимых товаров по ценам, покрывающим издержки, приводит к нехватке денег. Сокращение спроса на средства производства и уменьшение денежных доходов вызывают в конечном счете сокращение спроса и на все другие товары, порождая общий экономический спад. Экономический подъем, таким образом, сам порождает последующий спад, и следующую за подъемом депрессию следует расценивать как предпосылку для перехода экономики в новое состояние равновесия.

Экономическая эволюция, которую Шумпетер связывает с деловыми циклами, имеет две фазы. В первой фазе она уходит от исходного состояния равновесия благодаря массовому применению инноваций предпринимателями.

Во второй фазе экономика движется к новому равновесию, соответствующему новым условиям ее функционирования. Это новое равновесие сохранилось до тех пор, пока не будет внедрено достаточно большое число новых инноваций. Затем весь процесс повторится. Поэтому депрессия нормальна, аномален лишь сильный экономический кризис.

Депрессия, таким образом, имеет два положительных момента. Во-первых, она ведет к состоянию нового равновесия. Во-вторых, «депрессия осуществляет то, что обещал подъем». Поток благ стал более обильным, частично реорганизовано производство, снижены издержки производства, и то, что вначале существовало в виде предпринимательской прибыли, в конечном счете увеличивает устойчивые реальные доходы. «Экономическая сущность процесса депрессии состоит в распространении — через механизм стремления к равновесию — технических достижений на все народное хозяйство».

В работе «Капитализм, социализм и демократия» (1942 г.) капитализм, как и в ранней работе, понимается как система предпринимателей-новаторов, преобразующих экономику с помощью денежного капитала. Подчеркивается, что такая система не может быть стационарной, что крупные корпорации и государственное вмешательство в экономику разрушают систему свободного капиталистического предпринимательства.

НТП становится делом организованных специалистов, вытесняющих предпринимателя-новатора. Новаторство превращается в рутину. «Технологический прогресс все больше становится делом коллективов высококвалифицированных специалистов, которые выдают то, что требуется, заставляя его работать предсказуемым образом... Многое из того, что прежде могло дать лишь гениальное озарение, сегодня можно получить в результате строгих расчетов».

Экономический прогресс имеет тенденцию стать деперсонифицированным и автоматизированным. На смену личности приходят бюро и комиссии. Поэтому Шумпетер отрицательно отвечает на вопрос: может ли капитализм (как система предпринимательства, основанная на индивидуальном творчестве) выжить? Он просто рассыплется под грузом собственных успехов, а также в результате отделения функции управления капиталом от индивидуализированной частной собственности. Независимо от того, является ли бизнесмен-управляющий держателем акций или нет, «его воля к борь-

бе и выживанию уже не та, да и не может быть такой, какой обладал человек, знакомый с тем, что такое собственность и личная ответственность в первоизданном смысле этих слов».

Признание возможности планомерного управления прогрессом приводит Шумпетера к своеобразной реабилитации социализма. Он делает вывод о том, что «социалистическое управление может по своему уровню настолько же превзойти капитализм большого бизнеса, насколько последний превзошел капитализм эпохи свободной конкуренции». На самом деле планомерное управление прогрессом невозможно: можно планировать работу над изобретением, можно даже в отдельных случаях успешно завершить такую работу, но нельзя предвидеть всех более или менее отдаленных последствий всех используемых изобретений.

Аналогия предпринимательства и изобретательства не случайна: «Предприниматель, подобно изобретателю, действует в условиях высокой неопределенности. Если перед изобретателем или ученым стоит задача найти новый принцип, идею, конструкцию, то предприниматель часто уже знает новую идею или принцип, но не они являются его творением. Предприниматель создает организацию, представляющую собой уникальный синтез новых идей, технологий, людей, материальных ресурсов, производящую новый товар или услугу, имеющие высокий спрос на рынке. Таким образом, предприниматель — творец профессиональных организаций, создатель новых профессий и рабочих постов. Он — социальный инноватор.

Создавая новые организации, предприниматели оказывают мощное воздействие не только на хозяйственную сферу, но и на всю общественную жизнь. Один из самых ярких примеров предпринимательства в США — создание новой университетской системы после второй мировой войны и революционные изменения системы медицинского обеспечения. Университеты и больницы изменили облик послевоенной Америки (Друкер, 1992). Новые социальные институты создавались предпринимателями в банковской сфере (создание предпринимательского банка Г. Сименса в 1870 г. в Германии) и в общественном питании (сеть закусочных «Макдоналдс»).

Особенно интересный материал для анализа роли исторических, национальных, нравственных, идеологических и социально-психологических предпосылок в становлении и развитии предпринимательства дает современная Япония. Ее пример примечателен с нескольких точек зрения.

Во-первых, самобытностью, в которой нашла отражение удивительная способность японского общества, продуктивно совмещать свой особый исторический опыт, этнические и социально-психологические традиции с опытом Европы и Америки, равно как и с требованиями сегодняшнего дня. Процесс совмещения шел через трудную борьбу защитников сохранения традиционных японских норм жизни и сторонников заимствования западных ценностей. Эта борьба очень похожа на противостояние в нашей истории славянофилов и западников, конфронтацию сегодняшних поборников за нечто исконно русское и сторонников использования опыта Запада.

Во-вторых, очень важно в японском опыте единство нравственно-идеологических и социально-психологических основ, на которых строятся от-

ношения людей во всех сферах жизни, начиная от межличностных, внутрисемейных и деловых отношений и кончая отношениями человека с государством.

В-третьих, и что очень полезно осмыслить нам сегодня, постоянное стремление к одухотворенности жизнедеятельности общества и человека. При этом с психологической точки зрения не столь важно, что идеологическое содержание этой одухотворенности на протяжении японской истории резко менялось — от фанатично религиозных и милитаристски-националистических идей до просвещенных демократических представлений. Главное в том, что всегда сохранялась социально-психологическая функция одухотворенности, позволившая наполнить жизнь общества и человека социальным и личностным смыслом.

Социальная функция предпринимательства заключается в том, что предприниматель комбинирует основные факторы производства — труд и капитал — для увеличения выпуска товаров и услуг. Тем самым повышается всеобщее богатство, материальное благосостояние общества и личная прибыль. Социальное значение предпринимательства состоит в том, что именно предприниматель обнаруживает на экономическом рынке зарождающие потребности различных, преимущественно больших социальных групп, определяет эффективные способы их удовлетворения. Кроме того, он сам создает новые потребности.

Наиболее часто предпринимательство проявляется в малом бизнесе. Преимущества малого бизнеса в полной самостоятельности бизнесмена, в свободе и оперативности действий, в возможности быстро менять модели и типы товаров и услуг, изменять технологию производства, а также личное общение руководителя с рабочими и служащими. К недостаткам можно отнести: неравные возможности доступа к материальным ресурсам по сравнению с крупными предприятиями; осторожное отношение банков к малым предприятиям как рисковому заемщикам, что ограничивает кредит и увеличивает проценты по нему; недостаточная заинтересованность вкладчиков в новых малых предприятиях, что значительно ограничивает возможности образования начального капитала. Из-за ограниченных резервов и низких возможностей займов малое предпринимательство особенно уязвимо к экономическим спадам.

Социальная значимость предпринимательской деятельности вызывает исследовательский интерес к проблеме успешности освоения данной деятельности и профессионально-важных качеств, необходимых для ее осуществления.

А.И. Агеев [8] составил обобщенный личностный портрет зарубежных предпринимателей, который включает преимущественно интеллектуальные, коммуникативные, волевые свойства и некоторые деловые качества, необходимые для обеспечения успеха в предпринимательстве (таблица 9).

На пути освоения деятельности предпринимателей (по аналогии с изобретательской деятельностью) стоит целый ряд психологических барьеров.

Психологические барьеры к предпринимательству имеют черты общие и специфические. Общие — это вообще сопротивление занятию бизнесом как

Таблица 9

Личностный портрет зарубежного предпринимателя (по А.И. Агееву)

Качества	Индикаторы проявления качества
1. Поиск возможностей и инициативность	а) видит и использует новые или необычные деловые возможности; б) действует до того, как его вынудят к этому обстоятельства
2. Упорство и настойчивость	а) готов к неоднократным усилиям, чтобы преодолеть препятствие; б) меняет стратегии, чтобы достичь цели
3. Готовность к риску	а) предпочитает ситуации «вызова» или умеренного риска; б) предпочитает действия, чтобы уменьшить риск или контролировать результат
4. Ориентация на эффективность	а) находит пути делать вещи лучше, дешевле, быстрее; б) стремится достигать совершенства, улучшать стандарты эффективности
5. Вовлеченность в рабочие контакты	а) принимает на себя ответственность и идет на личные жертвы для выполнения работы; б) берется за дело вместе с работниками или вместо них
6. Целеустремленность	а) ясно выражает цели, имеет долгосрочное видение; б) постоянно ставит и корректирует краткосрочные задачи
7. Стремление быть информированным	а) лично собирает информации о клиентах, поставщиках, конкурентах; б) использует личные и деловые контакты для своей информированности
8. Систематическое планирование и наблюдение	а) планирует, разбивая крупные задачи на подзадачи; б) разрабатывает или использует процедуры слежения за выполнением работ
9. Способность убеждать и устанавливать связи	а) использует осторожные стратегии для влияния и убеждения людей; б) использует деловые и личные контакты как средство достижения целей
10. Независимость и самоуверенность	а) стремится к независимости от правил и контроля других людей; б) полагается лишь на себя перед лицом противостояния и при отсутствии успеха; в) верит в свою способность выполнять трудные задачи

всякой новой деятельностью и профессией, особенно если она непривычна, нетрадиционна и психологически чужда.

Специфические психологические барьеры — те, которые свойственны отношению людей именно к предпринимательству как особому роду занятий. Эти барьеры можно подразделить на барьеры реальные (порожденные действительно существующими причинами) и барьеры мнимые, мифические, связанные с предрассудками, предубеждениями. Это барьеры-фантомы, в порождении которых не последнюю роль играют массовидное сознание, психология толпы, социальные установки. Такого рода связь в некотором смысле типична для российского менталитета (достаточно вспомнить массовую коллективизацию, стахановское движение и т.п.).

Ее истоки — в недостатке культуры массовых и социальных проявлений в обществе, и даже где-то в отсутствии потребности в такой культуре. Исторический экскурс и социокультурные сравнения японцев, европейцев и русских, их верования, традиции и даже сравнительный анализ любимых игр (детей и взрослых) позволяет проследить некоторые связи между национально-психологическими типами и экономическим успехом.

Обобщая вышеизложенное, мы предлагаем следующую типологию психологических барьеров, отражающую существенные для предпринимательства характеристики человеческого поведения.

1. *Барьеры «личной инициативы».* Охватывают проблемы, связанные с трудностями проявления индивидуализма и реализации «духа предпринимательства», сопротивлением изменениям, оспариванием приоритета «личного блага», способностью к саморазвитию.
2. *Барьеры «ложной установки».* Содержат все аспекты социального и личного «мифотворчества» по поводу предпринимательства, ценности труда, материального блага и т.д., а также противоречия сознания, свойственные переходным ситуациям.
3. *Барьеры автономности.* Их взаимосвязанные стороны: незащищенность личности (правовая и социальная); синдром «зависимости» (в том числе в принятии решений).
4. *Барьеры достижения.* Содержат аспекты, связанные с мотивацией достижения, стремлением к успеху, трудностями в реализации принятых решений, в том числе: проблемы неадекватного прогнозирования, недостаточной скорости принятия решений и реагирования на ситуацию, неумения своевременно отказаться от неверного решения, отсутствием вариативности в решениях и поведении.
5. *Барьеры риска.* Содержат рациональный (взвешенный риск) и эмоциональный (ответственный риск) аспекты.
6. *Барьеры коммуникации.* Отражают препятствия на пути информационной доступности и проблемы доверия в деловом общении.
7. *Барьеры восприимчивости к новому.* Отражают профессиональный догматизм, «узость» образования, неприятие новых идей и способов поведения.

Наиболее серьезной проблемой развития массового предпринимательства являются психологические барьеры у тех людей, которые могли бы и должны будут в конечном счете заняться предпринимательством профессионально, т.е. для которых этот вид деятельности станет главным и даже единственным источником существования.

Мы сознательно отделяем эту категорию лиц от той, теперь уже многочисленной прослойки наших сограждан, которые подрабатывают на ниве предпринимательства, в основном перепродажей мелких партий товаров или просто спекуляцией наряду с занятиями основной профессией.

До сих пор речь шла о предпринимательстве, без конкретизации и уточнения этого понятия. В рамках предпринимательства как рода деятельности существует много видов профессиональных занятий, очень разных, отличающихся друг от друга множеством параметров и, конечно, предъявляющих совершенно различные требования к человеку.

Поэтому, прежде чем перейти к выбору конкретных рекомендаций по снятию психологических барьеров, должны сначала выяснить, *в чем состоит различие между разными видами предпринимательства*, ведь и психологические барьеры, и методы их преодоления также будут различны.

Самым первым шагом на вашем пути к предпринимательству должен быть ответ на вопрос: *«Хочу ли я вообще стать предпринимателем?»* Для того чтобы аргументированно ответить на этот вопрос, необходимо знать, в чем же состоит главный смысл предпринимательства как рода человеческой деятельности.

При наличии значительного числа публикаций по отдельным проблемам

предпринимательства большинство исследователей отмечают недостаточность того, что можно было бы назвать «феноменом предпринимательства» как целостного явления. По мнению шведского исследователя Б. Карлофа [459], предпринимательство как целостное явление не стало популярным объектом исследования именно в силу своей комплексной природы. Приводимые во многих публикациях определения предпринимательства либо предпринимателей носят рабочий, эмпирический характер. И может быть, только в книге самого Б. Карлофа продолжена линия теоретического развития понятия предпринимательства, заложенная еще И. Шумпетером в идее о двух видах поведения: адаптивном (связанном с имеющимися в распоряжении человека ресурсами) и креативном, творческом (определяемом как «созидательное разрушение» сложившихся структур). На основе концепции И. Шумпетера Б. Карлоф разработал современный комплексный подход к предпринимательству как процессу умелого балансирования между интересами потребителей и оптимальной прибыльностью использования капитала и ресурсов, с одной стороны, и их творческого согласования, с другой [459]. По степени преобладания и характеру проявления в деятельности предпринимателя каждого из четырех необходимых деловых качеств, а именно: способности структурного управления, оценки рыночных потребностей, максимизации выгоды, постановки и реализации целей, Б. Карлоф выделил три типа предпринимательства:

- *структурное* (купля-продажа и изменение структуры компаний);
- *стратегическое* (объединение доходов для достижения специфических целей конкурентной борьбы);
- *оперативное* (выявление свободных ресурсов и минимизация бесполезных затрат).

А.И. Агеев [8, с. 11—12] приводит ряд классификаций предпринимательства по другим основаниям. По степени новизны товаров и услуг различаются предпринимательство *инновационное* и *рутинное*. По связям со сложившимся правопорядком — *легальное* и *«теневое»* предпринимательство. По параметру юридического статуса принятия решений — предпринимательство владельца своего бизнеса и наемного управляющего.

Важным классификационным признаком является сфера приложения предпринимательских новаций. Здесь может быть несколько подходов к классификации. Например, тот же А.И. Агеев приводит «отраслевую» классификацию предпринимательства: *научное, индустриальное, финансовое, аграрное* [8, с. 12]. В другой работе, посвященной управленческим нововведениям в США [26], дифференциация проводится по признаку результата действия нововведений: *продуктивное* (сфера производства и потребления), *технологическое* (новые способы производства старых и новых товаров), *управленческое* (новые методы работы). И все же в большинстве работ классификация носит узкий, прикладной характер; психологические аспекты затрагиваются преимущественно при анализе личности предпринимателя.

Конкретные проблемы предпринимательства: его типы и разновидности, социальный эффект и ценностные аспекты, факторы, сдерживающие его развитие, сравнительный анализ различных его форм, психологические за-

труднения в реализации предпринимательских функций, — требуют для своего решения определения психологической сущности предпринимательства и выделения его специфики по сравнению с другими видами деятельности.

Сущность предпринимательства, по мнению Б. Карлофа, не сводится к управлению бизнесом и владению капиталами и компаниями. *Предпринимательство* — это прежде всего способность выявлять возможности для ведения бизнеса и умение воспользоваться ими. *Суть предпринимательства* состоит в адекватной оценке потенциальной прибыльности дела в сочетании с наиболее выгодным распределением ресурсов и принятием оптимальных решений в двух основных областях; отыскание новых способов удовлетворения потребностей и использование возможностей рыночного механизма.

При определении сущности предпринимательства в психологическом аспекте его рассмотрения мы выделили следующие параметры: содержание, целевая функция, мотивационный регулятор, основной принцип функционирования, особенности субъекта.

Содержание предпринимательской деятельности — это преимущественно инновационные и комбинационные процессы. К ним относятся:

- революционирование и реформирование производства путем новых комбинаций факторов и введения инноваций (по Шумпетеру);
- поиск новых возможностей путем комбинации своих уникальных способностей и знаний о рыночной ситуации (по фон Хайеку);
- стратегическая ориентация на возможную потенциальную прибыльность дела, а не на наличные ресурсы (по Стивенсону);
- активный поиск и создание новых ресурсов и потребительских благ;
- творческое согласование потребностей с производственными ресурсами;
- согласование интересов потребителей с получением прибыли.

Основной целевой функцией предпринимательской деятельности является достижение высокого экономического результата, причем независимо от предмета бизнеса; цель всегда конкретна и осознаваема.

Мотивационный регулятор предпринимательской деятельности — поддержка баланса между выигрышем и риском. Он связан:

- а) с доминированием целевой установки на прибыль;
- б) с непредсказуемостью итогов инновационных процессов;
- в) с участием в бизнесе личного капитала предпринимателя;
- г) с полной свободой действий и ответственностью только перед собой.

Ведущий принцип функционирования в предпринимательской деятельности — автономность. Его признаки:

- а) самостоятельное принятие решений как имманентная черта предпринимательства;
- б) неразрывность решения и действия;
- в) традиционный имидж предпринимателя как «бойца-одиночки»;
- г) преобладание интуитивной основы в принятии решений;
- д) стремление к личному контролю над ситуацией и неохотное делегирование своих полномочий другим;
- е) стремление к личному контролю за информацией и исполнением;
- ж) низкая тревожность;

з) преобладание «внутреннего локуса контроля» (убежденность в способности самому определять свою судьбу);

и) высокая потребность в личных достижениях.

Субъект предпринимательской деятельности более адекватно описывается характеристиками поведения, чем характеристиками рода занятий. Иными словами, предприниматель — это, скорее не профессия, а тип личности. По определению фон Хайека, всякий индивид, чье поведение отличается по-исковым стилем, есть потенциальный предприниматель.

Актуальные предприниматели — это особый класс лиц, готовых опробовать новые возможности в сфере бизнеса. Наиболее общие черты такого предпринимателя:

- потребность в независимости и доминировании;
- поиск новых возможностей и инициативность;
- готовность к взвешенному риску;
- ослабленное чувство опасности;
- целеустремленность;
- ориентация на эффективность и качество;
- способность организовывать людей и распределять ресурсы;
- неприятие бюрократических процедур;
- принятие ответственности на себя.

В литературе встречается описание некоторых психологических типов предпринимателей;

1. *Технологические предприниматели* — преимущественно экстраверты, ориентированные на полную самореализацию своих аналитических и интуитивных способностей, умеренно склонные к властвованию, избегающие подчинения, мало озабоченные личным финансовым вознаграждением, а лишь успехами дела (по Э. Робертсу).
2. *Мелкий предприниматель* — оптимист, отличающийся способностью выдерживать очень высокую трудовую нагрузку по сравнению с лицами наемного труда, всегда ориентирован экономически.
3. *Массовый предприниматель* — человек, разделяющий взгляды, бытующие в общественном сознании, что предпринимательство — это способ самореализации каждого человека, имеющего потребность в успехе и желающего проверить свои способности в конкурентной борьбе; деньги для них прежде всего свидетельство успеха, а не самоцель или средство завоевания власти.
4. *Стратегический предприниматель* — предпочитающий решения крупномасштабного характера, касающиеся реорганизации, купли-продажи компаний, их переориентации и т.д. Для них характерно действовать своевременно, обдуманно и быстро.
5. *Предприниматель-чемпион*, рассматривающий конкурентную борьбу и бизнес как подобие увлекательного вида спорта.
6. *Предприниматель-новатор* — изобретатель, способный преодолевать сопротивление своим идеям и идти до конца, «конформист, склонный к доверию исполнителям и компаньонам, с преобладанием неэкономической мотивации: статусной, общественного признания и т.д.

7. *Предприниматель-посредник* — действующий на внешней границе организации. Для него характерны: стремление к ощущению успеха, приверженность к обязательствам, чувство собственной значимости, экономическая мотивация, ориентация на коммерческий результат.

Специфика предпринимательства выражается в элементах разграничения предпринимательских функций от аналогичных функций в других видах деятельности. Мы провели такое разграничение по четырем параметрам: 1) овладение капиталом и финансовый риск; 2) личное трудовое участие; 3) свобода распоряжения ресурсами; 4) свобода выбора факторов производства и предпринимательской активности.

В известных нормативных определениях предпринимательства из категории предпринимателей исключают всех, кто не рискует собственными деньгами и не участвует в капитале компании. Хотя наемный менеджер тоже рискует и должен отчитываться за свои действия, он не подвергается такому же финансовому риску, как независимый предприниматель: менеджеру всегда гарантирована заранее оговоренная часть дохода. С этим тезисом согласно большинство исследователей. Однако существуют и иные точки зрения. Например, И. Шумпетер считал, что по мере экономического развития предпринимательские функции как бы рассеиваются среди специалистов. Поэтому в корпоративной среде статус собственника уже не может служить определяющим и обязательным свойством предпринимателя.

Более четкую грань можно провести между предпринимателем и капиталистом: хотя оба они «делают деньги», но предприниматель сам управляет своим бизнесом, а капиталист лишь финансирует дело.

Очень важным разграничительным признаком является отношение к ресурсам. Разграничение по этому признаку проходит как на уровне различия между бизнесом и экономикой в целом, так и на уровне отдельного субъекта. Предприниматель в своей деятельности исходит не из наличных ресурсов, а из предполагаемых возможностей их развития для получения прибыли. Его поведение носит творческий характер. В отличие от этого наемный администратор имеет дело с управлением только имеющимися ресурсами. Его квалификация состоит в умении приспособиться к сложившимся обстоятельствам и управлять теми аспектами бизнеса, которые не рассчитаны на дальнейший рост. Под ресурсами здесь имеются в виду все материальные и нематериальные (в том числе психологические) факторы успеха.

В качестве еще одной специфической характеристики предпринимательства выступает свобода выбора факторов и условий хозяйственной деятельности. По этому признаку хорошо прослеживается различие между двумя типами «работающих собственников»: предпринимателя и индивидуально работающего ремесленника. Свобода выбора ремесленника ограничивается масштабом своих способностей и наличием орудий их реализации. У предпринимателя, напротив, выбор сферы приложения своих усилий ничем не ограничен.

Обобщая вышеизложенное, можно предложить экономико-психологическое определение *предпринимательства* — это вид трудовой деятельности предприимчивой личности, содержанием которого является автономное приня-

тие и осуществление решений по поиску и использованию новых возможностей рынка в условиях личного финансового риска с целью получения высокого коммерческого результата.

Одной из проблем в российской экономике является подготовка высококвалифицированных предпринимателей и менеджеров, востребованных на рынке труда [335].

Предметом нашего исследования по гранту №01-02-59004а/Ц является структура изменений спроса и предложения специалистов высшей квалификации. Проанализировав динамику конъюнктуры специальностей и основные маркетинговые цели на рынке образовательных услуг, сделан вывод о необходимости принятия срочных мер по координации усилий службы занятости, кадровых агентств, вузов и работодателей по трудоустройству специалистов высшей квалификации для преодоления парадокса: «лишних людей много, а специалистов нет».

Рассмотрим экономико-психологические аспекты данной проблемы и ее практические следствия более подробно.

Процесс диверсификации (создания разных типов учебных заведений) привел на региональном рынке труда к «дикому» рынку производителей образовательных услуг, ориентированных на «сбытовую» маркетинговую концепцию. Лишь небольшое количество типичных региональных высших учебных заведений, таких, например, как Обнинский институт атомной энергетики (ОИАТЭ), Калужский филиал Московского государственного технического университета им. Н.Э. Баумана (КФ МГТУ), Калужский филиал Московского гуманитарно-экономического института (КФ МГЭИ), ориентировано на изучение, прогнозирование и удовлетворение запросов потребителей и использует современную тактику и стратегию маркетинга. Анализ состояния рынка образовательных услуг на территории Калужской области свидетельствует о стремлении целого ряда его субъектов переходить к более перспективному рынку потребителей, для которого характерны:

- широкий выбор вузов и видов образовательных услуг, предлагаемых абитуриентам;
- достаточно жесткая конкуренция между вузами в борьбе за потребителя по целому ряду специальностей;
- изменение экономического поведения на рынке наиболее продвинутых вузов (ОИАТЭ, КФ МГТУ, КФ МГЭИ) с точки зрения стремления к учету запросов потенциальных работодателей;
- возвращение к организации производственной и преддипломных практик по запросу предприятий и учреждений, связь с сетью частных кадровых агентств и планирование трудоустройства выпускников.

В проведенном исследовании намечены некоторые пути перспективного разрешения парадокса: «лишних людей много, а специалистов нет», связанного с региональным рынком высших учебных заведений и рынком труда специалистов с высшим образованием.

Одним из основных социально-правовых достижений ушедшего XX столетия и его высшей правовой ценностью является лозунг, провозглашенный

Всеобщей декларацией прав человека, принятой генеральной ассамблеей ООН 10 декабря 1948 г., о том, что *«каждый человек имеет право на труд»* (п. 1, ст. 23) [1]. Однако ни одна из экономически развитых стран мира, включая Россию с ее затянувшимися реформами, не нашла адекватных мер для реализации на практике данного прекрасного лозунга, который позволил бы обеспечить эффективную взаимосвязь населения и предприятий через рынки труда и товаров, позволяющую сбалансировать спрос и предложение рабочей силы, включающей высококвалифицированные кадры.

Участие в любой деятельности с позиций экономической психологии характеризуется прежде всего потребностями человека и возможностями их удовлетворения. Как показано в многочисленных исследованиях, человек выступает, с одной стороны, как потребитель экономических благ, а с другой — как обладатель профессионально-важных качеств, знаний, умений и навыков, необходимых предприятиям.

Взаимосвязь трудоспособного населения и предприятий осуществляется через рынки экономических благ и ресурсов, при этом важнейшим из экономических ресурсов является рынок труда.

Рынок труда имеет ряд черт, отличающих его от рынков обычных товаров. В нем действуют особые регуляторы и силы, при этом следует отметить следующие особенности:

1. Рынок труда существует не только во внешней по отношению к предприятию среде, он распространяется и на сферу производства, так как отношения купли-продажи не прекращаются с поступлением работника на предприятие. Принятый на предприятие работник может искать другую работу как внутри, так и вне данного предприятия, а работодатель подбирает кандидатов как среди занятых, так и среди незанятых работников.
2. В отличие от рынка обычных товаров при продаже рабочей силы работник не утрачивает право собственности на нее, он продает лишь право использования этой рабочей силы. В процессе использования рабочая сила не уничтожается.
3. На структуру спроса и предложения высококвалифицированных кадров влияет большое число разнообразных факторов, формирующихся вне рынка труда.

В общем случае на рынке труда спрос формируется информацией предприятий о необходимом количестве рабочих мест, а предложение — информацией о численности и профессионально-квалификационных характеристиках кандидатов, желающих работать. Кроме этого учитывается информация о возможных ставках оплаты труда.

Предложение рабочей силы качественно и количественно изменяется в зависимости от изменений в возрастной структуре населения, в системе профессиональной и общей подготовки, в силу влияния международного рынка труда на внутренний рынок и т.д. Дифференциация в предложении рабочей силы усиливается тем, что работники, имеющие одинаковые возраст и профессию, различаются по полу, состоянию здоровья, качеству профессиональной подготовки, опыту, а это, несомненно, сказывается на способности выполнять данную конкретную работу.

Изменение потребности в рабочей силе является в основном результатом сдвигов в спросе и, соответственно, в производстве товаров и услуг, а также изменений в технике и технологиях.

Таким образом, сбалансированность спроса и предложения рабочей силы на рынке труда затрудняется тем, что на них влияют различные силы: с точки зрения предложения главными факторами являются образование и профессиональная подготовленность, а с точки зрения спроса — тенденции экономического и технологического развития государства.

Главная цель государственной политики в отношении рынка труда заключается в том, чтобы достичь приближения к количественному и качественному равновесию спроса и предложения рабочей силы.

При решении проблем занятости обычно выделяют трудоспособное и нетрудоспособное население. Потенциальными кандидатами на свободные рабочие места являются в большинстве своем лица трудоспособного и некоторая часть лиц нетрудоспособного возраста.

В целях совершенствования планирования и управления человеческими ресурсами необходимо определить и проанализировать параметры кадрового потенциала страны, отрасли, региона. К их числу можно отнести демографический аспект анализа кадрового потенциала (половозрастная структура и те показатели, которые могут быть определены в результате ее анализа), экономический аспект (структура занятости в отраслях и сферах производства, уровень специализации, концентрации и кооперирования, оплата и стимулирование труда и др.) и социальный аспект (показатели уровня жизни, здоровья, профессиональных и квалификационных качеств, сферы обслуживания и т.д.). Анализ приведенных выше показателей дает возможность детально изучить имеющийся кадровый потенциал и наметить пути его совершенствования.

Созданная в 1919 г. Международная организация труда (МОТ) в одной из первых принятых ею конвенций поставила вопрос об установлении систем бесплатных государственных бюро по занятости. Конвенция предусматривала также создание комитетов из представителей предпринимателей и трудящихся с целью оказания содействия бюро по занятости.

Основной обязанностью государственной службы занятости является обеспечение наилучшей возможности организации рынка труда в качестве неотъемлемой части национальной программы достижения и поддержания эффективной занятости, развития и использования человеческих ресурсов.

Служба занятости регистрирует ищущих работу, ведет учет их профессиональной квалификации, опыта и пожеланий, опрашивает их с целью подыскания им работы, в случае надобности производит проверку их физического состояния и профессиональной подготовки, оказывает им в соответствующих случаях содействие в получении профессиональной ориентации, подготовки и переобучения; собирает от предпринимателей сведения о вакантных должностях и о требованиях, которым должны удовлетворять нужные им работники; направляет на вакантные должности кандидатов с подходящей квалификацией и годных к труду по своему физическому состоянию.

В отличие от существующих международных стандартов департаменты Федеральной государственной службы занятости населения (в настоящее

время в России более 2,5 тыс. центров занятости) занимаются только пассивным сопровождением безработицы, более того, в соответствии с законом «О занятости населения в Российской Федерации» к числу занятых (!) относят обучающихся в общеобразовательных школах, профтехучилищах, вузах и прочих учебных заведениях. При этом их трудоустройство, как это ни парадоксально, вообще не входит в функции службы занятости. Другими словами, из управления занятостью выпадает такая важнейшая часть рыночных отношений общества, как образовательная система в каждом из регионов и в стране в целом.

Анализ деятельности региональной службы занятости населения за 1996-2000 гг. (на примере Калужской области) показывает, что потребности клиентов в профессиональном информировании, профессиональном консультировании и психологической поддержке из года в год продолжают возрастать.

Около трети безработной молодежи, зарегистрированной в службе занятости, — это выпускники школ, профессиональных училищ, средних специальных заведений вузов. Как показывает статистика, из предлагаемых молодежи специальностей учебными заведениями всех типов около 60% остаются невостребованными на современном рынке труда, в связи с чем более половины молодых специалистов, закончивших обучение, меняют профессии, не используя полученные профессиональные знания.

Проводимая среди учащихся общеобразовательных школ работа по профессиональной ориентации, как правило, не дает нужной отдачи из-за низкой эффективности профориентационной работы. За последние пять лет число ученических рабочих мест сократилось более чем на 20%. Количество ПТУ, в которых проходят профессиональную подготовку школьники, уменьшилось в два раза, на две трети сократилось число рабочих мест для их профессионального обучения и занятий произвольным трудом на предприятиях.

В сложившихся условиях большое значение приобретает целенаправленная профессиональная ориентация молодежи. Система профессиональной ориентации молодежи нуждается в дальнейшем совершенствовании прежде всего в части согласования профориентационных программ различных ведомств, объединения их усилий с целью повышения эффективности профориентационной работы. В большинстве регионов России проблемами профессиональной ориентации молодежи не занимаются ни в школах, ни в службах занятости. В то же время опыт Калужской области показывает, что вести эту работу в необходимом объеме можно только совместно со всеми заинтересованными министерствами и ведомствами, прежде всего с органами образования.

Исследовательская позиция автора перекликается с анализом европейской и американской традиций в профессиональной ориентации и консультировании: «Если сравнивать работу школьного психолога и профконсультанта службы занятости, то следует признать, что в школе гораздо больше возможностей для глубокой профориентационной работы с учащимися, тогда как в службе занятости сложнейшие проблемы самоопределения приходится решать в спешке и часто в очень прагматическом режиме».

Известно, что возникновение профессиональной ориентации связывают с появлением первого кабинета профориентации в 1903 г. в Страсбурге (Франция) и бюро по выбору профессий в Бостоне (США) в 1908 г. Работа этих первых профориентационных служб основывалась на известной «трехфакторной модели» Ф. Парсона, когда у претендента на те или иные профессии выявляли способности и психологические качества, соотносили их с требованиями профессий и уже на основании этого выдавали рекомендацию о пригодности или непригодности человека к данной профессии. Такая работа строилась на научной основе, но использование самой идеи соотнесения характеристик человека с профессией в качестве основного критерия появления профессиональной ориентации не убедительно. Известно, что проверка и отбор на те или иные виды труда в соответствии со способностями и качествами человека практиковались еще в середине третьего тысячелетия до нашей эры в Древнем Вавилоне, когда проводились испытания выпускников школ, где готовились писцы. В Древнем Китае уже существовала система проверки способностей лиц, желавших занять должности правительственных чиновников и др. К концу XIX — началу XX вв. сложилась необходимость развития специальных профориентационных служб, которые обслуживали бы множество людей и отвечали бы потребностям как претендентов на новые рабочие места, так и работодателей, предлагающих эти места и, что важно, готовых оплачивать профориентационные услуги. Но критерий появления профориентации, связанный с ростом и развитием крупной промышленности, является скорее социально-экономическим и не объясняет психологических причин возникновения проблемы профессионального самоопределения.

Если обратиться к опыту зарубежных стран, то, например, во Франции развитие профессиональной ориентации проходило через следующие основные этапы:

- в 20—40 гг. основной упор делался на непосредственное трудоустройство клиентов на работу;
- в 40—90 гг. профпригодность клиентов определялась с помощью психодиагностических тестов;
- с 90—х гг. преобладающим направлением работы стало воспитание у молодежи способности самой делать выбор.

Прогнозирование возможных путей развития профориентации и консультирования населения в России показывает, что следует ожидать аналогичного повторения основных этапов. В настоящее время, как показано в [5, 18—20], можно выделить три главных направления, по которым происходят изменения мира профессий:

1. Отмирание, исчезновение некоторых профессий. Это характерно для силовых структур, металлургии, химической промышленности, сельского хозяйства. Отмирают профессии ручного труда. На смену им приходят профессии операторского типа, связанные с комплексной механизацией и автоматизацией производства.
2. Ряд профессий обновляется по составу входящих в них действий и операций. Компьютеризация оказала свое воздействие и на процессы

школьного обучения, и на лечение больных, и на сферу обслуживания. И хотя функции профессии врача и учителя не изменились, реализация их на практике происходит по-другому: на базе *новой* техники и технологий. Это, в свою очередь, изменяет операциональный состав профессиональной деятельности. Достаточно динамично изменяются и требования, которые эти обновленные профессии предъявляют человеку. Кроме того, одно из последствий обновления технической базы выражается в том, что во многих профессиях появляются новые элементы. Пока трудно предвидеть, какие изменения произойдут в профессии учителя при расширении и углублении компьютеризации учебного процесса.

3. Появляются новые профессии, не имеющие аналогов в прошлом. Они возникают в тех отраслях промышленности, которые порождены научно-техническим прогрессом (например, в атомной энергетике, в химическом производстве, в разработке средств связи). Существенно изменяется деятельность юристов, экономистов, менеджеров различных уровней управления.

Перечисленные изменения в мире профессий должны учитываться в профессиональной ориентации и консультировании населения региональными службами занятости, школами и психологическими центрами. При этом следует учитывать, что, несмотря на значительное количество работ теоретико-методологического характера, научно-практический статус профориентации до сих пор не сложился. Развитие собственно системы профориентации в России в значительной степени определяется логикой мирового развития этого процесса: от дифференциально-диагностического подхода с использованием в основном психодиагностических тестовых методик к гуманистической парадигме, базирующейся на анализе жизненных ценностей, общей и профессиональной направленности клиентов, развития их «Я-концепции», адаптации к быстро меняющимся социально-экономическим условиям.

Психологическое профессиональное консультирование является составной частью психологии труда и эргономики и имеет свои принципы, задачи и методы.

Первый принцип профконсультирования — это осознанная свобода обращения клиента к консультанту. Задача консультанта — подвести клиента к возложению ответственности как за свои поступки, так и за выработанное совместно решение. При этом следует учитывать весь предыдущий жизненный опыт. В основе психологического профконсультирования помимо принципа «свободы выбора» лежит принцип индивидуальности. Принцип индивидуальности ориентирован на нормы и ценности клиента. Этот принцип подразумевает, что профконсультант во время своей работы должен ориентироваться не на социально принятые нормы и правила, а на те жизненные принципы и идеалы, носителями которых является клиент. Задача психолога-профконсультанта — помочь клиенту осознать свое истинное «Я» и в принятии решения исходить из своих способностей и возможностей.

Следующий принцип профконсультирования — это социальная интегрированность личности, т.е. соотнесение желания клиента с потребностями общества. Длительное, периодическое состояние безработицы с угнетающим чувством неуверенности в будущем в огромной степени увеличивает лично-

стную напряженность. Само собой разумеется, что душевный покой, здоровье человека и социальное устройство находятся в тесной взаимозависимости, определяя полноценное развитие личности. Задача психолога-профконсультанта — помочь клиенту на интрапсихическом уровне упорядочить, согласовать, соизмерить свои запросы и привести их в иерархически организованную систему, обеспечивающую достижение поставленной цели. В то же время следует освободить клиента от возможного чувства неполноценности, способного возникнуть и развиться на диссонансе реальных возможностей и потребностей. Здесь профконсультанту особое внимание следует обратить на существование крайне выраженной склонности клиента переносить свою проблему вовне, например винить в своих бедах кого-то из окружающих, или, наоборот, брать всю «вину» на себя, т.к. любая попытка разрешить свою проблему за счет других, равно как и полное подавление своей личности, не дают возможности реального выхода из сложившейся ситуации.

Одним из *важнейших принципов* консультирования является принцип эмпатийного консультирования, когда консультант проникается состоянием, чувствами своего клиента. Именно в процессе такой деятельности возникают взаимное понимание, воздействие консультанта на клиента, складываются доверительные отношения между ними. Эмпатия — это понимание в общем плане, а инструментами ее установления могут быть специфические способы как вербального, так и невербального общения.

В практике психологического профессионального консультирования существует несколько сложившихся подходов, образующих самостоятельные направления, и профессионализм профконсультанта заключается не в умении следовать одному из выбранных направлений, а умело сочетать в своей работе необходимые этапы различных подходов (бихевиорального, гуманистического, психологического и др.).

Анализ данных, полученных на основе известных опросников «Ориентация», «Дифференциально-диагностических опросников — ДДО» на выборке более 500 безработных (16—29 лет), позволил выявить динамику изменений профессиональных предпочтений («хочу»), их профессиональную квалификацию («могу») и осуществить объективный анализ ситуации на рынке труда («надо»). Профцентры и кадровые агентства должны оказывать своим клиентам широкий спектр профориентационных услуг, направленных на согласование индивидуальных «хочу» и «могу» с актуальной ситуацией на рынке труда («надо»).

Основные проблемы, которые приводят молодежь (16—29 лет) на профконсультирование, могут быть сгруппированы так:

1) выбор профессии затруднен из-за отсутствия выраженных склонностей и способностей;

2) трудность вызвана тем, что интересы, склонности и способности к разным видам деятельности оказываются равновыраженными и неясно, чему отдать предпочтение;

3) наблюдается расхождение между областью профессиональных интересов и тем, что им рекомендует ближайшее окружение (референтная группа). Изучение основных трудностей профессионального самоопределения

самой многочисленной на региональном рынке труда категории молодых безработных показало низкий уровень развития у них самосознания [21, 22].

В исследовании использовалась методика свободных самоописаний с целью выявления номинальных шкал, имеющих большое значение для изучения самосознания. Использовались две модификации. Первая — методика «Кто Я?» как описание содержательной стороны «Я-образа». Результаты позволяют проанализировать когнитивный компонент самосознания с учетом того, что шкалы самоотношения — интегральные характеристики направленности (на внешнее окружение, на себя), а также шкалы общего эмпатического потенциала и волевой сферы личности. Процедура заключалась в предъявлении инструкции, в соответствии с которой необходимо было написать десять фраз или определений, наиболее точно характеризующих учащегося, т.е. самого себя. Далее испытуемым предлагалось проранжировать данные высказываний от наиболее значимых (оценка 1 балл) до наименее значимых (оценка 10 баллов). Этот прием позволил наиболее объективно интерпретировать результаты. С целью стандартизации тестов использовалась следующая шкала:

1. Личностная значимость самоутверждения.
2. Уровень профессиональных притязаний.
3. Досуговая ориентация.
4. Определение своей жизненной позиции.
5. Место профессии в будущем.
6. Ценностная значимость материального благополучия.
7. Ценностная значимость творчества.
8. Ценностная значимость престижа.

Второй модификацией методики свободного самоописания являлась методика «Что я знаю о выбираемой мной профессии?». Данная методика позволила сравнить представление индивида о самом себе, «образ Я» и ситуативное представление о себе в контексте мира профессий — «образ профессии». «Образ Я» и «образ профессии» являются центральными составляющими, которые определяют формирование у индивида образа его будущего, выполняют основную регулирующую функцию в процессе формирования профессионального самосознания. Процедура исследования заключалась в написании десяти фраз и их ранжировании. В основе анализа лежит классификация признаков труда по Климову Е. А. [182].

Опираясь на эту классификацию, были выделены факторы, с помощью которых описывается «образ профессии»:

1. Значимость профессии как средства самореализации.
2. Общественная ценность профессии как результата труда.
3. Профессиональная информированность.
4. Материальная ориентация.
5. Личная ценность результата труда.
6. Профессиональное общение.
7. Способы профессиональной деятельности.
8. Режимы труда.
9. Технология труда.

Для выявления содержания «образа Я» и «образа профессии» использовалась специальная процедура — модификация техники репертуарных решеток Дж. Келли (G. Kelly). Верхние уровни иерархической системы конструкторов занимают более устойчивые, а нижние — более изменчивые конструкторы. Первый этап работы с тестом Келли состоял в выявлении конструкторов. Испытуемым предоставлялась следующая инструкция:

«Перед вами находится список элементов:

1. Твой одноклассник, к которому ты хорошо относишься.
2. Твой одноклассник, к которому ты относишься нейтрально.
3. Твой одноклассник, к которому ты относишься отрицательно.
4. Знакомый сверстник (но не одноклассник), к которому ты относишься хорошо.
5. Знакомый сверстник (но не одноклассник), к которому ты относишься нейтрально.
6. Знакомый сверстник (но не одноклассник), к которому ты относишься отрицательно.
7. Знакомый взрослый, к которому ты относишься хорошо.
8. Знакомый взрослый, к которому ты относишься нейтрально.
9. Знакомый взрослый, к которому ты относишься отрицательно.

В данном списке необходимо наметить 9 конкретных знакомых людей, которые соответствуют предложенным условиям, причем это должны быть люди, которые уже нашли свое профессиональное призвание».

Затем испытуемым предоставлялся второй список, где те же персонажи зашифрованы номерами, шесть раз по три. В каждой из шести триад следовало определить двух людей (персонажей), которые похожи друг на друга, но не похожи на третьего. Этого третьего необходимо обвести кружком. После этого в каждой графе «качество-сходство» определялось качество, по которому они сходны. В графе «качество-различие» отмечалось качество, которым обладает третий человек. Ориентироваться следовало на более важные качества, которые помогли этим людям в их профессиональном выборе.

Следующий этап тестирования — оценка качеств. Инструкция испытуемому: «Справа расположено 9 персонажей. На пересечении определенного ряда (качество) и определенного столбца (человек) количественно оцените выраженность всех свойств у всех своих знакомых. В каждом ряду следует выбрать одно либо качество-сходство, либо качество-различие и оценить по нему персонажи в баллах от 0 (качество полностью отсутствует) до 10 (максимально выражено). При оценке следует использовать все числа от 0 до 10».

В результате обработки на основе приписывания испытуемым наиболее выраженных качеств получены показатели профессиональной информированности учащихся и выделены шкалы, характеризующие факторы, влияющие на профессиональный выбор молодежи.

Отметим, что наблюдается поиск альтернатив выбора, мир профессии рассматривается как система общих ценностей, и гипотетические настроения субъекта в отношении будущего выбора связаны с рассмотрением личной значимости отдельных сторон профессии.

Для юношей (N=277 человек) преобладают в структуре обобщенного об-

раза профессий представления общего ценностного характера, имеющие отношение к формированию альтернатив выбора (выше оцениваются интеллектуальные качества). У девушек (N=302 человека) преобладают в качестве факторов, определяющих значимость выбора, профессии эмоционально-волевой сферы, а также такие деловые качества, как аккуратность, организованность и ответственность.

Расхождение между «идеальным» и «реальным Я» говорит о достаточной развитости испытуемых в интеллектуальном плане, так как приписывание себе тех свойств, которыми индивид обладает, и тех, которыми он хотел бы обладать, является движущей силой изменения профессионального самосознания.

Показатели изучения ценностных ориентации дают возможность судить о динамике тех или иных ценностей в системе представлений о себе при развитии «Я» из настоящего в будущее.

Это достигается при соотнесении шкал, характеризующих наличие реальных и идеальных ориентации. При сравнении идеальных и реальных показателей можно судить об изменении во времени различных по значимости ценностных ориентации.

Терминальные ценности в идеале и в реальности имеют незначительные расхождения, а инструментальные ценности более вариативны, так как ценности-цели являются в большей степени значимыми для ближайшего будущего в ситуации профессионального самоопределения. Интересно отметить, что согласованность мнений у школьников выше, чем у студентов (меньше разброс значений показателей по шкалам). Иерархии ценностных ориентации студентов и школьников не совпадают: идеалы школьников более романтичны, студенты более прагматичны и ориентированы на материально обеспеченную жизнь и удовольствия.

Можно сделать вывод о том, что с помощью таких компонентов, как самооценка, ценностные ориентации, самоуважение, возможно судить о степени сформированности профессионального самосознания, о ситуации, когда одно состояние с помощью процессов познания необходимо перевести в другое состояние, наиболее значимое в профессиональном самоопределении: формирование профессионально важных качеств. В контексте этой проблемы основной задачей является актуализация процессов самоанализа и самооценки путем моделирования своего будущего в отношении лично-значимых ценностей, что вызовет потребность в дополнительной информации, которая может выступить средством реализации этих ценностей. Расхождение между завышенной самооценкой и средним значением по шкале самоуважения доказывает, что самоуважение выступает как интегральный результат самооценки.

Как юноши, так и девушки больше ориентируются на свои нравственные качества и в меньшей мере осознают выраженность качеств, наличие которых необходимо для овладения той или иной профессией; у взрослых наблюдается обратная тенденция.

Интересная закономерность обнаружена у выпускников школ за последние три года (всего проанкетировано 579 учащихся 25 школ г. Калуги), данные сведены в таблицу 10.

Таблица 10
Данные анкетного опроса выпускников 1999–2000 гг.

№ п/п	Содержание вопросов	Количество	Процентное соотношение
1	Ориентация на физико-математические специальности	119	20,5%
2	Ориентация на естественно-научные специальности	148	25,6%
3	Ориентация на гуманитарные специальности	312	53,9%
4	Желание обучаться в государственных вузах	306	52,8%
5	Желание обучаться в негосударственных вузах	273	47,2%
6	Ориентация на получение специальности:		
	— инженера	113	19,5 %
	— учителя	206	35,6%
	— юриста	73	12,6%
	— менеджера	28	4,8%
	— экономиста	69	12,0%
	— психолога	61	10,5%
	— бухгалтера	23	4,0%
	— журналиста	6	1,0%

Эти данные свидетельствуют о динамике конъюнктуры специальностей, которая сложилась стихийно на рынке образовательных услуг вузов Калужской области (ведущие из них: КФ МГТУ, КГПУ, КФ ТСХА, ОИАТЭ, Филиал СЗАГС, КФ МГЭИ и некоторые другие). Обращает на себя внимание тенденция к получению высшего гуманитарного образования (53,9%), «мода» на такие специальности, как учитель (35,6%), инженер (19,5%), юрист (12,6%), психолог (10,5%) и другие, в то время как востребованными на региональном рынке труда, по данным исследования, в 2001–2006 гг. могут оказаться совсем другие специальности. При этом в основе выбора вуза чаще всего лежат такие прагматичные критерии, как ориентация на получение «высшего образования вообще», легкость поступления, стоимость обучения, возможность трудоустройства не столько по специальности, сколько «по протекции» и т.д.

Сложившаяся ситуация без реализации программы маркетинга образовательных услуг и управления занятостью выпускников может привести к нежелательным колебаниям соотношения спроса и предложения высококвалифицированных кадров, проявляющимся в чередовании относительного избытка и нехватки труда определенной квалификации.

Разнообразие каналов финансирования, конкуренция в сфере образовательных услуг более всего необходимы для массовых профессий, обслуживающего персонала, отдельных категорий служащих, потребность в которых довольно велика. Что касается подготовки высококвалифицированных работников, то здесь конкуренция может состоять лишь в борьбе вузов за право готовить те категории специалистов, которые могут быть востребованы. Государственное ограничение выпуска специалистов отменить нельзя, по-

тому что при их трудоустройстве пока не работает конкуренция качества подготовки, уровня знаний, она подавлена сложившейся у нас системой протекционизма (начиная от поступления в вуз и заканчивая приемом на работу).

Одной из перспективных задач прогнозирования должна стать работа по совершенствованию государственной подготовки и сертификации специальностей высшего образования, приближенной к аналогичным системам развитых стран с целью создания интегрированной международной образовательной системы.

Важнейшим показателем качества функционирования как государственных, так и негосударственных учреждений высшего профессионального образования, на взгляд автора, должна стать помимо спектра реализуемых образовательных программ отсутствующая на сегодняшний день критериальная система оценки конкурентоспособности и трудоустройства выпускников.

Реализация функций маркетинга образовательных услуг требует проведения маркетинговых исследований конъюнктуры спроса на рынке труда по следующим направлениям:

- мониторинг спроса на специалистов: анкетирование на крупных и средних предприятиях, в техникумах, школах с целью выявления потребности в специалистах, требований к выпускникам, выбранных направлений профессиональной подготовки и т.д.;
- выявление целевых сегментов потенциальных потребителей образовательных услуг, их типология, ранжирование по приоритетным направлениям;
- выявление мотивации и эластичности предъявляемого спроса с помощью анкетирования абитуриентов, учащихся школ и техникумов;
- сегментация по признакам, определяющим степень заинтересованности будущих абитуриентов в образовательных услугах в отношении ассортимента образовательных продуктов, уровня их качества и т.п.;
- анализ потенциальной емкости рынка труда и прогноз ее изменения, в первую очередь в отношении территориального рынка образовательных услуг (рождаемости, общего выпуска специалистов и общей потребности и т.д.);
- анализ востребованности выпускников в разрезе выпускающих специальностей с помощью анкетирования выпускников и студентов старших курсов о практической значимости учебных дисциплин, о проблемах трудоустройства.

Среди основных путей и средств решения маркетинговых проблем вуза, реализации стратегии и достижения выбранных целей были отмечены такие: обновление специальностей (52,2%); обновление специализаций (39,1%); открытие новых специальностей (8,7%); соответствие требованиям государственных стандартов и органов управления высшей школой (95,7%); комплексный подход, многоуровневая структура подготовки (82,6%); необходимость создания специализированной маркетинговой службы вуза (60,8%).

Анализ рынка образовательных услуг свидетельствует как о неравномерности формирования его сегментов, так и о разных маркетинговых страте-

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

гиях, используемых учебными заведениями, для которых характерно взаимодействие относительного спроса и относительного предложения, то есть наличие определенного лага между изменениями в спросе на характер образовательных услуг и замедленной реакцией предложений.

Отдельные вузы, как например КГПУ, КФ СЗАГС, КФ ТСХА и другие, открывая новые специальности, не имеют для этого соответствующих кадровой и материальной баз, не прогнозируют качество подготовки по ним специалистов. Поэтому, как показал опрос работодателей, диплома психолога, менеджера или юриста, окончившего, например педуниверситет, **не** будет котироваться на рынке труда.

Примером ведомственной маркетинговой стратегии является поведение на региональном рынке Калужского филиала Международной академии туризма и Обнинского института атомной энергетики с правильной сегментацией рынка, не выходя за ведомственные рамки, что делает стабильным спрос на специалистов данных вузов.

Характер регионального рынка образовательных услуг приобретает более четкие границы, если уменьшается лаг между спросом и предложением. Возникает вопрос, насколько профиль предлагаемых вузами специальностей и количество подготавливаемых специалистов соответствует потребностям региональной экономики. Чтобы выяснить это, была собрана и проанализирована статистика по каждой из специальностей, предлагаемых вузами на рынке. В качестве наиболее престижных в массовом сознании устойчиво закрепились такие специальности, как юрист, экономист, менеджер, психолог. Именно они имеют спрос среди абитуриентов, **и** на их подготовку сориентирована большая часть высших учебных заведений региона. Анализ статистического маркетингового и социологического материала позволил выделить 16 наиболее перспективных для Калужской области специальностей, составить их рейтинг и сравнить его с потребностями работодателей.

Выявлено и мнение руководителей предприятий и учреждений области о спросе на данных специалистов на рынке труда региона и на конкретных предприятиях (см. таблицы 12, 13).

Отмечено противоречивое отношение работодателей к такой новой не только для региона, но **и** для России в целом специальности [22], как экономическая психология. Большинство респондентов (58,7%) считают подготовку подобных специалистов в Калужском государственном педагогическом университете им. К.Э. Циолковского невозможной, т.к. в этом вузе нет таких экономических кафедр, как «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансовый менеджмент», и других, что затрудняет подготовку специалистов данного профиля. В то же время работодатели считают удачным сочетание экономиста и психолога в одной специальности **и** прогнозируют спрос на нее в ближайшие пять лет.

Анализ таблиц 12 и 13 показывает, что возвращается спрос на инженерно-технические специальности, на специалистов в области информационных и компьютерных технологий, на программистов. В рейтинге работодателей инженерно-технические специальности и спрос на них в ближайшей пятилетке твердо занимают лидирующие позиции.

Таблица 12

Рейтинг специальностей в зависимости от их востребованности на региональном рынке труда
(% от числа ответивших)

№ п/п	Какие специалисты пользуются спросом на рынке труда	Спрос сегодня		Потребность через 5 лет	
		%	Ранг	%	Ранг
1.	Юристы	44,5	1	18,0	2
2.	Экономисты	40,6	2	13,5	4
3.	Программисты, специалисты по компьютерной технике	18,0	3	11,8	5
4.	Инженерно-технические специалисты	18,0	3	40,6	1
5.	Менеджеры	17,9	4	14,4	3
6.	Психологи	7,4	5	5,9	6
7.	Маркетологи	4,2	6	6,6	5
8.	Специалисты по рекламе	3,8	7	4,2	9
9.	Медработники	3,6	8	5,1	7
10.	Учителя	2,5	9	4,9	8
11.	Социологи	1,7	10	2,3	12
12.	Профессиональные переводчики (лингвисты)	1,3	11	3,6	10
13.	Специалисты по связям с общественностью	1,0	12	1,0	12
14.	Социальные работники	1,0	13	1,0	13
15.	Дизайнеры	1,0	14	1,0	14
16.	Журналисты	0,6	15	2,5	11

Следует отметить, что эксперты всех 36 крупных предприятий области продемонстрировали ориентацию на выпускников не только местных, но и центральных вузов, при этом высказывалось мнение о возрастании требований к качеству подготовки специалистов, которые должны иметь не только узкоспециальную подготовку, но и основательно владеть психологическими, экономическими и юридическими знаниями.

По результатам анкетирования и интервьюирования был сделан вывод, что экономическое образование и педагогическая подготовка занимают в регионе ведущие позиции на рынке образовательных услуг, однако в ближайшей пятилетке ситуация может измениться, поскольку наиболее высокий процент от всех выпускников, зарегистрированных в службе занятости населения в качестве безработных, составляют именно специалисты с высшим экономическим и педагогическим образованием.

Экспертами была отмечена также все более усиливающаяся в современных условиях необходимость управления занятостью на региональном рынке труда, которая способствует:

- 1) распределению и размещению трудовых ресурсов путем децентрализованного регулирования;
- 2) осуществлению политики макроэкономической стабилизации в регионе;

Таблица 13

Мнение потенциальных работодателей о том, какие специалисты требуются на их предприятиях (% от числа ответивших)

№ п/п	Какие специалисты пользуются спросом на рынке труда	Спрос сегодня		Потребность через 5 лет	
		%	Ранг	%	Ранг
1.	Программисты, специалисты по компьютерной технике	69,6	1	40,6	1
2.	Инженерно-технические специалисты	58,7	2	34,8	2
3.	Экономисты	52,2	3	18,6	3
4.	Менеджеры, организаторы производства	45,6	4	16,0	5
5.	Психологи	41,3	5	17,0	4
6.	Юристы	34,8	6	13,0	7
7.	Специалисты по связям с общественностью	23,9	7	11,6	8
8.	Коммерсанты, менеджеры по продажам	22,0	8	14,0	6
9.	Менеджеры по работе с персоналом	20,3	9	10,8	9
10.	Проф. переводчики (лингвисты)	15,6	10	4,7	12
11.	Социологи	13,8	11	7,4	10
12.	Дизайнеры	12,3	12	6,4	11
13.	Медработники	9,5	13	3,1	13
14.	Журналисты	6,6	14	6,6	11
15.	Учителя	3,1	15	1,4	14
16.	Социальные работники	1,4	16	1,4	14

- 3) осуществлению распределения и перераспределения региональных доходов путем введения местных налогов;
- 4) влиянию на правовые основы, учитывающие особенности функционирования регионального рынка труда;
- 5) осуществлению развития муниципального сектора экономики (расширяя или сужая его границы);
- 6) развитию региональной рыночной инфраструктуры и созданию сети кадровых агентств.

Основным недостатком деятельности вузов, службы занятости и работодателей на региональном рынке труда являются, по мнению специалистов, ведомственная разобщенность, отсутствие координации усилий по созданию действующей программы управления занятостью высококвалифицированных специалистов.

Решение проблемы управления занятостью высококвалифицированных кадров как на региональных рынках, так и в России в целом потребует от Министерства труда и социального развития и Министерства образования принятия экстренных мер по квотированию вузов на ведущих предприятиях и в организациях (учреждениях), а также целевого субсидирования потенциальных работодателей.

В условиях отсутствия системы трудоустройства выпускников конкретного вузу необходимо учиться прогнозировать спрос на специалистов того или иного профиля как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде и отвечать на него изменениями в учебных планах и программах.

Потенциальным работодателям следует расширить практику заключения договоров о совместной деятельности с вузами по подготовке специалистов для предприятий. В договорах необходимо предусматривать оплату за обучение и выделение средств для улучшения материально-технической и исследовательской базы вузов.

Служба занятости населения и кадровые агентства должны стать координаторами и организаторами связи между высшими учебными заведениями и конкретными работодателями, при этом деятельность департаментов Федеральной государственной службы занятости на рынке труда не должна ограничиваться только сопровождением безработицы; ее следует профессионально переориентировать с пассивных мер поддержания дохода безработных на активное удовлетворение спроса работодателей и создание действующих программ регионального управления занятостью выпускников.

В связи с этим акценты в региональной системе управления занятостью должны быть перенесены от констатации и работы с безработными на меры по предупреждению безработицы. К ним, прежде всего, можно отнести воздействие профессионально-квалификационный и образовательный уровни населения. Для этого должен быть обеспечен сбор необходимых сведений от всех департаментов: от департамента образования — информация о выпускниках, от отраслевых департаментов — информация о структурных изменениях в экономике.

Экономико-психологическое обеспечение рациональной структуры занятости может быть осуществлено при учете целого ряда факторов, которые представлены на рисунке 16.

Среди факторов, детерминирующих рациональную занятость населения особое место в предложении рабочей силы на рынке труда играют миграционные процессы, при этом в наших исследованиях рассмотрены социокультурные и этнопсихологические следствия миграционных процессов [335].

Данное исследование выполнено по гранту РГНФ №02-06-00426а/ц.

На переломе тысячелетий в России возникла достаточно сложная политическая, экономическая, социальная и экологическая ситуация, которая стала угрозой ее национальным интересам и безопасности. Следствием скоротечных процессов после распада СССР на искусственные национально-территориальные формирования можно считать угрозу выживанию всего социума населяющего постсоветское пространство, при этом под угрозой находится человек, семья и общество, их права, свободы и гарантии развития.

Сырьевая специализация, крайне низкая оплата труда, ничтожное финансирование образования и науки, вывоз капитала, «утечка мозгов», вымывание национального дохода через обслуживание внешнего долга, утрата суверенитета в проведении экономической политики — все это далеко не полный перечень итогов взаимовлияния глобальных и локальных процессов, происходящих в России.

Реализация интересов безопасности России, как и любого другого госу-



Рис. 16. Факторы, детерминирующие рациональную занятость

дарства, связана с аномией и институционализацией в контексте всего спектра проблем взаимовлияния глобальных и локальных процессов.

Аномия — состояние общества, в котором те или иные области социальной жизни, типы социальных отношений и поведения людей выпадают из сферы нормативного регулирования со стороны общества вследствие отсутствия необходимых для этого норм или в котором значительная часть граждан не считает нужным следовать существующим нормам, не признает их обязательными для себя. Аномия фиксирует разрыв между целями и ожиданиями, одобряемыми в обществе, с одной стороны, и реальными средствами их реализации — с другой. В этом смысле аномия противостоит институционализации. Коллизия этих социальных феноменов характерна для всей истории общества, однако в современном Российском обществе, втянутом в процесс глобализации, она ощущается особенно остро. Основные признаки глобализации — невероятно возросшая роль безличных транснациональных экономических институтов как субъектов социально-экономических процессов и финансовых инструментов как средств управления этими процессами во всемирном масштабе. Интернет и глобальное телевидение, всеобщая взаимозависимость и унификация, стирание межкультурных различий и деперсонализация связаны с конфликтом двух тенденций — тенденции к максимальной институционализации общественной жизни и обратной ей тенденции к усилению анемических проявлений в обществе. Процессы глобализации находят отчасти свое выражение, отчасти свою оппозицию в развивающихся одновременно процессах локализации социума, регионализации общества. Одним из важнейших проявлений этого двойственного и противоречивого процесса служит миграция населения, следствием которой, в свою очередь, становятся изменения в этнополитических отношениях, в этнопсихологии населения регионов, в состоянии их экономической и информационной безопасности, в отношениях межличностного общения и массовой коммуникации. Усиление аномии в обществе, как на общесо-

циальном, так и на локальном, региональном уровне, ведет к деинституционализации социальных образований и моделей поведения, к эрозии институциональных структур, в том числе властных структур, обостряет проблемы экономической и информационной безопасности регионов.

Поиск решения проблемы обеспечения национальной безопасности России тесно связан с проблемами аномии и институционализации и заключается в необходимости решения на глобальном и локальном уровнях как минимум следующих задач, связанных с миграционными процессами:

1. Обеспечение положительного сальдо миграции в целом по России;
2. Обеспечение положительного сальдо в регионах и особенно в сельской местности;
3. Прекращение оттока интеллектуальной собственности и «утечки мозгов» за рубеж;
4. Регулирование временной неучтенной миграции, особенно той, которая наносит ущерб национальной безопасности и связана с криминалом;
5. Содействие этнокультурной адаптации мигрантов;
6. Обеспечение равных прав на получение высшего и среднего специального образования коренному населению и мигрантам, особенно по престижным и востребованным на рынке труда профессиям.

Две последние задачи и механизмы их решения рассмотрим на примере двух учебных заведений: профессионального лицея №34 (г. Таруса, Калужской области) и Калужского филиала Московского гуманитарно-экономического института.

Опрос работодателей и специалистов-экспертов высшего и среднего специального образования, проведенный на 2-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии (г. Калуга, 21—23 июня 2002 года), всего было опрошено 134 эксперта (36 работодателей и 98 специалистов), дал следующие прогнозные данные о востребованности специалистов в 2005 году на региональном рынке труда (таблица 14).

Как следует из таблицы 14 одной из фундаментальных проблем обучения специалистов в системе среднего специального и высшего образования является проблема формирования готовности к труду [3].

Проблема профессиональной готовности будущего специалиста и условия ее формирования нашла широкое отражение в комплексных междисциплинарных исследованиях. К исследованию этой проблемы в различное время с различных позиций обращались К.М. Гуревич, М.И. Дьяченко, Л.А. Кандыбович, Г.В. Ложкин, В.В. Новиков, В.В. Спасенников и др.

Необходимость исследования этой проблемы обуславливается еще и тем, что она относится к фундаментальным проблемам комплексного изучения человека.

В диссертации Г.А. Заболотина [146] выделено пять этапов формирования профессиональной готовности специалистов.

Первый этап (конец XIX в. — начало XX в.) — разработка вопросов готовности с позиции теории рефлексов и установки.

Второй этап (20—40-е годы XX в.) — разработка вопросов нейрофизиологических механизмов регуляции и саморегуляции поведения.

Таблица 14

Прогноз востребованности специалистов на 2003—2005 гг. (рейтинговые данные)

№ п/п	Профессии, требующие высшего образования	Кол-во выборов	%	Профессии, требующие среднего специального образования	Кол-во выборов	%
1.	Инженеры и специалисты по информационным технологиям	354	68,8	Секретари-референты	64	47,7
2.	Финансы и кредит (экономисты)	64	38,1	Кондитеры и повара	47	35,1
3.	Бухгалтерский учет, анализ и аудит (бухгалтера)	63	35,2	Мебельщики	36	26,8
4.	Менеджеры организаторы производства	61	34,1	Столяры	35	26,5
5.	Менеджеры по управлению персоналом (психологи)	58	29,5	Дизайнеры	31	23,1
6.	Учителя разных специальностей	55	24,9	Механизаторы	15	11,2
7.	Юристы разных специальностей	53	23,2	Трактористы — машинисты	14	10,9
8.	Психологи (экономическая психология, юридическая психология)	16	6,4	Резчики по дереву	12	8,9
9.	Маркетологи	11	6,2	Швеи — мотористки	11	7,8
10.	Специалисты по связям с общественностью	9	6,1	Вышивальщицы	11	7,8
11.	Журналисты	7	5,9	Закройщики	9	6,9
12.	Клинические психологи и социальные работники	5	5,7	Водители категории «С»	8	6,6

* Примечание: каждый эксперт отмечал в анкете по три наиболее необходимых на рынке труда в 2003—2005 гг. специальности.

Третий этап (40-60-е годы XX в.) — изучение вопросов готовности с позиции теории деятельности на уровне физиологических и психологических механизмов.

Четвертый этап (60-80-е годы XX в.) — разработка вопросов психологической готовности и педагогических условий ее формирования на различных этапах профессиональной подготовки.

Пятый этап (80-е годы XX в. — по настоящее время) — характеризуется комплексным подходом к изучению готовности к деятельности с учетом эргономической, психологической и педагогической составляющей.

Формирование профессионально готовности специалистов к труду на основе разрабатываемого нами *экономико-психологического подхода* к управлению обществом включает совокупность людей и отношений между ними во множестве социальных объектов.

Каковы эти цели для социальных объектов всех трех сфер организации общества и каким образом сформировать соответствующий механизм их дос-

тижения (на антропосоциальной основе) является предметом стратегического менеджмента на макро-, мезо- и микроуровнях управления, с учетом психологических проблем взаимовлияния глобальных и локальных процессов.

Согласно статистическим данным ФМС от 31.03.2001г. №719 среди Центральных регионов РФ Калужская область входит в число лидирующих по приему вынужденных переселенцев. Реальное же количество вынужденных переселенцев, проживающих в Калужской области и особенно в Тарусском районе, значительно превышает эти данные (в одном только профессиональном лицее №34 дети вынужденных переселенцев составляют 19,3% от общей численности обучающегося контингента).

Использованные в системе управления образованием методы декомпозиции глобальных целей и формирования мотивационного механизма достижения целей (на базе квалиметрических измерений уровня их достижения как конечных результатов деятельности педагогов и учащихся) являются принципиальным решением проблем стратегического менеджмента на мезо- и микроуровневом управлении. Такое решение во многом обусловлено применением достижений квалиметрии как области знаний о количественной оценке качественных явлений.

Рассмотрим один из вариантов институализации в контексте миграционных процессов на примере исследования закономерностей этнической адаптации студентов профессионального лицея №34 (г. Таруса) с учетом обеспечения экономической безопасности региона в целом и Тарусского района в частности.

Как показывают наши исследования, с одной стороны, необходимость содействия этнокультурной адаптации мигрантов не вызывает сомнения, а с другой — угрозу экономической безопасности региона может представлять в условиях профессионального лицея массовое освоение мигрантами высокооплачиваемых и востребованных в сфере малого бизнеса специальностей с учетом трансформации терминальных и инструментальных ценностей на постсоветском пространстве.

Советский период характеризовался тем, что воспитательные задачи решались во многом на основе директив сверху, без достаточного научного обоснования, без учета этнических особенностей обучающихся.

Доперестроечная система образования получила, как известно, определенный государственный и частично общественный заказ, воплощенный в целях и задачах идейно-политического, нравственного, эстетического, физического, военно-патриотического характера. Этим обуславливались формы и методы воспитательно-образовательной работы, в том числе работы управленческих кадров. Нельзя не признать, что в распоряжении педагогов была пусть догматичная, но целостная концепция воспитательно-образовательного процесса.

Однако что касается обучения мигрантов, то как в советский период, так и в условиях переходной рыночной экономики не сложилось научно обоснованной системы психологической поддержки профподготовки.

С учетом трансформации ценностей в постсоветский период нами были исследованы инструментальные и терминальные ценности студентов 16

учебно-профессиональных групп ПТУ №34 (г. Таруса) по методике Рокича (Rokich) (всего 321 человек) в возрасте 15—18 лет. Среди них 62 мигранта: русские, адыгейцы, азербайджанцы, армяне, украинцы и чеченцы.

Результаты исследования по методике Рокича (Rokich) (методике определения ценностных ориентации личности), подходы к обработке, интерпретации и объективизации данных получены на основе рекомендаций изложенных в работах.

Методика дает возможность определить индивидуальную и групповую направленность обследуемых лиц на те или иные общечеловеческие ценности, цели и средства жизнедеятельности, выявить степень их значимости для человека и общую установку на определенный тип поведения (иждивенческий, потребительский, деятельностный, творческий).

Процедура обследования занимает 30 минут и заключается в следующем. Либо на бланках, либо на больших плакатах обследуемым предлагался перечень ценностей, которые разделены на две группы по 10 наименований в каждой. Первую группу составляют так называемые ценности-цели, на которые люди ориентируются в своей жизнедеятельности (терминальные ценности), а другую группу — ценности-средства (инструментальные ценности), с помощью которых предполагается достижение терминальных ценностей. Задача обследуемого заключается в ранжировании ценностей в зависимости от их значимости для него.

Инструкция к методике: «Внимательно прочитайте все предлагаемые вам на бланках (плакатах) наименования ценностей. Расположите порядковые номера этих ценностей на листке бумаги в порядке предпочтения, сначала I группу, затем II группу».

Наряду с вышеизложенным групповым способом проведения данной методики нами реализован и индивидуальный вариант, когда наименования ценностей представлены на карточках из плотной бумаги 100x50 мм и задача обследуемого сводилась к расположению этих карточек на столе в порядке предпочтения.

Анализ получаемых в результате обследования данных носит в основном качественный характер и заключается в определении доминирующей направленности ценностных ориентации мигрантов и жизненной позиции по критериям уровня вовлеченности, с одной стороны, в сферу труда, а с другой — в бытовую и досуговую активность (превалирующая ориентация на работу, общение, материальную обеспеченность, быт, на здоровье, комфорт, удовольствия, активная профессионально-творческая ориентация, стремление к самовыражению, ориентация на духовные ценности, на сферу физического, эстетического, познавательного развития).

Интересно заметить, что если по шкале ценностей-целей у коренного населения и мигрантов фактически нет расхождений, приоритетами являются здоровье, материально обеспеченная жизнь, активная деятельность, интересная работа, любовь, общественное признание, возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры и интеллектуального развития и т.д., то по шкале инструментальных ценностей — личностных черт, имеются существенные различия (таблица 15).

Таблица 15
Шкала ценностей – личностных черт обучаемых

Ценностные цели	Коренное население	Мигранты
Аккуратность (чистоплотность) (умение содержать в порядке вещи, порядок в делах)	7	13
Воспитанность (хорошие манеры)	8	5
Высокие запросы (высокие требования к жизни и высокие притязания)	11	18
Жизнерадостность (чувство юмора)	16	10
Исполнительность (дисциплинированность)	10	15
Независимость (способность действовать самостоятельно, решительно)	15	11
Непримиримость к недостаткам в себе и в других	14	17
Образованность (широта знаний, высокая общая культура)	6	1
Ответственность (чувство долга, умение держать слово)	9	3
Рационализм (умение здраво и логично мыслить, принимать обдуманные рациональные решения)	2	6
Самоконтроль (сдержанность, самодисциплина)	4	9
Смелость в отстаивании своего мнения, своих взглядов	5	16
Твердая воля (умение настоять на своем, не отступать перед трудностями)	1	7
Терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)	12	12
Честность (правдивость, искренность)	13	2
Чуткость (заботливость)	18	14
Широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки)	17	4
Эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе)	3	8

Таблица 16
Мотивация выбора профессии

Специальности	Коренные жители (ориентированы на знания и умения)	Мигранты (ориентированы на высокие доходы)
Дизайнер	++	+++
Резчик по дереву	+++	+
Художник по камню	+++	++
Механизаторы	+++	+
Швей-мотористки	++	+
Вышивальщицы	+++	++

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

Как видно из таблицы 15, у коренного населения ценятся в первую очередь такие качества, как рационализм (умение логично мыслить, принимать обдуманные решения), твердая воля (умение не отступать перед трудностями), эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе) и т.д., в то время как мигранты ставят перед собой цель стать более образованными, повысить общую культуру, ценят честность и правдивость, доверие, умение держать слово, умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки.

В исследовании установлено, что у мигрантов и коренного населения наблюдаются значимые различия по следующим показателям: «самооценка» ($t=5,96$), «социальные группы» ($t=3,24$), «интересы и увлечения» ($t=4,23$), «индекс самоотношения» ($t=5,24$), «направленность на себя» ($t=5,23$), «направленность на общение» ($t=4,28$), «потребность в достижении» ($t=5,84$), «мотивация одобрения» ($t=4,93$).

Интересна мотивация выбора наиболее востребованных специальностей у мигрантов и коренного населения (таблица 16).

Как видно из таблицы 16, коренное население в большей степени ориентировано на профессионализм и рабочие специальности, в то время как мигранты во главу ставят возможность получения высоких заработков и работу в сфере малого бизнеса.

Для распределения мигрантов по специальностям целесообразно осуществлять экспертный опрос лиц, хорошо знающих особенности деятельности по нескольким специальностям. Мнения нескольких экспертов используются для того, чтобы устранить субъективные ошибки каждого из них при выявлении обобщенного мнения. При этом каждый эксперт оценивает несколько специальностей.

Реализована следующая методика выбора перечня специальностей, для которых целесообразно введение отбора на основе проведения экспертного опроса.

Каждый эксперт производит разбиение множества специальностей на два класса. В первый класс включаются специальности, для которых, по мнению эксперта, целесообразно введение отбора. Во второй класс включаются специальности, не вошедшие в первый класс. Получение оценки экспертов образуют k -разбиений множества специальностей:

$$\begin{aligned} R_1 &= \{R_1^1, R_2^1\} \\ R_1 &= \{R_1^2, R_2^2\} \\ &\dots\dots\dots \\ R_i &= \{R_1^i, R_2^i\} \quad (1) \\ &\dots\dots\dots \\ R_k &= \{R_1^k, R_2^k\} \end{aligned}$$

где R_j^i — множество специальностей, включенных i -м экспертом в j -й класс: $i=1 \dots k, j=1,2$; k — количество экспертов.

Между всевозможными различными разбиениями множества специальностей определяется мера близости:

$$d(R_f, R_g) = \frac{1}{2} \sum_{l=1}^2 [R_l^f]^2 + \frac{1}{2} \sum_{s=1}^2 [R_s^g]^2 - \sum_{l=1}^2 \sum_{s=1}^2 [R_l^f \cap R_s^g]^2 \quad (2)$$

где f, g — индексы всевозможных разбиений множества специальностей: $l = 1, 2$; $s = 1, 2$ — индексы классов разбиений.

Квадратными скобками обозначено количество элементов заключенного в них множества. Результирующим разбиением, обобщающим мнения группы экспертов, является разбиение $R^* = \{R_1^*, R_2^*\}$, называемое в научной литературе медианой Кемени [12]:

$$R^* = \{R_1^*, R_2^*\} = \arg \min_{R_f} \sum_{i=1}^k d(R_f, R_i) \quad (3)$$

Элементы класса R_l^* составляют искомое множество специальностей, для которых целесообразно введение отбора. Обработка результатов экспертной оценки, записанных соотношениями (1), осуществляется методом полного перебора вариантов разбиений множества специальностей и поиском результирующего разбиения, удовлетворяющего соотношению (3). Количество вариантов разбиений на два класса равно

$$\sum_{i=1}^N C_N^i,$$

где C_N^i — число сочетаний из N элементов по i , N — количество специальностей. При больших значениях N количество вариантов разбиений настолько велико, что полный их перебор становится невыполнимым. В этом случае для поиска решения R^* в (3) должны использоваться известные комбинаторные алгоритмы поиска типа метода «ветвей и границ».

Следует заметить, что решение R_l^* может быть не единственным. В этом случае экспертам предлагается повторно выбрать единственное разбиение.

В качестве примера рассмотрим использованную нами методику комплектования учебно-профессиональных групп из коренного населения и мигрантов, основанную на экспертных оценках и репертуарном тесте Келли (Kelly).

Для практического решения задач социокультурной адаптации мигрантов использованы такие формы, как психологические практикумы, дискуссии, социально-психологические тренинги, обучение навыкам аутогенных тренировок.

На основе исследования, а также по запросу руководства администрации МО «Тарусский район», была разработана тренинговая программа, направленная на формирование положительной Я-концепции у студентов-мигрантов ПЛ-34 и коррекцию некоторых характеристик самосознания. Она представляет собой цикл тренингов, состоящий из 6 занятий по 3,5 — 4 часа каждое.

Важными факторами, улучшающими психическую адаптацию в профессиональных группах, являются социальная сплоченность, способность строить межличностные отношения, возможность открытой коммуникации.

Поэтому необходимо изучать и межличностные отношения в учебных группах, учитывать групповую динамику [3].

В соответствии с теорией личностных конструктов был составлен список из 12 элементов (элементами могли быть воображаемые персонажи):

- | | | |
|---------------------|----------------------|-----------------------|
| 1. Я до поступления | 5. Мой друг | 9. Моя сестра (брат) |
| 2. Я сейчас | 6. Мой любимый герой | 10. Большинство людей |
| 3. Я после выпуска | 7. Моя мать | 11. Любимый художник |
| 4. Мой враг | 8. Мой отец | 12. Водитель |

Учащимся формируемых групп предлагалась следующая инструкция:

Для успешного освоения профессии вам предстоит учиться в одной из групп, сформированных после того, как вы определите те качества людей, которые способствуют успешной деятельности. Ваша задача определить эти качества на основе сравнения персонажей (реальных или воображаемых).

Сравнение персонажей между собой следует осуществлять по правилу: сходны между собой и тем самым отличны от другого.

Пример типового индивидуального заполнения бланка репертуарного теста с полученными вынужденными конструктами для оценки персональных и групповых социометрических индексов представлен в таблице 17.

Деловой (официальный) статус каждого члена учебной группы вычисляется на основе общей групповой оценки учащегося:

$$G_i = \frac{\sum S_{ij}^+ - \sum S_{ij}^-}{N-1} \quad (4)$$

где S_{ij}^+ — сумма положительных свойств, приписанных i -му члену группы j -членом; S_{ij}^- — сумма отрицательных свойств, приписанных i -му члену группы j -м членом; N — общее число членов в обследуемой группе; G_i — общегрупповая оценка личности i -го члена группы.

Таблица 17
Заполненный бланк репертуарного теста (пример)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Полюс сходства	Контраст
1	V									V		V	Оптимист	Пессимист
2		V			V						V		Реалист	Мечтатель
3		V			V							V	Трудолюбивый	Ленивый
4										V	V	V	Отзывчивый	Равнодушный
5			V	V	V								Общительный	Замкнутый
6	V						V	V					Профессионал	Некомпетентный
7		V				V			V				Доверчивый	Подозрительный
8				V	V					V			Нахальный	Скромный
9	V			V	V								Отходчивый	Злопамятный
10							V	V		V			Смелый	Застенчивый
11			V								V	V	Предрасположенный к воровству	Трудолюбивый Специалист

Величина G_i характеризует отношение группы к данному члену, как его видят и оценивают другие члены группы. В свою очередь сумма величин G_i характеризует совместимость (когерентность) в учебной группе.

Как показано в наших исследованиях, практически всем житейским оппозициям свойственна оценочная однозначность — один полюс воспринимается как «плохой» (дезадаптивный для носителя черты), другой — как «хороший» (адаптивный). Деадаптивный полюс выражает чрезмерную универсальность принятых стратегий поведения, которые можно описывать в формулах: «я всегда говорю только правду» (формула универсальной «правдивости»), «я всегда говорю то, что выгодно» (формула универсальной дипломатичности), «я никогда не прибегаю к насилию» (формула универсального «миролюбия») и т.п. Появление в языке компенсирующих оппозиций отражает стремление обыденного сознания как-то выразить принцип «меры» или «золотой середины». При этом возникает следующий упорядоченный ряд категорий:

«дезадаптив»	«адаптив»	«адаптив»	«дезадаптив»
обратная черта	обратная черта	прямая черта	прямая черта
- 1	+2	+1	- 2

зиций — четырехполюсное описание черты. В этом случае четыре категории разносятся по четырем квадрантам двухмерного пространства:



Исходная оппозиция проходит из первого координатного угла в третий, а компенсирующая — из второго в четвертый.

В случае оппозиции «правдивый — лживый» подразумевается социальная среда, а в случае компенсирующей оппозиции «прямолинейный — дипломатичный» — враждебная (или по крайней мере круг общения с противоречащими интересами). В случае оппозиции «инициативный — пассивный» подразумевается социальная среда, поощряющая (разрешающая) самостоятельную активность, а компенсирующая оппозиция «неуправляемый — послушный» подразумевает социальную среду, запрещающую такую активность.

Наличие потенциальных компенсаторных оппозиций позволяет балансировать фактор социальной желательности, при этом авторами разработаны соответствующие программы для автоматизированного расчета корреляций по каждому пункту. Пример полученного таким образом списка интерперсональных и интроперсональных свойств личности приведен в таблице 18.

Таблица 18

Свойства		
№ п/п	Положительные	Отрицательные
1	Общительный	Замкнутый
2	Умный	Глупый
3	Сильный	Слабый
4	Активный	Пассивный
5	Добрый	Злой
6	Трудолюбивый	Ленивый
7	Открытый	Скрытый
8	Мягкий	Твердый
9	Оптимист	Пессимист
10	Опытный	Наивный
11	Тактичный	Бестактный
12	Серьезный	Легкомысленный
13	Честный	Лживый
14	Спокойный	Тревожный
15	Эмоциональный	Спокойный
16	Самокритичный	Самодовольный
17	Волевой	Безвольный
18	Прямой	Лицемерный
19	Порядочный	Подлый
20	Ответственный	Безответственный
21	Добрый	Эгоистичный
22	Смелый	Трусливый
23	Скромный	Нахальный
24	Тонкий	Грубый
25	Веселый	Мрачный
26	Решительный	Робкий
27	Отзывчивый	Равнодушный
28	Альтруист	Эгоист
29	Уравновешенный	Неуравновешенный
30	Щедрый	Жадный
31	Разговорчивый	Молчаливый
32	Доверчивый	Подозрительный
33	Отходчивый	Злопамятный
34	Бескорыстный	Корыстолюбивый
35	Аккуратный	Неряшливый
36	Принципиальный	Беспринципный
37	Подвижный	Инертный
38	Глубокий	Поверхностный
39	Хороший	Плохой
40	Зрелый	Инфантильный
41	Мужественный	Женственный
42	Реалист	Мечтательный
43	Милосердный	Жестокий
44	Верный	Неверный
45	Компетентный	Некомпетентный
46	Гибкий	Инертный
47	Легкий	Тяжелый
48	Широкий	Узкий
49	Независимый	Зависимый
50	Хитрый	Простодушный

Существуют другие подходы к выявлению различных свойств личности, при этом последовательность выполнения процедуры анализа межличностных отношений с использованием полученного биполярного списка качеств следующая.

Составление списка свойств личности

Список свойств личности, используемый в методике, содержит 100 прилагательных: 50, характеризующих человека положительно, и 50, характеризующих его отрицательно. По психологическому содержанию прилагательные делятся на две группы: интерперсональные и интраперсональные.

Интраперсональными являются прилагательные, которые характеризуют внутренние психические качества личности (чувствительный, веселый, трудолюбивый и т.п.), а интерперсональными — прилагательные, описывающие свойства личности, проявляющиеся в межличностных отношениях (доброжелательный, вспыльчивый и т.п.). Методика содержит 25 интерперсональных и 25 интраперсональных свойств.

Заполнение социогаммы

Для экспериментальных исследований необходимы: список членов группы, список прилагательных и регистрирующий бланк.

Бланк содержит список членов группы и место для занесения оценок. По предъявлению бланка испытуемый вписывает в клетки номера свойств личности из предложенного списка. Вначале следует написать номера всех положительных свойств, а потом — отрицательных. Каждому члену группы можно приписать не более 10 положительных и отрицательных свойств личности.

Способ обработки опытных данных

Обработке подвергается совокупность индивидуальных социогамм. По ним вычисляются социометрические показатели, характеризующие отношение группы к каждому члену коллектива; а) общая групповая оценка индивида; б) групповая оценка интерперсональных свойств; в) групповая оценка интраперсональных свойств; г) адекватность самооценки.

Блок-схема алгоритма комплектования учебных профессиональных групп представлена на рисунке 17.

В дополнение к вычисляемым показателям осуществляется качественный анализ протоколов обоснования.

Существенной особенностью сформированных учебных групп является то, что в каждой из них наибольшим является совпадение формальной и неформальной подструктур общения из всех других вариантов комплектования. Групповые социометрические индексы, характеризующие взаимную привлекательность (социометрическую когерентность) малых групп вычислялись по формуле:

$$\bar{I}_x = 2 \sum_{i,j}^{0,5N(N-1)} C_{ij}^x / N(N-1)(5)$$

C_y^x — сумма взаимных психологических связей (социометрических выборов);

N — количество членов учебной группы.

\bar{I}_x — индекс групповой сплоченности (социометрической когерентности).

В динамике группового развития социометрическая когерентность опре-

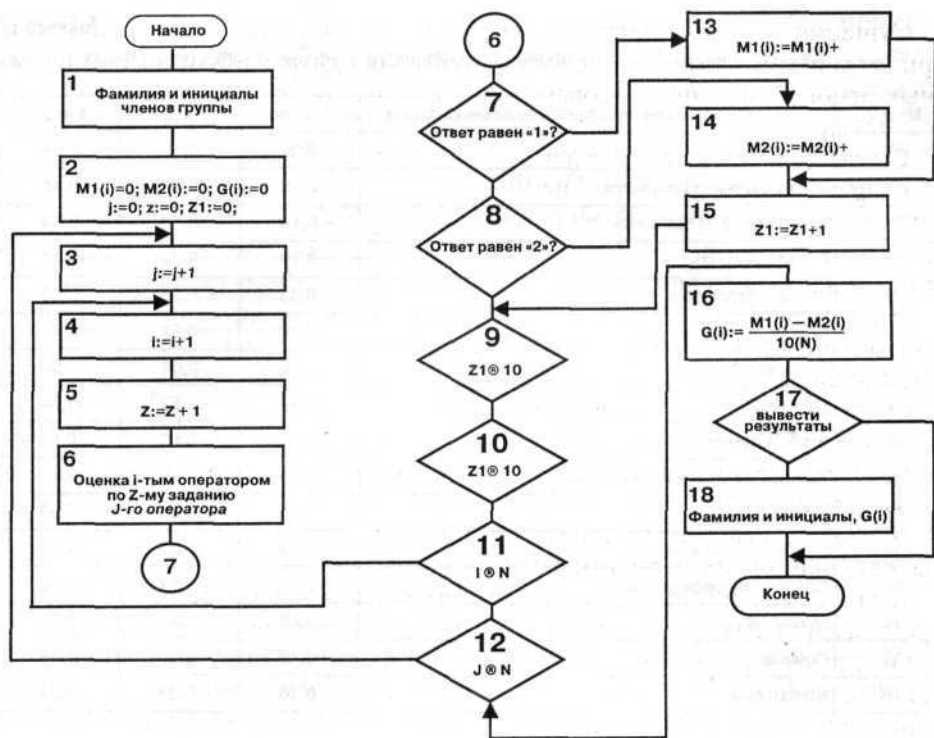


Рис. 17. Алгоритм комплектования учебных групп (по А С №1809455, Бюл. Изобретений №17, 1993 г.) [332]

делилась трижды в процессе обучения: в период формирования групп на первом курсе, на втором курсе и перед выходом на производственную практику (преддипломную практику студентов) на 3 курсе. Вычисленные значения показателей приведены в таблице 19.

Из таблицы 19 видно, что в целом групповая сплоченность по всем категориям специальностей возрастает. Исключение составляют такие специальности, как резчик по дереву, художник росписи по дереву и бухгалтер.

В учебных группах резчик по дереву и художник росписи по дереву на 2 курсе вследствие межличностной напряженности и конфликтов, возникших за счет переукомплектования, адаптации новых учащихся и отдельных конфликтов вследствие организационных изменений, сплоченность в целом по группам снизилась.

В группе бухгалтеров наоборот, после резкого увеличения социометрической когерентности после 2 курса наблюдалось некоторое уменьшение сплоченности в период преддипломной практики из-за предстоящей конкурентной борьбы перед распределением.

Таким образом, можно выделить три типа динамики групповых изменений по всем трем профессиональным и типологическим группам, представленным на рисунке 18.

Помимо динамики изменения сплоченности по типичным группам были

Значения показателей групповой сплоченности в учебно-профессиональных группах

№ п/п	Название учебно-профессиональных групп	1 курс	2 курс	3 курс
1	Механизаторы	0,21	0,56	0,78
2	Трактористы-машинисты	0,18	0,30	0,40
3	Водитель категории «С»	0,14	0,58	0,54
4	Вышивальщицы	0,19	0,39	0,44
5	Швеи-мотористки	0,11	0,25	0,39
6	Закройщицы	0,18	0,37	0,47
7	Резчики по дереву	0,16	0,04	0,52
8	Столяры	0,15	0,62	0,64
9	Мебельщики	0,13	0,61	0,61
10	Художники росписи по дереву	0,13	0,08	0,57
11	Дизайнеры	0,19	0,58	0,59
12	Художники по камню	0,19	0,39	0,53
13	Секретари-референты	0,11	0,19	0,42
14	Бухгалтеры	0,08	0,47	0,39
15	Повара	0,18	0,37	0,44
16	Кондитеры	0,16	0,21	0,39



Рис. 18. Диаграмма динамики изменения сплоченности по типичным группам

выявлены профессиональные склонности мигрантов по методике профессиональных предпочтений Дж. Холланда и зависимость статусно-ролевых позиций учащихся с личностными особенностями: (Р — тип: реалистические; И — тип: исследовательские; А — тип: артистические; С — тип: социальные; П — тип: предпринимательские; К — тип: конвенциональные).

Матрица интеркорреляций результатов социометрического обследования при коэффициентах Кэм (неформальный), Кдел (учебный) приведена в таблице 20.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что во всех профессиональных группах динамика их интересов не является устойчивой. Так, наиболее устойчивой, по методу Холланда, является предпочтение к артистическим видам деятельности, понижается интерес к профессиям рациональ-

Основная сложность этнокультурной адаптации чеченцев заключается в том, что они живут с фиксированной установкой на борьбу против колонизации республики Ичкерия Россией.

У мигрантов-чеченцев наиболее ярко выражено чувство родового коллективизма, они всегда ощущают себя частью рода и знают особенности родственных отношений вплоть до пятого колена. Главный смысл существования всех членов рода при интервьюировании чеченцев выражается словами: «свобода, равенство и братство». Несмотря на серьезные отличия в психологии межпоколенных различий, даже у молодежи сильно развиты этнические стереотипы, базирующиеся на строгом соблюдении национальных традиций и обычаев.

Среди чеченцев широко распространено куначество, побратимство. Побратимы всегда верны дружбе, вместе делят радость и горе. Они готовы всегда прийти на помощь другу, чего бы это ни стоило. Это чувство сравнимо с традицией кровной мести и переходит из поколения в поколение.

В многонациональном коллективе чеченцы держатся независимо. Как правило, они стараются группироваться по этническому признаку. На первых порах в общении для них характерны замкнутость и настороженность, освоившись, чеченцы могут занимать в группе лидирующее положение.

Проведенные нами исследования и полученные результаты хорошо согласуются с отдельными выводами работ других авторов, при этом если с точки зрения безопасности социума в целом анемические процессы связаны с трудностями осознания глобальности процесса транскulturизации, то в контексте региональной экономической безопасности социокультурная адаптация мигрантов позволяет предотвращать межэтнические и межконфессиональные конфликты и институционализировать складывающиеся отношения между вынужденными переселенцами и коренным населением.

Развитие рыночных отношений способствует созданию негосударственных структур занятости частного характера. Это различного рода коммерческие агентства по подбору персонала, учреждения при учебных заведениях, при религиозных органах и т.д. Находят применение биржи труда. Практика показывает, что они в полной мере могут стать действенным регуля-



Рис. 20. Функции биржи труда

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

тором рынка труда. Биржи труда аккумулируют информацию о рынке труда, его состоянии и перспективах. Как рыночная структура биржа труда выполняет многообразные функции.

Существуют и другие формы коммерческих структур в области организации занятости населения на негосударственном уровне, которые располагались в различных городах России.

Занятость населения составляет необходимое условие для его воспроизводства. Занятость — это деятельность граждан, связанная с удовлетворением потребностей, не противоречащих законодательству и приносящих заработок (трудовой доход). Состояние занятости, ее важнейшие характеристики позволяют судить о национальном благополучии, об эффективности выбранного пути экономического развития.

Рынок труда является одним из элементов рыночной экономики. Он представляет собой систему общественных отношений в согласовании интересов работодателей и наемной рабочей силой. Система отношений на рынке труда складывается из трех основных компонентов: отношения между субъектами рынка труда и их представителями; отношения между субъектами рынка труда и государством. Основная функция рынка труда состоит в обеспечении через сферу обращения перераспределения рабочей силы в народном хозяйстве.

3.4. Экономическая психология менеджмента с учетом революционных изменений в технологиях, организации и лидерстве

Наше общество должно осознать, что безопасность и технологическая независимость страны в XXI веке будут определяться ее научно-технологическим потенциалом, прежде всего уровнем науки и квалификации кадров.

Ю.С. Осипов

Понятие «труд» — одно из центральных в экономической психологии и в экономической теории в целом — может и должно рассматриваться во множестве ракурсов. В последнее время, однако, все более активно разрабатываются ракурсы экономико-психологические [336].

Причин здесь несколько, и они взаимосвязаны. Во-первых, на современном этапе существенно трансформируются характеристики и свойства большинства видов труда. Во-вторых, одновременно и во многом благодаря такой трансформации изменяются психологические установки людей по отношению к роли своей личности в трудовом процессе (что в свою очередь оказывает стимулирующее воздействие на преобразования в самих трудовых операциях). Экономико-психологические параметры трудовой деятельности подлежат рассмотрению в аспектах выбора профессии, мотивации труда и меры удовлетворенности конкурентоспособности работников на рынке труда.

Известно, что конкуренция выступает как *объективный закон, влияющий через отношения субъектов собственности на взаимодействие законовразделения и перемены труда*. «Это — закон, который все снова и снова выбивает буржуазное производство из прежней колеи и принуждает капитал напрягать производительные силы труда, потому что он напрягал их раньше, закон, который не дает капиталу ни минуты покоя и постоянно нашептывает ему: Вперед! Вперед! Это именно тот самый закон, который в рамках периодических колебаний торговли неизбежно выравнивает цену товаров по его издержкам производства».

Какие бы мощные средства производства ни пустили в ход, конкуренция приводит их ко всеобщему применению, и с того момента, как применение их станет всеобщим, единственным следствием большей производительности капитала оказывается лишь то, что за ту же цену предприниматель должен доставлять теперь в 10, 20, 100 раз больше продуктов, чем раньше. Но так как увеличением количества продаваемого продукта предпринимателю приходится компенсировать понижение продажной цены и возмещать издержки производства (так как эта массовая продажа стала теперь вопросом жизни не только для предпринимателя, но и для его конкурентов, то пре-



Рис. 21. Конкурентоспособность работника на рынке труда и ее составные элементы

жня борьба разгорается с тем большим ожесточением, чем производительнее уже изобретенные средства производства. Разделение труда и применение машин будут снова развиваться в несравненно большем масштабе.

В рамках разрабатываемой сегодня управленческой концепции реформирования общества в России (базирующейся на экономико-психологическом подходе) сфере материального производства должно быть уделено особое внимание. Ибо менеджерская революция XX века практически «прошла мимо» так называемого социалистического способа производства, «оставив» последнему сугубо технократический подход к реформированию всей системы экономических, культурных и административно-государственных отношений. Последний игнорирует первичность человеческих ресурсов соответственно во всех трех сферах организации общества — экономической, культурной, политической.

Сам по себе технократизм (как общественное явление) не может уступить место экономико-психологическому подходу без изменения ментальности нашей правящей элиты и всех других участников общественного производства. *Изменить же ментальность может только радикально обновленный механизм управления обществом и каждой его ячейкой* (или организацией как социальным объектом различного масштаба и профиля деятельности), *базирующийся на парадигме целевого управления каждой организацией «по конечным результатам».*

Предстоит повернуть весь «корабль» экономики в русло заинтересованного труда, целеориентированного на конечные результаты деятельности всех без исключения категорий работников. Ибо именно «размытость» целей во всех трех сферах организации общества, начиная с высших эшелонов и заканчивая микроуровнем, а также отсутствие целеориентированной мотивации труда работников в этих сферах определяли «управленческое

лицо» не только нашего бывшего способа производства, но и всего общественного устройства.

Решить эту проблему только путем всеобщей приватизации собственности в обществе невозможно даже в сфере материального производства (не говоря уже о двух других сферах управления обществом), ибо основная масса «белых и синих воротничков» остается по-прежнему немотивированной.

В странах с развитой рыночной экономикой в качестве системной теории и практики управления выступает экономическая психология менеджмента. Из сферы производственной, где он царствовал первые полстолетия от своего рождения, менеджмент затем получил распространение в сферу услуг торговли, финансов, бытового обслуживания и инжиниринга. Менее чем за сто лет сменилось ряд школ, возглавляемых знаменитыми учеными и практиками, такими как Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Вебер, М. Фоллет, Э. Мейо, Д. Макгрегор, Г. Саймон, П. Друкер, Т. Минцберг, Д. Гелбрайт, Дж. Томпсон и др., в основном — это американско-европейские школы, развивающие менеджерские подходы по мере усложнения социально-экономической ситуации [336].

Менеджмент ставит своей целью сформулировать и применить на практике всеобщие принципы управления, пригодные для любой человеческой организации. К ним относятся: определение целей и задач управления; разработка конкретных мероприятий по их достижению; разделение задач на отдельные виды; распределение работ, координация взаимодействия различных подразделений внутри организации; совершенствование формальной иерархической структуры; оптимизация процессов принятия решения и коммуникаций; поиск адекватной мотивации деятельности, эффективных стилей руководства, социальной ответственности. Видное место в проблематике менеджмента занимает изучение деятельности менеджера, в том числе ее экономико-психологические аспекты. Принято различать следующие виды менеджмента:

- правительство;
- государственный менеджмент;
- военный менеджмент;
- менеджмент в государственной собственности;
- финансовый менеджмент;
- менеджмент организаций.

Рассмотрим более подробно принципы функционирования высокоэффективных организаций с учетом современных тенденций экономической психологии менеджмента.

Менеджмент (от лат. manus — резка) может быть определен как научное и практическое направление, ориентированное на обеспечение эффективного функционирования организации в рыночных условиях хозяйственных отношений.

Эффективное управление и совершенствование организационной деятельности, обусловленные потребностями рынка, требуют грамотных, профессионально подготовленных руководителей, способных ориентироваться в экономических, юридических, психологических и других вопросах при

принятии управленческих решений, разбирающихся в основах рыночной экономики и особенностях взаимоотношений между предприятиями. В современных условиях данный тип управленцев только начинает формироваться. Основные функции управления (планирование, организация, контроль) составляют базис профессиональных обязанностей менеджера. Одна из его главных обязанностей — эффективная организация труда подчиненных. От профессионального мастерства менеджера зависит, насколько полно сможет раскрыться творческий потенциал его подчиненных. Работая с коллективом, менеджер должен постоянно выполнять функции информирования, мотивирования и воспитания. Поэтому важную роль в его образовании должны занимать знания по экономической психологии.

Менеджмент как наука управления в процессе своего исторического развития последовательно разворачивался в сторону социологизации и психологизации. В этом можно убедиться, проследив основные вехи его становления.

Формирование рыночных принципов функционирования российской экономики началось во второй половине XIX в., т.е. значительно позже, чем это имело место на Западе. Поэтому в начале XX в., когда капитализм в России только начинает обретать зримые черты, говорить о каких-то научных традициях в управлении экономикой еще не приходится. Одним из неперемennых условий для создания необходимых предпосылок в этом направлении является соответствующее кадровое обеспечение. Если обратиться к зарубежному опыту, то следует вспомнить, что первая школа бизнеса (Уортоновская) была основана при университете Пенсильвании в США в 1881 г. А в 1911 г. при Гарвардском университете и в 1914 г. при Массачусетском технологическом институте сложились ныне одни из самых престижных в США и за рубежом школы бизнеса — Гарвардская и Слоуновская. Таким образом, ещё более века тому назад было положено начало профессиональной подготовке менеджеров. В настоящее время ежегодно свыше 60 тыс. американцев становятся дипломированными менеджерами. Общее число менеджеров в Японии приближается к трем миллионам. Тем не менее потребность в увеличении их числа и повышении качества подготовки не снижается. Капиталовложения в подготовку менеджеров постоянно увеличиваются, оправдывая на практике свою эффективность. Профессиональная подготовка менеджеров осуществляется в специальных государственных и частных школах, фирмах, но главным образом в школах бизнеса, которые входят в университетскую систему. Эти же школы организуют курсы повышения квалификации управленческого персонала.

Сегодня менеджмент — это новое явление в управлении экономикой еще только проходит этап становления. Поэтому именно сейчас важно правильно распределить акценты и усилия в содействии этому процессу. И как мы отмечали, он не должен сводиться к механическому заимствованию и прямому переносу сложившихся за рубежом традиций в этой области знания. Решая задачу применительно к своей действительности, нам следует не упустить из виду некоторые особенности российской истории и обусловленное ими формирование этнопсихологического портрета русского народа.

Изучение российской истории показывает специфику развития нашей страны — «рванный ритм» (чередование периодов интенсивного развития с

периодами «застоя»), неустойчивое положение в мире (периоды могущества и упадка), несбалансированность по сферам жизнедеятельности и непрочность достигаемых успехов практически во всех областях (блестящие, но часто кратковременные успехи в военном деле, искусстве, науке при сравнительно низком качестве продукции, невысокой повседневной культуре основной массы населения, неэкономичности хозяйства).

Как показывают психологические исследования, к русскому народу применимы диаметрально противоположные характеристики, например такие, как лень и трудолюбие, безответственность и умение взять на себя ответственность в тяжелых опасных ситуациях, ориентация на духовные ценности и создание кумиров из живущих людей и т.д. Важные и интересные результаты получены фондом «Общественное мнение» в ходе экономико-социологического исследования. Было опрошено 2468 человек. Респондентам предлагалось ответить, какие из перечисленных ценностей они считают: 1) «западными»; 2) «советскими» и 3) наиболее важными для себя («индивидуальными»). Из 37 предлагаемых ценностей можно было выбрать несколько. Ниже показано, как распределились первые десять мест [276].

Ранг	«Западные»	«Советские»	«Индивидуальные»
1.	Предприимчивость	Атеизм	Справедливость
2.	Богатство	Энтузиазм	Личное достоинство
3.	Деловитость	Гарантии социальных прав личности	Трудолюбие
4.	Неприкосновенность частной собственности	Верховенство государственных интересов над интересами личности	Долг
5.	Прибыльность труда	Борьба	Образованность
6.	Свобода выбора убеждений и поведения	Долг	Гостеприимство
7.	Профессионализм	Терпеливость	Профессионализм
8.	Невмешательство	Дисциплина труда	Равенство всех граждан перед законом
9.	Дисциплина труда	Образованность	Гарантии социальных прав
10.	Гарантии политических прав	Гостеприимство	Бескорыстие

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Новый этап экономических преобразований в России сопровождается становлением менеджмента как науки управления, ориентированной на рыночные отношения хозяйствования. Идет целенаправленная подготовка кадров для этой отрасли знания, в обеспечении которой одно из ведущих мест должно быть отведено экономической психологии. Именно сейчас определяются методологические подходы и закладываются те традиции, которые со временем позволят отечественному менеджменту обрести свои специфические черты, тот процесс не должен идти вне понимания и учета исторически обусловленных психологических черт российского этноса. Следуя высказанным соображениям, нам представляется, что менеджмент в России должен форми-

роваться с опорой на ряд приоритетных ценностей, к числу которых относятся социальные права личности, ее честь и достоинство; справедливость, основанная на понимании и принятии правовых норм; профессионализм и мастерство; коллективизм, поддержка и взаимопомощь. В основу деловой и повседневной практики должны быть положены в первую очередь культурные ценности и психологическая компетентность.

В настоящем учебном пособии предполагается, что успешный менеджер и предприниматель, знакомый с основами экономической психологии, придерживается современных представлений о закономерностях и механизмах организационного поведения. В общих чертах с позиций макроэргономики и экономической психологии его взгляды сводятся к следующему:

- Любая социальная организация — это организм, активность которого направлена на достижение определенных целей.
- Как и любой другой организм, каждая конкретная организация может быть отнесена к определенному виду, подвиду или классу. Каждый такой класс характеризуется своими особенностями поведения.
- Успешность или эффективность организации оценивается по ее способности к достижению поставленных целей. *Под высокоэффективными понимается класс организаций, способных к постоянному саморазвитию в процессе согласованного общественногоразвития в рамках гуманистической парадигмы их поведения.*

Говоря о высокоэффективных организациях, следует учитывать, что любая организация представляет собой своеобразный организм. Как известно, любой организм может быть отнесен к одному из видов, подвидов и т.д. Каждый вид характеризуется своим строением организма, внешностью, средой обитания, особенностями реагирования на изменения внешней и внутренней среды, предельными физическими и интеллектуальными возможностями. Аналогично и организации. Определяющим признаком, в соответствии с которым организация может быть отнесена к тому или иному классу, является полнота учета закономерностей поведения человека (в частности, его потребностей) в процессе взаимодействия организации с персоналом.

Эволюция взглядов на психологический портрет личности в теории менеджмента за истекшее столетие хорошо прослеживается на примере основных теоретических концепций менеджмента — теорий «X», «Y» и «Z».

Основные тенденции развития предприятий были неразрывно связаны подъемом по пирамиде потребностей при организации взаимодействия фирмы с персоналом, причем такой подъем сопровождался ростом эффективности предприятий. Более того, принципиальное изменение взглядов на человека целенаправленно использовалось предприятиями как инструмент повышения их эффективности, а не являлось побочным эффектом какого-либо другого процесса.

Чем же обусловлен прирост эффективности предприятий при переходе от дотейлоровских времен (теории «O») к теории «X», от «X» к «Y» и от «Y» к «Z» и какова величина этого прироста?

Как следует из описания тейлоровской системы (теория «X»), ее отличительными чертами являются:

- выделение задач управления в самостоятельный класс задач;
- задание работникам детальных детерминированных алгоритмов;
- определение выверенных нормативов выполнения каждой из операций, входящих в состав алгоритма;
- контроль и оценка качества выполнения задач и операций на основе сравнения полученных результатов с эталонами;
- применение субъективно значимых поощрений и наказаний.



Рис. 22. Зависимость производительности труда от темповой напряженности

Отношение к работнику предприятия в тейлоровской системе может быть охарактеризовано фразой: «заставляй и контролируй». За счет перечисленных выше мероприятий одна из целей системы — интенсификация труда — была, безусловно, достигнута. Для того чтобы оценить потенциальный предел такой, интенсификации, рассмотрим широко известную в эргономике зависимость времени решения человеком различных задач от темповой напряженности (рис. 22). За 1 на приведенном графике выбрано время, требуемое для выполнения анализируемой задачи в свободном ненапряженном режиме $T_{\text{Треб.}}$.

Как видим, за счет ужесточения контроля и задания напряженных нормативов можно повысить производительность труда примерно в 2—2,3 раза. Дальнейшее ужесточение временных ограничений в сочетании с применением субъективно значимых поощрений и наказаний приведет лишь к срыву деятельности, возникновению психических расстройств и росту социальной напряженности. Таким образом, верхний предел интенсификации труда ограничен физиологическими, психологическими и психофизиологическими возможностями человека и составляет около 200%.

Рост эффективности систем тейлоровского типа возможен и за счет совершенствования технико-технологической базы предприятий. Вместе с тем следует учитывать, что совершенствование этой базы с неизбежностью приведет к изменению, усложнению содержания и условий деятельности человека. Такое усложнение характеризуется следующими цифрами:

- увеличение информационной загрузки человека за последние 20 лет не менее чем в 3 раза;
- увеличение доли ситуаций, требующих эвристических решений, за это же время на 75%;
- повышение ответственности за принимаемые решения и предпринимаемые действия и, как следствие, рост эмоциональной напряженности;
- сокращение времени, отводимого на решение задач, в среднем в 4 раза.

Есть еще множество других проявлений усложнения условий и содержания деятельности человека по мере совершенствования технологий, однако, для того чтобы проанализировать поведение систем тейлоровского типа с усложнением производства, приведенных данных оказывается достаточно.

Одно из следствий усложнения условий и содержания деятельности, в частности рост информационной загрузки человека, заключается в увеличении количества различных ситуаций, для каждой из которых должен быть описан детерминированный алгоритм поведения работника.

Предположим, что усложнение информационных условий деятельности связано только с ростом числа N контролируемых человеком информационных признаков при количестве различных градаций каждого из этих признаков K . Тогда общее количество S различных ситуаций, в которых может оказаться человек, определяется формулой

$$S = K^N$$

Следовательно, длина алгоритма L , регламентирующего поведение человека, возрастает по экспоненциальному закону с ростом N . Если предположить, что описание правил поведения в каждой конкретной ситуации занимает ровно одну строку машинописного текста, то уже при $K=5$ и $N=5$ (реально существующее и далеко не предельное сочетание параметров) $S=3125$, а объем инструкции, включающей в себя детерминированный алгоритм реагирования на возможные ситуации, займет более 100 страниц машинописного текста. Очевидно, ни один нормальный человек не в состоянии выучить наизусть эти 100 страниц за короткое время и тем более успешно пользоваться ими на практике. Кроме того, объем трудозатрат на выявление и описание алгоритма, хронометраж, выработку нормативов для каждой из операций с ростом N и K также возрастает экспоненциально. Это означает, что с усложнением производства в рамках тейлоровской системы с неизбежностью начинает во все нарастающих масштабах разбухать бюрократический аппарат, который в принципе уже не в состоянии принести реальную пользу производству. Начиная с какого-то вполне определенного уровня сложности производства, происходит разрыв целей и интересов бюрократического аппарата с целями производства, и он начинает жить своей собственной жизнью, паразитируя на теле предприятия. Все это вызывает рост непроизводительных расходов, возникновение напряженности и социальных конфликтов. Поскольку существует достаточно жесткая зависимость между реальным уровнем сложности производства и минимально требуемым объемом бюрократического аппарата, то любые насильственные сокращения этого аппарата приведут к тому, что спустя некоторое время он самовосстановится, а вероятно, и превзойдет по численности своего предшественника.

При появлении значительного количества ситуаций, требующих эвристических решений, строгая регламентация деятельности оказывается в принципе невозможной. Попытка же перевода неструктуризованных задач в разряд структуризованных за счет всестороннего углубленного исследования эвристических ситуаций приведет лишь к еще большему разрастанию бюрократического аппарата и снижению эффективности производства. Начиная с определенного уровня сложности технологических процессов и динамичности среды, он (аппарат) перестает справляться со своими задачами

и возникает парадоксальная ситуация, когда, во-первых, бюрократического аппарата постоянно не хватает, а во-вторых, при любом численном составе он не справляется со своими обязанностями.

Поскольку дальнейшее усложнение производства приводит к экспоненциальному росту числа возможных производственных ситуаций, а бюрократический аппарат не может разрастаться до бесконечности, начиная с некоторого порога сложности производства, все большее и большее количество задач остается вне регламентации. Так, по данным Госкомстата СССР, в пору расцвета командно-административной системы вне регламентации было около 40% работ. Учитывая тот факт, что на предприятиях тейлоровского типа работник получает вознаграждение только за выполнение регламентированной последовательности задач и операций, он может не выполнять оставшиеся операции, в результате чего с ростом сложности производства на таких предприятиях начинает монотонно уменьшаться их эффективность.

Поскольку работники подобных предприятий выполняют только те задачи и операции, которые им предписаны инструкциями, а они преимущественно ориентированы на реализацию производственного процесса, задачи, выходящие за рамки инструкций, никого не интересуют. К таким задачам, как правило, относятся поддержание чистоты и порядка на территории предприятия, в цехах, на рабочем месте. В результате территория подобных предприятий чаще всего напоминает свалку, а производственные помещения отличаются запущенностью и неухоженностью.

Следующая отличительная черта предприятий тейлоровского типа — способ их реагирования на изменения внутренней и внешней среды. Поскольку решения на таких предприятиях принимаются верхушкой управленческой пирамиды, а исходную информацию для этих решений предоставляет бюрократический аппарат, живущий своей собственной жизнью, необходимая информация до управленческого звена, как правило, доходит с большими запаздываниями и искажениями. Как следствие, реакция на внешние и внутренние изменения у таких предприятий чаще всего замедленная и неадекватна ситуации. Это значит, что они нежизнеспособны в быстромеменяющейся динамичной среде.

Таким образом; взаимодействие предприятия со своими работниками на уровне детерминированных алгоритмов и потребностей низшего уровня порождает целый класс предприятий, отличающихся предельными возможностями, внутренней организацией, внешним обликом, поведением и своей средой обитания. По характеру движущих сил развития их можно назвать **предприятиями с директивным, принудительным развитием (ДПР)**.

Социально-психологический климат на таких предприятиях имеет свои особенности. При соблюдении менеджментом этих предприятий всех требований и рекомендаций Тейлора, т.е. при задании напряженных научно обоснованных нормативов и жестком контроле за их выполнением, коллектив как таковой даже на уровне производственной бригады чаще всего практически отсутствует. По мере ослабления контроля по тем или иным причинам (например, из-за усложнения технологии) хорошие дружеские отношения могут установиться на уровне бригады или рабочей группы.

С усложнением производства и повышением динамичности внешнего мира предприятия данного класса в силу объективных закономерностей их развития начинают лихорадить: их сотрясают социальные конфликты; они теряют конкурентоспособность; внешняя финансовая поддержка этих предприятий не дает ожидаемых результатов; внедрение новых технологий дает такой же эффект. И только изменение взглядов на человека — работника, позволило ведущим предприятиям развитых стран преодолеть в 50-е годы этот **барьер сложности**.

Средством его преодоления стало создание и внедрение теории «у». Учет предприятиями такого важнейшего психологического фактора, как степень удовлетворения эгоистических и социальных потребностей, привел их к переходу в принципиально другой класс, для которого характерной является организация взаимодействия работника с предприятием на уровне производственных задач (а не детерминированных алгоритмов) в обмен на удовлетворение расширенного по сравнению с теорией «X» круга потребностей. В результате отсутствия жесткой регламентации и наличия субъективно значимых стимулов более высоких уровней работники начали проявлять творческую активность при выполнении возложенных на них задач, то есть перешли из разряда «винтиков» в разряд индивидуальностей, хотя все еще и ограниченных рамками производственной задачи. Следствием такого перехода стало повышение эффективности производства как минимум на 40% за счет выполнения тех задач, которые в рамках тейлоровской стратегии оказались вне регламентации. Отсутствие жесткой регламентации деятельности и стимулирование творчества позволили большое количество задач контроля перевести в разряд самоконтроля, что привело к сокращению бюрократического аппарата и снижению социальной напряженности. Поскольку работники почувствовали себя не «винтиками» в механизме по производству той или иной продукции, а людьми, они стали больше внимания уделять своему рабочему месту и рабочему помещению. В то же время отстраненность работников от общефирменных проблем оставляет территорию подобных предприятий своеобразной нейтральной полосой, до которой по-прежнему нет никому дела. Она, как и раньше, чаще всего напоминает свалку.

Такие предприятия, вследствие значительного скачка эффективности, способны существовать в условиях более или менее жесткой конкуренции. Однако из-за сохранения жесткой иерархической структуры и все еще обширного бюрократического аппарата они, как и в тейлоровские времена, не способны оперативно и адекватно реагировать на быстрые изменения внешней и внутренней среды. Рассмотренный класс может быть назван как **класс предприятий с директивным развитием и элементами индивидуального и коллективного творчества (ДРЭТ)**.

Дальнейшее повышение динамичности среды с неизбежностью приводит каждое из таких предприятий к серии управленческих ошибок, следствием которых является либо полный крах, либо большие потери и конфликты. Таким образом, область существования подобных предприятий также оказывается ограниченной достаточно узким диапазоном условий, за пределами которого никакие финансовые вливания или технологические

новшества уже не могут привести к существенному росту их эффективности. Ярким примером, подтверждающим справедливость данного тезиса, стала в 80-е годы американская фирма «Дженерал моторс», истратившая на автоматизацию в надежде обогнать японских конкурентов более 36 млрд. долларов, но так и не получившая сколь-нибудь существенного прироста эффективности. В то же время на японско-американском сборочном заводе компании Нумми (Калифорния) без экзотической автоматизации, только за счет пересмотра характера взаимоотношений между предприятиями и работниками были достигнуты куда более внушительные результаты. Одна из крупнейших страховых компаний США в это же время истратила около 2 млрд. долларов на закупку и установку информационно-вычислительного комплекса. Однако это практически не дало никакого эффекта, поскольку характер отношений фирмы и работников остался прежним. Только пересмотр этих взаимоотношений и учет потребностей более высокого иерархического уровня позволили фирме сократить время обслуживания клиентов с 27 дней до 2 и увеличить оборот капитала на 50%.

Преодоление очередного барьера — барьера динамичности, возникающего на границе существования предприятий, придерживающихся стратегии взаимоотношений с работниками, соответствующей теории «У», оказалось возможным опять-таки лишь за счет пересмотра этой стратегии и учета в таких взаимоотношениях потребностей более высокого иерархического уровня (теория «Z», или производственной демократии).

Для предприятий, придерживающихся этой стратегии, характерным является творческое участие каждого из работников не только в решении производственных задач на уровне своего рабочего места, но и задач управления предприятием в целом. В результате создается атмосфера соучастия каждого работника в развитии данного предприятия, отрасли, региона и т.д.; в деятельности при этом в наибольшей степени проявляется социальная направленность.

Психология соучастия и коллективного творчества сказывается на качестве управления. Задачи управления предприятием в быстроменяющемся динамичном мире являются, как правило, слабоструктурированными, многокритериальными и многофакторными и требуют творческих эвристических решений. Качество решения таких задач в значительной степени зависит от полноты и достоверности исходной информации. Индивидуальные знания о решаемой задаче представляют собой, по сути, проекцию проблемной ситуации на индивидуальное сознание. Обобщение таких проекций за счет творческого соучастия работников в решении задач управления позволяет с наибольшей достоверностью воссоздать реальную ситуацию и выбрать решения, в наибольшей степени соответствующие целям предприятия в данных сложившихся условиях.

Следовательно, для предприятий, придерживающихся в стратегии развития принципов теории «Z», характерен более высокий уровень качества решения управленческих задач. Кроме того, атмосфера соучастия в принятии управленческих решений снимает психологические барьеры неприятия решений, навязываемых извне. Этот фактор, наряду с максимальным прояв-

лением коллективного творчества во всех звеньях предприятия, приводит к заметному повышению качества реализации принятых решений. В результате эффективность таких предприятий по сравнению с предприятиями предыдущего класса повышается более чем вдвое.

К сожалению, достоверная статистика по таким предприятиям фактически отсутствует, поскольку указанная классификация является новой, а предприятия данного класса все еще редки не только для России, но и для развитых капиталистических стран. Имеющиеся в литературе фрагментарные данные свидетельствуют о том, что прирост эффективности может составлять до 600% [327].

Психологию работников предприятий рассматриваемого класса характеризует фраза: «Все, что хорошо для предприятия, хорошо и для меня». В результате фирмы не имеют «слепых зон» или никого не интересующих работ. Всем есть дело до всего, что касается предприятия. Как следствие — их внешний облик (территория цехов, рабочих мест и т.п.) отличается чистотой, комфортностью, рациональностью, безопасностью. Поскольку подобные фирмы, по сути, работают в режиме самоуправления и самоконтроля, необходимость в содержании громоздкого бюрократического аппарата отпадает, **и он, по** данным [327], может быть сокращен на 35%.

Предприятия данного класса могут быть охарактеризованы как предприятия, находящиеся в состоянии **коллективного творческого саморазвития (КТС)**. Они отличаются наивысшим на сегодняшний день уровнем эффективности функционирования и наиболее полным учетом интересов и потребностей своих работников, а также способностью гибко и оперативно приспосабливаться к сложившейся обстановке.

В обобщенном виде взаимосвязь системы потребностей работников, реализованной теоретической концепции менеджмента (т.е. полноты учета закономерностей поведения работника при организации его взаимодействия с предприятием), класса предприятия и уровня его эффективности приведены на рисунке 23.

Области существования предприятий, относящихся к различным классам, показаны на рисунке 24.

Таким образом, принимая во внимание наличие ограничений по уровню эффективности и области существования предприятий каждого из описанных выше классов, можно сделать вывод о том, что проблема повышения эффективности предприятий и экономики в целом лежит не столько в сфере финансовой, технико-технологической и т.п., сколько социально-психологической. Сущность этой проблемы определяется так: **гармоничный перевод предприятий (экономики) из текущего состояния в состояние коллективного творческого саморазвития.**

Анализ свойств и характеристик предприятий, относящихся к различным классам, позволяет сделать вывод **о том**, что первые два класса ориентированы в основном на производство, тогда как последний — на развитие. Изменение способности предприятия развиваться в зависимости от текущего состояния иллюстрирует рисунок 25.

Как известно, для того чтобы осуществить перевод предприятия из те-

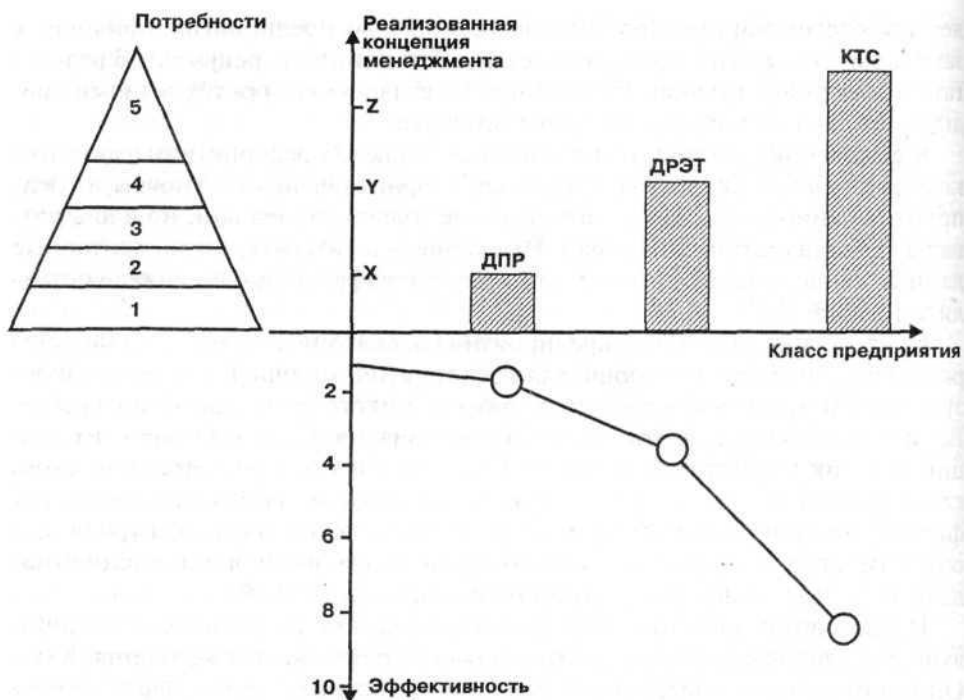


Рис. 23. Взаимосвязь потребностей, степени их учета при организации взаимодействия предприятия с работниками, классов предприятий и их эффективности.

Обозначения: «X», «Y», «Z» — теоретические концепции менеджмента; 1—5 — классы потребностей: 1 — первичные; 2 — в безопасности; 3 — эгонистические; 4 — социальные; 5 — в самосовершенствовании.

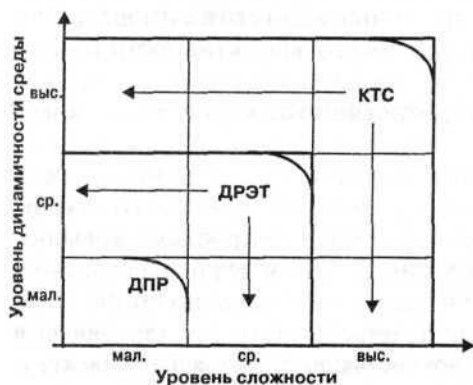


Рис. 24. Области существования предприятий различных классов в пространстве параметров «сложность процессов — динамичность среды»

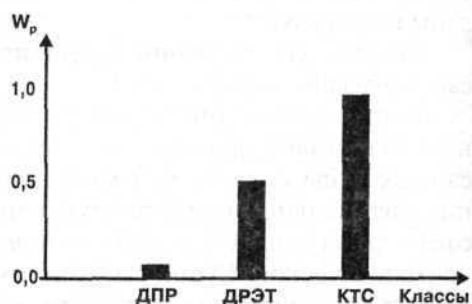


Рис. 25. Степень ориентации различных классов предприятий на развитие

кущего состояния в состояние с более высоким уровнем эффективности, необходимо создать в коллективе побуждающие силы, ориентированные в направлении необходимых преобразований. Поскольку величина и направление побуждающих сил есть результат взаимодействия объективной реальности и духовного мира человека — системы его знаний, потребностей, ценностных ориентации, моральных запретов и т.п., успешность реформирования во многом зависит от личностных качеств участников реформ. Минимальный набор этих качеств, обеспечивающий возможность эффективного развития организации (и общества в целом) и ее переход в состояние коллективного саморазвития, называется базовым, а качества, входящие в этот набор, именуются базовыми психологическими качествами.

Создание механизма перевода предприятий в состояние коллективного творческого саморазвития связано, таким образом, с формированием соответствующих побуждающих сил в обществе, способных выполнить необходимую работу. Это осуществимо лишь в том случае, если эти силы окажутся доминирующими, что в свою очередь произойдет лишь тогда, когда в сознании людей — исполнителей преобразований, появится убеждение, что такой перевод — наилучший способ удовлетворения их личных значимых потребностей. В то же время коллективный способ удовлетворения индивидуальных потребностей в силу целого ряда объективных обстоятельств дает возможность возникновению сил, ориентированных на создание паразитических структур криминального и некриминального характера, удовлетворяющих свои потребности за счет других людей. Итак, какими же психологическими качествами в обязательном порядке должны обладать люди, чтобы в процессе развития организация могла перейти в состояние с наивысшим уровнем эффективности — состояние коллективного творческого саморазвития, т.е. каков состав базового множества личностных качеств человека?

Для того чтобы определить этот перечень, напомним, что коллективная согласованная деятельность — это наиболее эффективный способ удовлетворения индивидуальных потребностей. Рассмотрим ее особенности и побочные эффекты. Первая и основная особенность коллективной деятельности заключается в том, что ее результат не позволяет непосредственно удовлетворять потребности представителям коллектива [6]. Свои потребности они могут удовлетворить только путем обмена результатов труда на результаты труда других специализированных коллективов. Очевидно, такой способ удовлетворения потребностей будет эффективным, если каждый из этих коллективов ориентирован на результат, полезный другим людям. Отсутствие такого стремления, учитывая возможности, обусловленные природой коллективного труда, с неизбежностью приведет к развитию паразитических структур, ориентированных на перераспределение благ (в свою пользу). *Следовательно, первое из базовых качеств человека, предопределяющих гуманистическую направленность развития, — это стремление быть полезным людям, стремление делать добро другим.*

Является ли наличие этого качества достаточным для эффективного развития? Видимо, нет. Все мы знаем, чем вымощена дорога в ад. Для того что-

бы благие намерения привели к благому результату, необходимы знания. Как уже было сказано выше, задачи развития — это слабоструктурированные, многофакторные, многокритериальные задачи. К тому же им чаще всего сопутствуют неполнота и не абсолютная достоверность информации. Один из наиболее эффективных на сегодняшний день способов решения подобных задач базируется на обобщении индивидуальных знаний и выработке коллективного решения. Реализация указанного подхода к выявлению и разрешению проблемных ситуаций предполагает *нацеленность каждого индивида на получение новых знаний, готовность к активному обмену знаниями, к выработке коллективных знаний и решений*. В свою очередь, готовность к выработке коллективных знаний предполагает наличие у человека такого качества, как *терпимость к мнению, отличающемуся от собственного, готовность понять его*.

Сформулированный выше перечень личностных качеств человека является минимально необходимым и достаточным для осуществления перевода предприятия в состояние коллективного саморазвития. Из наличия стремления быть полезным другим людям, делать добро следует, что при возникновении у любого представителя коллектива новой значимой потребности возникают силы, ориентированные в направлении ее удовлетворения. Стремление людей к новым знаниям позволит им найти приемлемый способ удовлетворения этой потребности, а готовность понять чужое мнение, стремление к выработке коллективных знаний и решений поможет найти правильное решение по удовлетворению этой потребности даже в сложной, динамичной среде. Таким образом, высокий уровень развития этих качеств означает наличие в коллективе механизма. Следствием динамичности внешней среды и экспоненциального роста объема знаний является все более частое возникновение не встречавшихся ранее ситуаций, требующих для своего разрешения новых знаний. В связи с этим **высокоэффективные организации есть непрерывно обучающиеся организации**. Постоянное индивидуальное, групповое и общефирменное обучение становится одной из целей организации.

Рост конкуренции и связанная с этим трансформация рынка производителя в рынок потребителя привели к необходимости перехода от массового производства к производству товаров и услуг, ориентированных на конкретную группу потребителей или даже на конкретного потребителя. Это означает, что одна из тенденций современного этапа развития связана со все углубляющейся сегментацией рынка и возрастающей дифференциацией производства. Результат тому — навязчивое стремление высокоэффективных организаций, граничащее с одержимостью, знать запросы своих реальных и потенциальных потребителей и их мнение о своей продукции и качестве обслуживания. **Итак, высокоэффективные организации — это организации, ориентированные в своей деятельности на оперативное выявление и качественное удовлетворение запросов своих потребителей**. Одна из их целей связана с качеством удовлетворения этих потребностей.

В свою очередь, постоянно высокое качество удовлетворения потребностей предполагает, что организация рационально распоряжается своими ресурсами, приумножая их. В противном случае она рано или поздно обанк-

ротится, и у нее не будет возможностей удовлетворять потребителя. Таким образом, **высокоэффективные организации** — это организации, способные рационально распоряжаться своими ресурсами, а одна из целей таких организаций — достижение желаемого уровня рациональности их использования, то есть прибыльности, рентабельности.

Говоря о высокоэффективных организациях, необходимо учитывать, что любая организация — это прежде всего люди, ее персонал. Организация будет эффективна ровно настолько, насколько эффективен ее персонал, в какой степени он нацелен на достижение целей организации и насколько организация сумела создать условия и стимулы для развития и реализации способностей персонала. Следовательно, **высокоэффективные организации работают как единое целое, стремятся развивать способности своего персонала и создают все условия и стимулы для реализации этих способностей в процессе достижения целей организации.**

Одним из важнейших условий наиболее полной реализации потенциала человека в процессе достижения целей организации является обеспечение для каждого ее представителя возможности стать инициатором принятия принципиальных для фирмы решений. Это означает, что для **высокоэффективных организаций характерно участие персонала в выявлении и решении проблем своей фирмы.**

Организация, как было отмечено, это прежде всего люди, коллектив. Как и в любом коллективе в организации имеются свои лидеры, личностные и профессиональные качества которых в значительной степени определяют эффективность организации. Те лидеры, которые преуспели в том, чтобы убедить людей направить свои силы на достижение коллективной цели, добиваются выдающихся результатов, удваивая и утраивая их, даже в отраслях с жесткой конкуренцией. Роль лидера особенно возрастает в условиях быстро меняющегося спроса, когда традиционные строгие методы прогнозирования этих изменений перестают быть эффективными. В соответствии с известной формулировкой «управлять — значит предвидеть» низкая достоверность прогнозов означает плохое управление. В этих условиях способность лидера к целостному видению идеального образа организации, его способность убедить коллектив в привлекательности этого образа и повести людей за собой, становятся необходимым условием успеха организации. В литературе, посвященной исследованиям факторов успеха организаций, эти качества лидера называются стратегическим лидерством. Таким образом, **высокоэффективные организации отличаются способностью лидера к стратегическому лидерству**, а одна из целей таких организаций заключается в развитии данного качества.

Как следует из приведенного выше перечня отличительных признаков высокоэффективных организаций, такие организации ставят перед собой не одну-единственную, а целый комплекс целей, большинство из которых не носят стоимостного характера. Поэтому в современном менеджменте под высокоэффективными понимают такие организации, которые характеризуются постоянно высокими достижениями в динамичном, изменчивом внешнем мире. При этом под высокими достижениями понимаются высокая оценка потребителями предлагаемого фирмой товара, качества обслужива-

ния и фирмы в целом, а также **все** то, что в поведении фирмы способствует подобным оценкам.

Обобщение сказанного выше позволяет сделать вывод, что **высокоэффективные организации придерживаются гуманистической или инновационной парадигмы экономического развития**, которая в настоящее время приходит на смену устаревшей технократической. Как известно, для технократической парадигмы основным мерилем успеха является материальный результат, например объем продаж, прибыль и т.п. Для гуманистической или инновационной и целью, и инструментом развития выступает человек, качество его жизни, степень развития и реализации его способностей в процессе общественного развития. Основу гуманистической парадигмы составляет идеология служения. Очевидно, переход на новую парадигму развития требует формирования в коллективе (обществе) системы ценностных ориентации, соответствующих ей. Отсюда еще одной отличительной чертой высокоэффективных организаций является то, что **они уделяют большое внимание вопросам воспитания персонала, этике деловых отношений, корпоративной культуре**.

И наконец, практическая реализация всех перечисленных выше черт высокоэффективных организаций возможна только в том случае, если система управления чувствительна к слабым предупреждающим сигналам о необходимости перемен.

Суммируя все сказанное выше, представим отличительные черты высокоэффективных организаций в виде следующего списка:

Отличительные черты высокоэффективных организаций (ВО):

1. *ВО придерживаются гуманистической парадигмы развития, основой которой составляет идеология служения.*
2. *ВО нацелены на оперативное выявление и качественное удовлетворение потребностей своих потребителей. Они максимально чувствительны к изменению таких потребностей.*
3. *ВО отличаются способностью к постоянному обновлению, развитию.*
4. *ВО работают как единое целое.*
5. *ВО — это обучающиеся организации.*
6. *ВО рационально распоряжаются своими ресурсами, приумножая их.*
7. *ВО развивают способности персонала, создают условия и стимулы для их максимальной реализации в процессе достижения общих целей. Они наилучшим образом используют потенциал коллектива.*
8. *ВО инициатором принципиальных для организации решений может быть любой представитель коллектива. Для них характерно участие персонала в выявлении и решении проблем организации.*
9. *ВО уделяют большое внимание формированию у персонала системы ценностей, соответствующих гуманистической парадигме развития.*
10. *Лидер ВО наделен способностью к стратегическому лидерству.*
11. *Система управления ВО чувствительна к слабым сигналам, свидетельствующим о необходимости перемен.*

С чем же связано и чем обусловлено наличие или отсутствие той или иной отличительной черты высокоэффективной организации?

Когда говорят, что фирма придерживается гуманистической парадигмы

развития, это значит, что идеология служения стала нормой поведения для подавляющего большинства персонала, а система ценностей, присущая данной парадигме, субъективно значима для каждого работника и фирмы в целом. Это, в частности, относится и к такой отличительной черте высокоэффективных организаций, как стремление максимально полно и качественно удовлетворять запросы своих потребителей.

Успешность внедрения в сознание персонала идеологии гуманистической парадигмы зависит от состояния общества (любая организация — это слепок того общества, в котором она функционирует) и усилий фирмы по формированию этой идеологии. Скорость формирования новой идеологии рыночной экономики зависит от характера коммуникационных процессов, поскольку общефирменные приоритеты и ценности могут возникнуть только в результате общения, обсуждения, обмена информацией. Отсюда следуют три главных вывода:

- * **необходимо участие всего персонала в обсуждении и формировании новой идеологии;**
- * **для выработки новой идеологии требуется наладить межличностные, межгрупповые и общефирменные коммуникации;**
- * **процесс выработки новой идеологии будет эффективным только в том случае, если персонал фирмы обладает навыками коллективного обсуждения и решения проблем.**

Что касается чувствительности организации к запросам потребителей, то степень развитости этого качества в значительной степени зависит от принятой идеологии, длины внутрифирменных коммуникаций, характера коммуникаций «фирма — потребитель» и «фирма — конкуренты». Как свидетельствует мировой опыт [517], удлинение коммуникаций, например в связи с укрупнением организаций, может привести к потере такой чувствительности и как следствие — к утрате конкурентных позиций. Следовательно, **одно из направлений повышения чувствительности к запросам потребителей взвешенная децентрализация.** Кроме того, чтобы наилучшим образом учитывать запросы потребителей, надо их знать, так же как и способы их удовлетворения конкурентами. Поэтому **наличие отлаженных коммуникаций «фирма — потребитель» и «фирма — конкуренты» является обязательным условием такой чувствительности.**

Следующее качество — организация должна работать как единое целое — является лишь при наличии общепринятой идеологии, на основе сложившейся системы общефирменных ценностей и согласованности целей организации в целом, ее подразделений и отдельных лиц. Это возможно, когда персонал хорошо информирован о целях, задачах и проблемах организации, а организация (ее администрация) знает о целях, потребностях и проблемах своего персонала и учитывает их в процессе выбора целей организации. Согласование целей достигается только путем вовлечения персонала в процесс их обсуждения и (или) обоснования. Очевидно, активно участвовать в достижении целей организации персонал будет лишь при наличии субъективно значимых стимулов. Еще одним значимым фактором, влияющим на степень общефирменного единства, является сплоченность коллектива, социально-психологический климат в нем. Таким образом, высокая степень организационного единства обеспечивается:

- * **формированием общей идеологии, общих ценностей;**
- * **согласованием организационных, подразделенческих и индивидуальных целей;**
- * **созданием субъективно значимых стимулов для активного участия персонала в достижении целей организации;**
- * **созданием благоприятного социально-психологического климата.**

Способность организации к постоянному обновлению и развитию обусловлена ее нацеленностью на своевременное и качественное удовлетворение постоянно изменяющихся потребностей, снятием психологических барьеров неприятия нововведений за счет хорошо налаженных вертикальных и горизонтальных коммуникаций, участием персонала в обсуждении и формировании целей организации. Этому же способствуют интеграция организации и персонала и процесс непрерывного индивидуального, коллективного (группового) и общефирменного обучения, а также создание условий, при которых инициатором принципиальных решений может стать любой представитель коллектива. Способность организации к непрерывному обновлению в значительной степени зависит от профессионально-личностных качеств лидера, его способности к видению и нацеленности на постоянно высокие достижения, а не укрепление личной власти. На эту способность оказывает влияние чувствительность организации к слабым сигналам, свидетельствующим о необходимости перемен.

Для того чтобы стать обучающейся, организация должна:

- * **сформировать у персонала систему общефирменных ценностей, в состав которых входит стремление к знаниям;**
- * **создать условия и стимулы для индивидуального, группового и общефирменного обучения;**
- * **вовлечь персонал в обсуждение и разработку целей организации в области обучения, а также анализ результатов обучения.**

Если при этом фирме удастся достичь высокой степени интеграции своих целей с индивидуальными и групповыми целями, то накапливаемые знания будут способствовать достижению целей организации.

Такое качество высокоэффективной организации, как обеспечение для каждого ее представителя возможности стать инициатором принципиальных решений, связано с:

- * **формированием идеологии фирмы и ее ценностей и с высоким уровнем общефирменного единства;**
- * **демократизацией управления и делегированием полномочий;**
- * **созданием организационных структур и процедур участия персонала в обсуждении и принятии решений;**
- * **использованием системы стимулирования индивидуального и коллективного творчества.**

Содействие высокоэффективных организаций развитию способностей персонала, формированию системы личностных качеств и ценностных ориентации, соответствующих гуманистической парадигме развития, направлено на создание предпосылок для реализации идеологии служения. О том, с помощью каких рычагов можно воздействовать на формирование этих качеств, уже было сказано при рассмотрении высокоэффективной организа-

ции как обучающейся. Для этого нужны и соответствующие организационные структуры, и процедуры, и стимулы, и хорошо развитые горизонтальные и вертикальные коммуникации, и целевое единство, и лидер — носитель новой идеологии и ценностей. При этом **основополагающими навыками, которые в первую очередь необходимы персоналу, являются:**

- навыки эффективной коммуникации;
- навыки работы в группе;
- навыки коллективного выявления и решения проблем.

Ранее уже отмечалось, что высокоэффективная организация должна иметь лидера, обладающего навыками стратегического лидерства. Как известно, **лидер — это носитель общефирменных ценностей.** Следовательно, **его собственная система ценностей, взгляды на развитие организации, отношение к потребителям, персоналу, процессам обучения, саморазвития и т.п., точно так же, как и поведение, должны полностью соответствовать идеологии высокоэффективных организаций.** Лидер — представитель своей организации. Эта его роль требует, чтобы он и организация развивались вместе. То есть **лидер высокоэффективной организации обязан развиваться вместе с ней.** Это одно из важнейших качеств высокоэффективного лидера, которое, к сожалению, на практике встречается не слишком часто. **Лидер должен также иметь хорошо развитые навыки самоанализа, быть проактивным, независимым, то есть действовать в соответствии со своими принципами и ценностями, а не под влиянием других людей и обстоятельств.** Помимо этого ему необходимы **навыки эффективной взаимозависимости и готовности к взаимовыгодному сотрудничеству.** Еще одно важное качество лидера высокоэффективных организаций — **способность к видению.** Видение — это наглядный, чувственный образ будущего. Способность к видению — результат синергического взаимодействия левого и правого полушарий головного мозга. Такая способность может быть развита при помощи специальных тренировок. Как утверждает С. Кови [327], лидеры практически всех ведущих фирм, добившихся выдающихся успехов, обладают этим качеством. **Одно из самых главных требований к лидеру высокоэффективной организации заключается в том, что ему должна быть свойственна этика характера, а не этика поведения. То есть его поведение должно определяться сутью характера, а не навыками манипулирования людьми.**

Способность организации рационально распоряжаться ресурсами в значительной степени определяется ее представлениями о целях организации, уровнем профессиональных знаний персонала, наличием информации о конкурентах и обратной связи от потребителей, знанием опыта высокоэффективных организаций в области управления ресурсами, а также наличием отработанной системы измерения и оценки эффективности использования ресурсов. Способность организации эффективно распоряжаться ресурсами зависит также от степени интеграции организации и персонала и степени участия персонала в выявлении и решении проблем организации. Для высокоэффективных организаций рациональное управление ресурсами — **не самоцель, а лишь средство для успешной реализации своей миссии.**

И наконец, чувствительность фирмы к слабым сигналам, свидетельствующим о необходимости перемен, зависит практически от всех остальных качеств

высокоэффективных организаций — готовности к изменениям; стремления оперативно выявлять и качественно удовлетворять запросы потребителей; организационного единства; стремления к постоянному обучению и саморазвитию; степени информированности персонала и участия в выявлении и решении проблем организации; наличия лидера с навыками стратегического лидерства и т.д. Помимо этого такая чувствительность обеспечивается **наличием отработанной системы показателей успеха и общефирменных стандартов, определяющих объем, состав и вид информации, необходимой для принятия управленческих решений. Должны быть также определены лица, ответственные за подготовку необходимой информации.**

Сопоставление перечня отличительных черт высокоэффективных организаций с характеристиками рассмотренных в предыдущем разделе классов позволяет сделать вывод о том, что **высокоэффективные организации — это организации коллективного творческого саморазвития.** Таким образом, стремление руководителя или коллектива организации перевести фирму в это состояние означает, что они понимают общемировые тенденции развития организаций и следуют им.

Теперь, зная отличительные черты высокоэффективных организаций и общие тенденции их развития, вернемся к вопросам, поставленным в начале раздела: с чьих позиций будет оцениваться эффективность и что такое эффективность организаций?

Эффективность будет оцениваться с позиций независимого эксперта, который знает основные закономерности развития организаций и тенденции изменения взглядов на цели и пути развития экономики в целом.

В соответствии с современными взглядами, *под эффективностью организаций будем понимать их способность к постоянно высоким достижениям в удовлетворении изменяющихся потребностей. Такая способность, в свою очередь, зависит от наличия у организации практически всех перечисленных ранее качеств.* Сгруппировав эти качества, выделим основные сферы активности организаций:

- сфера идеологии, определяющая, для чего фирма существует, каковы ее цели и ценности;
- сфера внутренней активности, характеризующая действия в области управления ресурсами;
- сфера внешней активности, определяющая, насколько успешно удовлетворяются потребности потребителей и выполняется собственная миссия;
- сфера работы с персоналом, характеризующая усилия фирмы по развитию способностей персонала и созданию условий и стимулов для реализации этих способностей в процессе достижения целей организации;
- сфера управления, характеризующая чувствительность организации к слабым предупреждающим сигналам, свидетельствующим о необходимости перемен;
- сфера лидерства, определяющая, в какой степени лидер обладает навыками стратегического лидерства и развивает **их**.

Способность фирмы к постоянно высоким достижениям зависит от выделенных сфер активности так, как показано на рис. 26.



Рис. 26. Сферы активности организации и их влияние на ее способность к постоянно высоким достижениям

Как видим, способность фирмы к постоянно высоким достижениям является мультипликативной функцией всех выделенных ранее сфер, а недостаточное внимание хотя бы к одной из них приведет к невозможности высоких достижений. Отсюда следует, что если организация решила стать высокоэффективной, она должна гармонично, сбалансированно развивать каждую из этих сфер. Итак, **в высокоэффективных организациях гармонично и сбалансированно развиты все сферы активности, им одновременно присущи все перечисленные признаки высокоэффективных организаций.**

Теперь, когда мы выяснили содержание термина «высокоэффективная организация», остановимся на путях перехода организации из текущего состояния в состояние высокоэффективной.

Перевод организации из одного состояния в другое требует выполнения некоторой работы. Как известно, любая работа может быть выполнена только под воздействием определенной силы. Это означает, что желаемые изменения возможны, если в организации существуют силы, ориентированные в направлении необходимых преобразований, причем величина этих сил достаточна для их выполнения. Такие силы называются побуждающими силами развития [227]. Они возникают в коллективе, когда в сознании людей реализация реформ связана с субъективно значимым изменением степени удовлетворения наиболее важных потребностей. На сегодняшний день в их число входят:

- гарантия занятости;
- высокий уровень благосостояния (высокий уровень заработной платы);
- стабильность, устойчивость предприятия;
- обеспеченность в старости.

Результаты многочисленных исследований, посвященных изучению факторов успеха организаций [227], позволяют сделать вывод о том, что все **эти ожидания в значительной степени можно удовлетворить за счет наделения работников пра-**

вами собственника, сделав их совладельцами своего предприятия. Но наделяя работников такими правами, необходимо учитывать, что передача предприятий в руки персонала — не самоцель, а лишь один из факторов повышения эффективности. В зависимости от ряда других факторов такая передача способна вызывать как рост, так и снижение эффективности. Последнее хорошо подтверждается результатами российской приватизации, когда наделение работников собственностью послужило началом процесса ее интенсивного перераспределения, привело к углублению экономического спада и росту социальной напряженности. **Наделение собственностью приводит к росту эффективности лишь в том случае, если работники знают, что делать с этой собственностью, умеют делать это и имеют соответствующие полномочия.** Поскольку собственность в результате оказывается распределенной среди многих (нескольких) собственников, «умеют» в данном случае означает в том числе и умение согласовывать интересы, коллективно выявлять и решать проблемы, что, в свою очередь, невозможно сделать, если у людей не сформированы такие качества, как способность открыто заявлять о своем мнении и своих интересах, готовность понять мнение, которое противоречит собственному, способность понимать и учитывать интересы других людей и т.п. Если такие качества вообще отсутствуют или развиты недостаточно, распределение собственности предприятия среди работников может ввергнуть его в пучину конфликтов и раздоров и скорее приведет к развалу, чем к повышению эффективности. Отсюда следует, что программа перевода организации в высокоэффективное состояние должна включать четыре частных взаимосвязанных программы:

- наделения персонала собственностью;
- наделения его реальными полномочиями в области управления собственностью и реальными возможностями по их реализации;
- наделения персонала соответствующими знаниями и навыками;
- формирования (коррекции) психологических качеств и ценностей, необходимых для участия в коллективном согласованном развитии организации.

Чтобы избежать негативных последствий передачи собственности в руки персонала, последние две программы во времени должны опережать остальные. Реализация перечисленных программ при соблюдении данного условия будет содействовать установлению общефирменного единства, развитию персонала и росту его творческой активности в достижении целей организации, вовлечению работников в процессы выявления и решения проблем своей организации, гуманизации внутрифирменных отношений и отношений с окружающим миром. Реализация упомянутых программ означает формирование у фирмы основных отличительных черт высокоэффективной организации.

Следует согласиться с мнением современных экономических психологов и персоналоведов, такими как Р. Майлз, Т.Ю. Базаров, В.Н. Дружинин, Ю.М. Забродин, А.В. Карпов, Г.С. Никифоров и др., что переход от «школы человеческих отношений» к школе «человеческих ресурсов» является, по сути дела, «шестой управленческой революцией», поэтому подготовка «успешных менеджеров» является залогом высокоэффективных организаций, схематично представлен на рис. 27 [175].

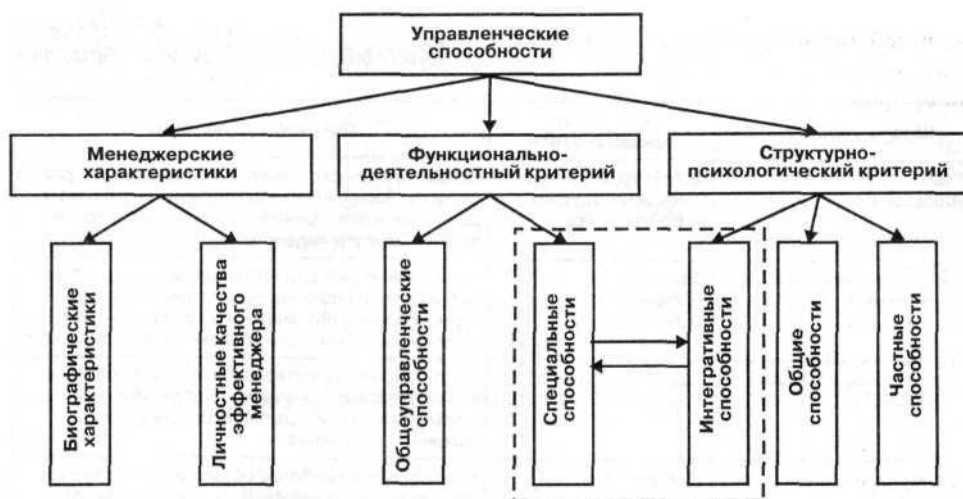


Рис. 27. Психологическая структура управленческих способностей

Общие способности доставляют *макроуровень* в их психологической структуре. Частные (специальные) способности рассматриваются как *микроуровень* в структуре способностей. Интегральные способности располагаются между ними и составляют *мезоуровень* в общей структуре способностей:

Макроуровень	Общие способности
Мезоуровень	Интегральные способности
Микроуровень	Специальные способности

По мнению А.В. Карпова, средний (т.е. центральный во всей структуре) уровень наиболее важен и наиболее специфичен природе управленческой деятельности. Состав способностей, входящих в него, даже по самому их названию (не говоря о содержании) изоморфен, фактически — тождествен главным управленческим функциям (функции целеобразования, прогнозирования, планирования, принятия решения, мотивирования, контроля, самоконтроля и др.).

Эволюция взглядов на проблему управления персоналом, а также основные положения в различных научных школах отражена в таблице 21.

Рассмотрим более подробно концепцию менеджмента человеческих ресурсов.

Термин «менеджмент человеческих ресурсов» возник в 60-е годы XX столетия.

Становление и развитие проблемы управления человеческими ресурсами проходило ряд взаимосвязанных стадий по трем основным направлениям, связанным с экономико-психологическими механизмами формирования спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Концептуально менеджмент человеческих ресурсов следует рассматривать на трех уровнях, связанных с нашим представлением о комплексном междисциплинарном подходе в управлении большими системами.

1. Макроэкономические проблемы управления формированием человеческих ресурсов

Таблица 21
Классификация основных школ управления

Школы управления	Основные представители	Основные положения
Классическая школа управления	Ф.Тейлор, А.Файоль, Г.Эмерсон, Л.Урвик, М.Вебер, Г.Форд	Создание научного фундамента управления, разработка теорий менеджмента, принципов и методов управления, принципов формальной организации института лидерства и структуры власти
Школа «человеческих отношений»	Э.Мэйо, К. Арджерис, Ф.Херцберг, Р.Блейк, Д.Макгрегор	Выявление и учет роли отношений в малых группах, изучение неформальной социальной структуры, создание оптимального социально-психологического климата, делегирование ответственности
«Эмпирическая школа управления»	П.Дракер, Р.Дэвис, Л.Ньюмен, Д.Миллер	Сбор и отработка материалов практики, разработка рекомендаций, изучение содержания и функций руководителей, разработка концепций целевого управления
Школа «социальных систем»	Д.Марч, Г.Саймон, А.Этциони	Исследование наиболее общих форм организации как социотехнической системы, разработка проблем конфликтологии, иерархии потребностей и удовлетворенности трудом
«Новая» школа	Р.Акофф, Л.Берталанфи, С.Бир, К.Калман, Р.Люс, Л.Клейн, Д.Форрестер	Разработка методов математического моделирования в управлении, алгоритмов выработки оптимальных решений, технико-экономических моделей развития
Менеджмент человеческих ресурсов	Р.Майлз, современные персоналоведы	Разработка и совершенствование методов мобилизации работников посредством активной работы менеджеров, учет и использование человеческого фактора, разработка принципов кадровой политики

- 1.1. Управление воспроизводством населения
- 1.2. Управление возмещением рабочей силы
- 1.3. Управление подготовкой рабочей силы
2. Микроэкономические проблемы управления распределением человеческих ресурсов
 - 2.1. Управление формированием рабочих мест
 - 2.2. Управление перераспределением рабочей силы
 - 2.3. Управление занятостью населения
3. Эргономические проблемы управления использованием человеческих ресурсов
 - 3.1. Управление распределением функций в больших системах
 - 3.2. Управление организацией труда
 - 3.3. Управление условиями труда.

В рамках менеджмента человеческих ресурсов кадровая политика из «реагирующей» политики управления превращается в активную стратегическую политику, которая высшим эшелонам менеджеров интегрируется в общую политику всей социальной организации.

В отечественной и зарубежной практике складывается система, включающая ряд взаимосвязанных ключевых элементов, которые называются циклом менеджмента человеческих ресурсов. К этим элементам относятся:

Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда

- отбор кадров;
- оценка профессиональных качеств (деятельности);
- вознаграждение;
- обучение и повышение квалификации.

Управление человеческими ресурсами наиболее полно и широко используется в коммерческом секторе. Компании, практикующие УЧР, как правило, отличаются более высокой эффективностью, близостью к рынку, большей степенью удовлетворения потребностей потребителей. В таких организациях лучше система мотивации и карьерные перспективы, меньше несчастных случаев, прогулов, ниже текучесть персонала, выше удовлетворенность трудом.

Основные отличия современного, более высокого этапа управления персоналом (УЧР) от традиционного управления детально представлены в таблице 22 [155].

Краткое изложение основных направлений экономико-психологического управления указывает на постоянный поиск новых форм и методов рационализации менеджмента. При этом теория и практика менеджмента как любого социального явления имеет свои закономерности. Часть из них проявляется в смене лидирующих позиций профессиональных групп в постановке и разработке основных проблем теории управления на определенном историческом этапе развития менеджмента.

Сначала высшие управленческие посты и лидирующее положение в разработке проблем управления занимали *инженеры*, стремившиеся максимально рационализировать и механизировать производство; им на смену пришли *экономисты и финансисты*, видевшие главную задачу в получении максимально возможной прибыли за счет эффективного управления капиталом. Затем наступил период, когда высшее звено управления стали составлять *юристы и психологи*.

Таблица 22
Особенности управления человеческими ресурсами. Две идеологии

Управление кадрами	Управление человеческими ресурсами
Вертикальное управление подчиненными, «кадры» - отдельная функция	Горизонтальное управление и забота о всех ресурсах, акцент на формирование команды
Централизованная кадровая функция, которую выполняет «отдел кадров»; специалисты планируют, мотивируют и т.д., персоналом же управляют линейные руководители	Децентрализованная кадровая функция реализуется в линейном управлении. Последнее отвечает за управление всеми ресурсами подразделения и за достижение целей. Специалисты по персоналу оказывают поддержку линейному менеджменту
Кадровое планирование, следствие производственного плана и реакция на него, связь односторонняя	Планирование человеческих ресурсов полностью интегрировано в корпоративное планирование; связь двусторонняя
Цель — обеспечить наличие нужных людей в нужное место в нужное время и освобождение ненужных людей	Цель — совмещение имеющихся человеческих ресурсов, квалификации и потенциалов со стратегией и целями компании
С сотрудниками обращаются как с «фактором производства», их «расставляют», как фигуры в шахматах	С сотрудниками обращаются как с объектом корпоративной стратегии и инвестиций, фактором преимущества в конкурентной борьбе

В перспективе управляющими высшего уровня систем кадрового управления станут экономические психологи (менеджеры по управлению персоналом).

В заключение стоит отметить, что аналогичные выводы получены и в ходе исследований, проведенных в последние годы не только зарубежными, но и российскими учеными; в качестве примера можно привести результаты социологических опросов на ряде предприятий различных форм собственности. Именно поэтому желательно учитывать охарактеризованные выше выводы экономико-психологических научных исследований не только в практике управления, но и в образовательных технологиях, что позволяет надеяться на включение экономической психологии как научной дисциплины в поколение новых государственных стандартов и программы подготовки менеджеров, психологов, экономистов, журналистов, инженерно-технических работников и других специалистов.

Методологические принципы экономической психологии и некоторые перспективы ее развития в России

По мере углубления глобальной интеграции развитые страны мира, и в первую очередь США, все более склонны воспринимать единообразие внутреннего устройства и внешнего поведения других стран, их национальных психологий и господствующих в них мировоззрений как признак и неотъемлемое условие собственного комфорта и безопасности. Россия, национальная специфика которой оказалась неискоренимой, мешает этим ощущениями... воспринимается и все в большей степени будет восприниматься развитым миром как потенциальная угроза.

Глава Русской Православной Церкви Святейший Патриарх Московский Алексей II

Любые субъекты хозяйственных отношений, будь то один человек, семья, организация, государство или нация находятся в постоянном поиске такого способа хозяйственного бытия, который не только обеспечивает гражданские права и свободы личности, но и безбедное достойное существование на микро-, мезо- и макроэкономическом уровнях, именно поэтому предмет и методы экономической психологии будут также находиться в постоянном развитии.

Проблемы управления хозяйственными субъектами экономической деятельности усложнились. С одной стороны, экономические и социальные процессы в современном обществе подвержены глобализации, появляются надкорпоративные, транснациональные хозяйствующие субъекты. С другой стороны, нарастает конкуренция между участниками мирового рынка — от отдельного человека, семьи до государства и межнациональных организаций в связи с реальностью индивидуального, этнического, культурного многообразия субъектов.

Современные специалисты должны обладать высоким уровнем компетентности во многих областях знаний: истории, социологии, психологии, математике, общественных науках, теории экономики и экономики отраслей, маркетинге, в информационных технологиях, бухгалтерском учете, юриспруденции, политологии, геополитики и безопасности социума.

История развития отечественной и зарубежной экономики и психологии свидетельствует о том, что как в той, так и в другой областях научного знания неоднократно предпринимались попытки решения экономических проблем путем использования междисциплинарной информации.

С одной стороны, это ученые-психологи, попытавшиеся заниматься исследованиями на «стыке» с экономической теорией (А.И. Агеев, Т.Ю. Базаров, О.С. Дейнека, А.И. Донцов, А.Л. Журавлев, А.И. Китов, В.М. Львов, В.В. Новиков, В.М. Соколинский, В.В. Спасенников и др.), в результате чего

появились новые области психологической науки — экономическая психология, психология управления, промышленная социальная психология, а также родственные им по проблематике психология торговли и психология рекламы.

С другой стороны, — это целая плеяда ученых-экономистов на Западе, обнимаемых в свое время учеными в «психологизаторстве». К их числу можно отнести А. Смита, Ж.Ш. Сисмонди, Д. Катона, Т.Р. Мальтуса, Ж.Б. Сея, Д. Канемана, А. Тверски, Дж.М. Кейнса, У. Ростоу, Т. Веблена и др. В их работах содержится немало продуктивных идей междисциплинарного содержания. Так например, представители институционализма настаивают на включении в экономический анализ таких дисциплин как психология, антропология, биология, право и др. [459].

Особое внимание в ряду перечисленных направлений привлекает подход В.Н. Мясищева, предугадавшего перспективность такой науки как эргономика, превратившейся в последние годы в макроэргономику, известную в качестве комплексной науки о трудовой деятельности человека, которая успешно развивается благодаря трудам таких ученых, как Б.Г. Ананьев, В.Ф. Венда, Г.М. Зарковский, В.П. Зинченко, В.М. Львов, В.М. Мунипов, Г.С. Никифоров, П.Я. Шлаен и др.

Поиск интеграции междисциплинарных областей приводит к возникновению новых научных направлений, которые не только позволяют переосмыслить с системных позиций уже накопленные человечеством знания, но и вырабатывать свои исследовательские парадигмы и получать приращение нового знания, исходя из собственных методологических принципов.

Можно выделить по крайней мере шесть методологических принципов современного этапа развития экономической психологии, которые являются конкретизацией сложившихся принципов научной психологии исходя из особенностей ее предмета.

К методологическим принципам экономической психологии следует отнести следующее [178, 220, 307, 338, 405, 406]:

1. **Принцип культурно-исторической обусловленности** экономической жизнедеятельности означает, что законы экономического поведения не являются универсальными, внеисторическими, психологические особенности экономического поведения носят культурно обусловленный характер и определяются особенностями исторического развития общности;
2. **Принцип субъектности**, означает, что человек выступает не пассивным объектом экономических воздействий и влияния экономических условий, но активным субъектом, реализующим различные виды экономического поведения, вступающим в экономическое взаимодействие и экономические отношения с другими экономическими субъектами (индивидуальными и групповыми). Основными признаками субъектности являются: активность, сознательность действия, целостность и избирательность;
3. **Принцип диалектического единства (а не тождества) сознания и поведения экономических субъектов** предполагает возможность не только сходства, согласованности, но и различий, противоречия между экономическим поведением субъекта и его осознанием;

4. **Принцип взаимной связи и взаимного влияния экономических и психологических явлений**, означающий наличие взаимодействия экономических и социально-психологических явлений в детерминации психологических явлений, связанных с отражением различных сторон экономической жизни и регуляцией экономического поведения индивидуальных и групповых субъектов;
5. **Принцип единства теории, эксперимента (эмпирического исследования) и практики** применительно к экономической психологии означает тесную связь развития теории экономической психологии как с проведением эмпирических, в том числе экспериментальных исследований, так и с практической психологической деятельностью в разных сферах экономической жизни, предполагает обращение психологов-практиков к теории и методам научной психологии и постановку проблем эмпирических исследований исходя из запросов и проблем социально-экономической жизни и развития социума;
6. **Принцип комплексности и междисциплинарности** предполагает рассматривать во взаимной связи три типа экономической реальности:
 - рынок (это прежде всего психология потребителя и психология ведения домашнего хозяйства);
 - бизнес (поведение и психологические особенности предпринимателя, заключение сделок, ведение переговоров, конкуренция, коммерческая тайна и пр.);
 - отношения «общество — гражданин» (налоги, прибыли, инфляция, безработица, воздействие на население мероприятий экономической политики).

Отечественная система взглядов, определявшая в течение более чем семидесятилетнего периода развитие отечественной теории и практики управления, сформулировалась в основном под воздействием марксистской парадигмы экономического развития. В ней, как известно, главным критерием социальной ориентации экономики декларировалось всестороннее развитие личности человека. Роль экономического фундамента для справедливого распределения по результатам труда выполняла общественная собственность на средства производства, а в качестве главного результата общественного производства выступал план. Интерпретация данной парадигмы в процессе построения социалистического общества привела к созданию экономической теории особого типа. Крайне политизированная, она обосновывала необходимость реализации таких принципиальных положений, как концентрация производства, его монополизация на государственных предприятиях, ориентация производственной специализации на народнохозяйственную эффективность, закрытость единого народнохозяйственного комплекса страны [316].

В соответствии с этим управленческая наука развивала фундаментальные положения, обосновывающие необходимость централизации управления, моноцентрической системы хозяйствования, прямого управления предприятиями со стороны государства, ограничения их хозяйственной самостоятельности, жесткой системы распределения и связей между предприятиями.

Эта система взглядов находила отражение в теоретических разработках и практике управления социалистическим производством. И хотя уже в те вре-

мена звучали голоса, которые предупреждали о пагубности так называемой административной экономики, верх взяли авторитарная бюрократия, тоталитаристские устремления, диктаторский, а значит, и полностью субъективистский способ управления общественными и экономическими процессами.

Все управление свелось к исполнению руководящей воли вождей, возглавивших партию. Управление экономикой в бывшем СССР было построено по типу одной большой фабрики с подразделениями и филиалами по всей огромной территории страны. Отсюда — колоссальная бюрократизация и командно-административный характер системы управления практически во всех сферах жизнедеятельности общества [330].

Кроме того, произошла полная изоляция управления от того, что происходило в мире в данной области. И хотя с 60-х годов XX века на эту тему начали говорить более предметно и появилась специальная переводная литература, демократическое, правовое и эффективное управление так и не было организовано [263, 462, 463].

Вопрос об эффективности управления, которое призвано обеспечить экономическое возрождение страны, благосостояние и свободу граждан вообще не обсуждается в нашем обществе. В этой связи наиболее рельефно уровни практической реализации феномена управления в обществе показаны на рис. 1, представленном отечественным исследователем Р.Ф. Абдеевым [1].

Как видно, автор различает четыре уровня управленческой деятельности. К самому нижнему, примыкающему к максимальной энтропии, отнесены абсурдные, некомпетентные управленческие решения, существенно повышающие дезорганизацию (энтропию) общественной системы. Примеров таких решений — великое множество, начиная от геноцида по отношению к своему народу (депортации, репрессии) и заканчивая бессмысленными войнами.

Глубокий экономический кризис, технические и экологические катастрофы — следствие великого множества абсурдных решений.

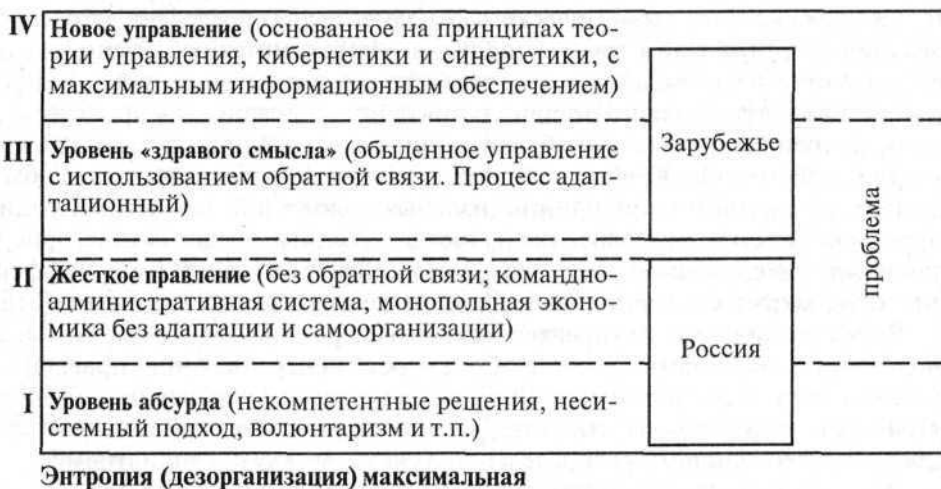


Рис. 1. Уровни практической реализации управленческой деятельности

Содержание других уровней реализации управленческой деятельности ясно из рисунка. Из их анализа следует, что задачей задач для нас остается поднятие уровня управленческой деятельности до научного с максимальным информационным обеспечением того высшего уровня, когда управление действительно становится социальной силой, несущей неслыханные возможности.

Все это в первую очередь предопределяет необходимость формирования новой управленческой парадигмы, положения которой должны выражать объективные потребности реформируемой экономики и общества в целом. Она должна выявить главные ключевые моменты, использование которых при построении новой системы национальной экономической психологии управления поможет России ускорить переход к рыночной экономике и осуществить его с наименьшими потерями для общества. Именно государственное управление призвано сыграть здесь опережающую роль и в интеллектуальном смысле, начать тянуть все общество к достойному качеству жизни. Оно должно стать реальной движущей силой всех социально-экономических преобразований в стране, с учетом революционных изменений в технологиях организациях и лидерстве на основе экономической психологии (рис. 2).

Общие черты российского менеджмента отражают этап развития цивилизации, модель экономики, социально-экономические потребности управления, уровень научно-технического прогресса и другое; специфические — национальные и исторические особенности, географические условия, уровень социально-экономического развития страны, его культуру, поэтому превалирование политического аспекта, непрофессионализм в управлении, отсутствие учета собственных (веками выработанных) национальных традиций, деформирование структуры политического управления, социумом, абсолютизация менеджерских парадигм «модных» концепций, заимствование течений в сокровищницах «мирового опыта» приводит к «тупикам» или «широким столбовым дорогам». Только собственные фундаментальные и прикладные исследования в области экономической психологии, с учетом общего и особенного, позволяет выработать национальную экономическую психологию управления [333, 334, 338].

Реальный менеджмент всегда содержит общее и особенное в определенном их соотношении и сочетании. В мире существует понимание не только менеджмента вообще как концепции, философии, типа управления, но и его различных моделей — американской, японской, немецкой, финской и т.д. Очевидно, по аналогии с этим правомерно говорить и о российской модели менеджмента.

В этой связи существуют два подхода к пониманию российского менеджмента. Первый подход — полное отрицание возможности и необходимости менеджмента в России. «У нас свой путь, мы не приемлем западные модели, у нас такое управление не приживется», слишком много затруднений исторического и национально-культурного характера. Второй подход — довольно разговоров о российской специфике, не следует преувеличивать ее значение; процессы научно-технического прогресса одинаковы, они сближают модели управления; надо брать модель менеджмента в готовом виде и использовать ее в управлении экономикой, тем более что факторов, благоприятствующих этому, больше, чем препятствующих.

Революционные изменения в технологиях, организации и лидерстве

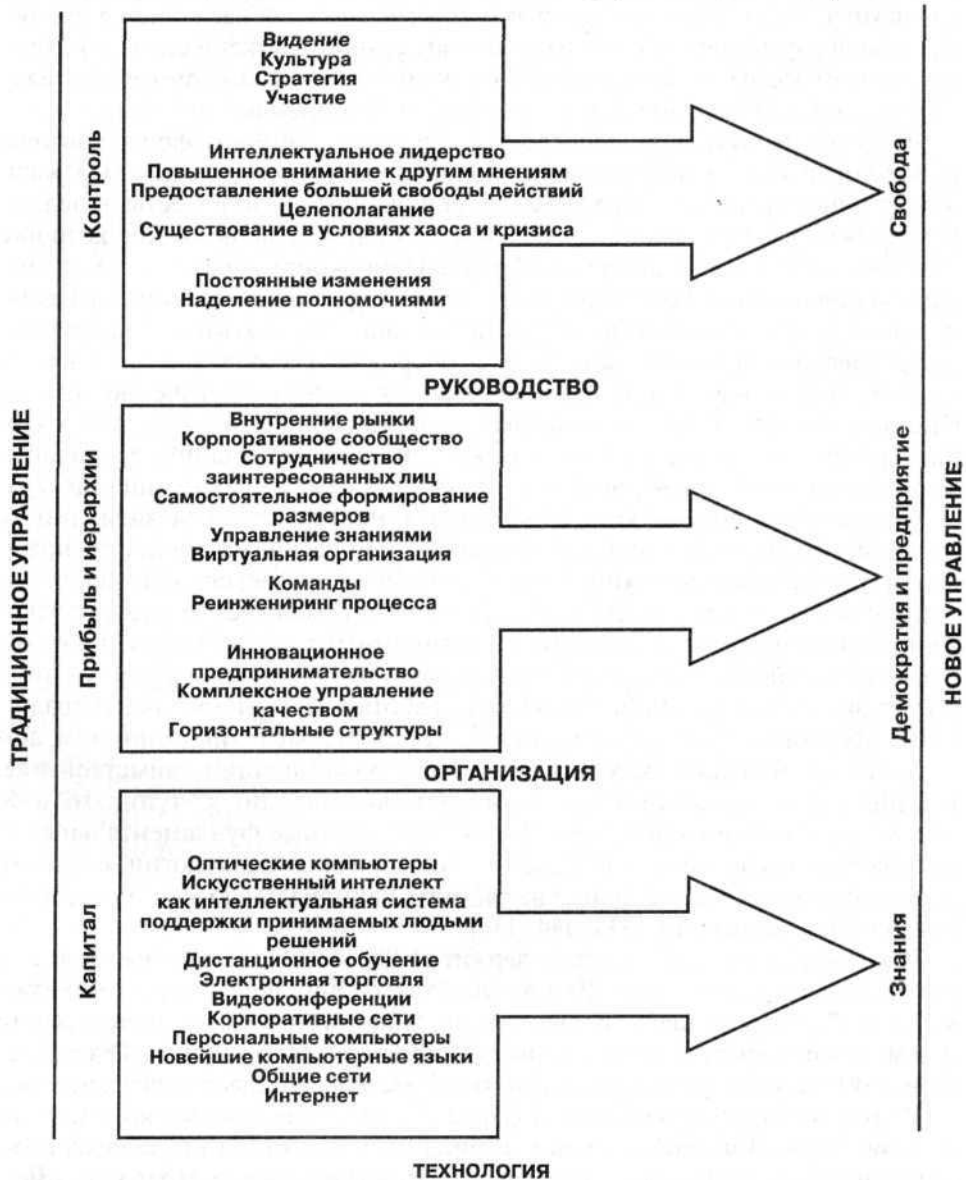


Рис. 2. Новое управление основанное на знаниях, демократии и свободе с позиций экономической психологии

Однако, как показывает анализ, существуют и те, и другие факторы. Их рассмотрение позволит сбалансированно оценить, что затрудняет, а что благоприятствует формированию новой модели (парадигмы) менеджмента в условиях перехода страны к рыночной экономике с позиций экономической психологии [316, 331, 335, 338].

1. Превалирование политического аспекта в развитии экономики России создает трудности менеджменту. Экономические связи часто оказываются в зависимости от политических процессов, которые затрудняют коммуникации, создают атмосферу опасения при инвестировании; иногда наблюдается явное преувеличение особенностей российской экономики. Процессы развития рыночных механизмов происходят неравномерно по разным регионам. Однако при этом существует развитая склонность к благотворительности и спонсорству. В сложных ситуациях переходного периода она играет ключевую роль в решении проблем государственного управления социумом.
2. Большое значение в менеджменте имеет профессионализация управления, которая определяется в первую очередь подготовкой кадров менеджеров, психологов, экономистов, юристов. В нашей стране система подготовки профессиональных кадров менеджеров при бурном ее развитии все-таки находится еще в стадии становления и поиска содержания этой специальности, а также методов их подготовки. В то же время в системе образования России есть и хорошая традиция, которая может ускорять процессы подготовки менеджеров и способствовать повышению качества их образования. Это сложившаяся десятилетиями традиционная ориентация на фундаментальную инженерно-техническую подготовку, научность профессионального образования в отличие от сугубо прагматической гуманитарной подготовки, которая сложилась на постсоветском пространстве.
3. В каждой стране складываются собственные традиции организационной культуры. Это проявляется в отношении к тем или иным видам организации. Наиболее заметны в мире особенности организационной культуры в США, Германии, Японии. Россия также имеет свою собственную организационную культуру, которая складывалась исторически и которая накладывает отпечаток на формирование современной модели управления. Нередко в российском менеджменте сталкиваются западная и российская культуры. Но есть и такое качество российской культуры, которое способствует новой парадигме менеджмента — это высокий научно-интеллектуальный потенциал, признанный во всем мире, который может сыграть положительную роль в становлении отечественного экономико-психологического понимания менеджмента и эффективном ее использовании. Ведь чем глубже способен человек понять, что ему необходимо делать, тем лучше он сделает работу.
4. Современное состояние экономики России характеризуется деформированной структурой. В нашем народном хозяйстве много высококонцентрированных производств, хозяйственных комплексов, предприятий военно-промышленного комплекса. Однако до настоящего времени оказываются практически неразвитыми предприятия малого и среднего бизнеса. А ведь многое в менеджменте зависит от структуры экономики. Однако мы имеем и хороший опыт государственного регулирования в экономической сфере. Если его использовать в соответствии с новыми задачами реформирования экономики и управления, это мо-

жет иметь необходимый эффект, способствовать формированию новой парадигмы управления.

5. В России существуют негативные традиции технократического подхода к управлению, который характеризуется смещением центра внимания руководителя на проблемы техники и технологии производства в ущерб решению конкретных проблем экономической и социально-психологической мотивации. Это управление, не сбалансированное по социально-экономическим факторам развития, способствует усилению административно-командного подхода к решению проблем, неучету «человеческого фактора».

В то же время наш опыт освоения сочетания технических и гуманитарных парадигм, высоких технологий управления этими процессами не может не пригодиться в построении новой модели управления. Развитие высоких технологий зависит от управления, и, если мы смогли освоить эти технологии, значит, в нашем опыте управления есть те черты, которые необходимы в управлении научно-техническим прогрессом.

6. В экономическом развитии Россия хоть и медленно, но движется к рыночной экономике, однако мы переживаем еще переходный период, когда существуют и действуют и прежние, и новые методы управления. Это также создает определенные трудности для развития экономической психологии. Дух предприимчивости не исчез за многие годы командно-административного управления. Он с новой силой проявляется в процессе осуществления экономических реформ и играет очень важную роль в утверждении нового экономического сознания и мышления как способа управления.
7. Российский менталитет и национальная экономическая психология также объясняют определенные особенности в решении проблем, их выборе, подходах, реакции на те или иные ситуации. Есть в нашем российском менталитете тот дух «христианской психологии», который хорошо согласуется с идеями нового менеджмента и отвечает условиям этого типа управления.

К настоящему времени на основе зарубежного и отечественного опыта реформ, сформировалась определенная *система взглядов на управление экономической в переходный период, составляющая новую парадигму управления, суть которой, исходя из наших исследований, сводится к следующему* [338].

Во-первых, необходимо изучение и повсеместное внедрение в широкую практику методов экономико-психологического управления, учитывая все нарастающий динамизм социальных процессов и могучий прогресс науки и техники за рубежом, а у нас — необходимость скорейшего вывода экономики из кризиса и приобщения страны к мировой цивилизации. Вот несколько причин того, что уровень управленческой деятельности у нас остается крайне низким: неразработанность отечественных теорий экономической психологии управления и самоорганизации; слабая управленческая подготовка в вузах (только в последние годы у нас открылись факультеты менеджмента и психологии; отчуждение людей от собственности, от бизнеса, заблокировавшее возможность их самообучения экономической психо-

логии). Решить эти проблемы возможно, лишь изменив в обществе всю систему взглядов на междисциплинарные исследования, такие как экономическая психология.

Во-вторых, необходимо гибкое сочетание методов рыночного регулирования, основанных на обратных связях, с государственным регулированием социально-экономических процессов. Это объясняется тем, что движение к рынку — сложный процесс, неременным и активным участником которого должно быть государство.

Известно, что рынок не способен решить многие проблемы, связанные с нуждами всего общества, социальным единством страны, поведением комплексных междисциплинарных научных исследований, таких как национальная экономическая психология.

Целесообразность регулирования рынка путем проведения определенной государственной политики в таких областях, как социально-экономическая, валютно-финансовая, структурно-инвестиционная и научно-техническая, была и практически повсеместно признана после разрушительного мирового кризиса конца 20-х годов. Роль государства состоит в том, что оно должно устанавливать и охранять общие правила функционирования рынка, используя такие формы вмешательства, как законодательство (в том числе антимонопольное), государственные заказы, лицензирование экспорта и импорта, установление кредитных ставок, различные формы стимулирования и контроля рационального производственного использования природных ресурсов, защиты потребителя и т.д. На государство возлагается и задача заполнения вне рыночных зон хозяйствования, к которым относятся: экологическая безопасность, защита социально-экономических прав человека (в том числе и защита потребителей), перераспределение доходов, научно-технический прогресс, ликвидация структурных и региональных диспропорций, развитие эффективных международных экономических отношений.

Выполняя эти управленческие функции, государство регулирует спрос и предложение на макроуровне, не вмешиваясь и не ограничивая действие механизма саморегуляции на уровне организаций, между которыми осуществляется товарно-денежный обмен. Долевое участие государственных органов будет меняться на протяжении всего переходного периода от значительного в начале до практического дерегулирования в конце. Различными должны быть и формы государственного управляющего воздействия, которые по мере продвижения к рынку будут все в большей мере превращаться в инструменты регулирования (налоговая, кредитная, амортизационная, тарифная политики и т.д.).

В-третьих, необходимо обеспечить формирование и функционирование рыночных хозяйствующих субъектов как открытых, социально-ориентированных систем. Концепция организаций как открытых систем означает поворот к рынку и потребителю. Каждая организация, функционирующая в рыночной среде, должна самостоятельно решать вопросы, относящиеся не только к внутренней организации, но и ко всей совокупности связей с внешней средой. Маркетинговые экономико-психологические исследования, расширение внешнеэкономических связей, привлечение иностранного капита-

ла, налаживание коммуникаций — далеко не полный перечень тех задач, которые раньше были за пределами компетенции организаций, а теперь стоят в ряду важнейших. Социальная ориентация организаций означает, что, наряду с экономической функцией, они выполняют и социальную роль. Последняя может рассматриваться в двух аспектах: как с точки зрения ориентации на потребителя и его запросы, то есть удовлетворения потребностей общества в товарах и услугах, производимых предприятием, так и с позиции решения важнейших социальных проблем трудовых коллективов и среды обитания организаций с позиций экономической психологии.

В-четвертых, необходимо самоуправление на всех уровнях и переход к полицентрической системе хозяйствования. Эволюция систем управления в переходный период должна быть направлена на формирование полицентрической системы, базирующейся на функционировании в народном хозяйстве гибких структур, способных к самоуправлению, самоорганизации и саморазвитию. В российских условиях центры хозяйствования все больше перемещаются на уровень регионов, экономическая самостоятельность которых в переходный период должна расти. С одной стороны, это приводит к увеличению количества и сложности задач, решаемых в регионах, а с другой — существенно упрощает систему управления народным хозяйством в целом, снижает энтропию (элемент случайности) и способствует росту управляемости экономики в целом.

Наконец, необходимо сочетание рыночных и административных методов управления предприятием государственного сектора экономики. В переходный период государственный сектор экономики будет сокращаться за счет расширения сферы рыночного предпринимательства и приватизации. Однако даже в конце этого периода на его долю будет приходиться существенная часть внутреннего валового продукта страны, а значение крупных и сверхкрупных предприятий для экономики вряд ли уменьшится. Управление государственными предприятиями должно базироваться на комбинации методов, носящих рыночный и административный характер. Преобладание той или иной группы методов зависит от статуса предприятий в экономической системе страны, видения макро- и микроэкономических проблем экономической психологии.

Новые концептуальные подходы к эффективному развитию государственных предприятий потребуют комплексных междисциплинарных исследований, учитывающих не только экономические методы, но и целого ряда смежных с экономикой методов (законодательных, административных, политических, психологических и др.), которые являются предметом и объектом рассмотрения, в частности, такой новой научной дисциплины для России, как экономическая психология, бурно развивающейся на рубеже третьего тысячелетия (О.С. Дейнека, А.И. Китов, Э.Х. Локшина, В.В. Новиков, В.М. Соколинский, А.В. Филиппов и др.).

Все методы управления, с учетом противоречивости интересов предприятия, можно разделить на экономические (прямые и косвенные) и смежные методы (табл. 1).

Данная классификация позволяет определить те противоречия, которые

Таблица 1
Прямые, косвенные и смежные методы управления

Прямые методы	Косвенные методы	Смежные методы
Первая группа экономических методов		Вторая группа неэкономических методов
Гос.заказы, гос.инвестиции, гос.дотации, гос.субсидии и др.	Налоговое регулирование, валютное регулирование, финансовое регулирование и др.	Административное регулирование, законодательное регулирование, политическое и экономико- психологическое регулирование

Таблица 2
Противоречия интересов государства-собственника и государства как общественного и политического института

Интересы государства как собственника	Интересы государства как общественно-политического института
1. Увеличение дивидендов	1. Выпуск товаров для общественного потребления
2. Приспособление к требованиям рынка	2. Приоритет госзаказа
3. Снижение налогов на производство и расширение налоговых льгот	3. Сохранение и даже повышение налогов на предприятия в целях пополнения госбюжета
4. Осуществление крупных централизованных инвестиционных программ	4. Сокращение дефицита госбюжета
5. Повышение эффективности работы госпредприятий	5. Поддержание уровня занятости населения и снижение безработицы
6. Повышение закупочных цен	6. Снижение закупочных цен
7. Завоевание монопольного положения на рынке	7. Проведение антимонопольной политики
8. Экспортные льготы	8. Увеличение поступлений в бюджет от экспорта
9. Защита внутреннего рынка от зарубежных конкурентов	9. Насыщение внутреннего рынка более дешевыми и качественными товарами

лежат в основе выбора тех или иных методов управления предприятием со стороны государства.

Необходимо разрабатывать и применять на практике систему государственного регулирования, состоящую из комплекса методов, направленную на адаптацию и оптимизацию деятельности государственных предприятий к рыночным отношениям, а также их эффективного развития, т.е. такая система регулирования должна учитывать экономико-психологические противоречия (табл. 2).

По мнению большинства экспертов, Россия обладает большим потенциалом интеллектуального ресурса в виде идей и изобретений инженеров и ученых, приемов и техник менеджеров и экономистов, умений и навыков специалистов в разных профессиональных сферах. Как управлять человеческой мыслью, воплощенной в новых технологиях? Эта проблема особенно актуальна в современных условиях, когда главным капиталом становятся знания, информация и демократические свободы, а основным средством — человек.

Деятельность участников рыночных отношений напрямую связана с об-

щеэкономическими процессами: инфляцией, безработицей, ценообразованием, законами спроса и предложения и т.д. Как люди реагируют на эти процессы? Как управлять быстро наступающими изменениями и инновациями? Это важная забота управленцев-менеджеров, психологов, людей, принимающих стратегические решения в обществе.

Все настойчивее ученые экономисты подчеркивают связь микро- и макроэкономики с управленческой практикой и социальной политикой. Именно поэтому так бурно развивается в России междисциплинарная наука — экономическая психология, которая, по определению Международной ассоциации исследователей, изучает механизмы и процессы активности людей в экономической жизни; их предпочтения, выборы, решения и воздействующие на них факторы; последствия принимаемых решений.

Предметом изучения экономической психологии являются латентные механизмы человеческой психики, определяющие поведение личности и социальных групп в ответ на изменения таких экономических факторов, как отношения собственности, инфляция, условия найма и оплата труда, финансовые кризисы, реклама и т.д.

В систему знаний этой науки входят эргономика, менеджмент, маркетинг, организационная психология (поведение), психология личности и группы, психология труда и инженерная психология, психология рекламы, этика делового общения, социология, экономическая теория и другие разделы экономики и целого ряда других наук.

По мнению А.И. Муравьева, экономическая психология позволяет эффективно анализировать и решать многие экономико-психологические и социальные проблемы, возникающие в обществе с переходными видами собственности. Особенная разрешительная способность этой науки в том, что, «с одной стороны, она объясняет переход от личностного, духовного к экономическому, а с другой — открывает новые способы экономического роста на основе активизации личности» [405].

Переход России к рыночной экономике может быть осуществлен только при увязке и согласовании таких важнейших составляющих национальной экономической психологии, как государственная политика по отношению к гражданам (рынок труда), благоприятный инвестиционный климат (финансовый рынок), рынок новых товаров и услуг (производство конкурентоспособных товаров на уровне мировой новизны). Причем именно рынок производства, связанный с научно-техническим прогрессом и охраной интеллектуальной собственности, определяет макроэкономические показатели экономического благополучия страны.

Экономическое благосостояние населения является не только основной подструктурой качества жизни, но и напрямую замыкается на такой интегральный экономико-психологический критерий качества жизни, как экономическое самочувствие, включающий следующие компоненты:

- *Эмоциональный компонент* — доминирующее настроение, характер ситуативных эмоциональных состояний, уверенность в завтрашнем дне.
- *Когнитивный компонент* — характер оценки и понимания социальных процессов, своего места в системе социальных отношений.

- *Поведенческий компонент* — готовность человека к тем или иным изменениям своей социальной позиции, уровень социальной активности.
- *Интегральные характеристики* — удовлетворенность своей социальной позицией, реализованностью в трудовой деятельности, уверенность в жизни, удовлетворенность государством как субъектом социальной ответственности.

Итогом взаимодействия всех компонентов благосостояния является экономико-финансовая свобода выбора. Из-за дефицитов в некоторых звеньях структуры (задолженности государства по зарплате) или дисбалансов, например в звене вклад — отдача, труд — доход (нет зависимости оплаты от квалификации, усилий, способностей), свобода выбора остается нереализуемой, следовательно, национальная экономическая психология социума будет способствовать не процветанию общества и государства, а дальнейшему анализу психологических причин бедности населения и обнищания государства.

Экономико-психологический анализ всех базовых компонентов качества жизни населения и удовлетворенности каждым членом общества своим местом в социуме показывает, что у большинства людей на постсоветском пространстве нарушена временная перспектива экономического поведения, в основе которой лежит целый ряд ошибок и просчетов, связанных с разгосударствлением собственности.

На постсоветском пространстве в практической плоскости реальной экономической политики оказался наиболее радикальный, а потому формальный вариант разгосударствления собственности в отечественной промышленности. Общество получило новых, без государства, в большинстве случаев недееспособных титулованных собственников. Подавляющее большинство предприятий после скоростной приватизации нуждается в государственной поддержке. Можно констатировать: с позиций экономической психологии приватизации в отечественной промышленности не было; произошла лишь анархическая коммерциализация и криминализация государственной собственности, приведшая к диффузии экономической власти государства и сращиванию чиновничье-бюрократического аппарата с появляющимися монополистически-олигархическими структурами. Государственная собственность оказалась в сложном положении: с одной стороны, приватизации в экономическом смысле в промышленности не произошло, с другой — стали еще более размытыми экономические права государственной собственности. Причиной столь негативного результата явился серьезный методологический просчет: *высококонцентрированное, преимущественно естественно-монопольное промышленное производство России было реальной, а не искусственной, основой высокого уровня обобществления, адекватной формой которого была общая государственная собственность.* Любая попытка «усовершенствовать» данную ситуацию путем тех или иных способов деобобществления с самого начала была обречена на провал. Магистральный путь совершенствования отношений государственного присвоения состоит в научно обоснованной, оптимальной децентрализации ряда функций государственного управления экономикой, демократизации всей системы социально-экономических отношений при усилении контрольных функций

со стороны общества по отношению к избираемым и назначаемым им чиновникам-управленцам, разумной коммерциализации при действительном повышении роли и оперативной самостоятельности первичных хозяйственных звеньев на основе экономической психологии.

В ходе приватизации в отечественной промышленности не были должным образом учтены реалии современной социально ориентированной рыночной экономики, где основой является не мелкий и средний бизнес, а высококонцентрированное производство и развитый государственный сектор. Просчеты первого Президента России Б.Н. Ельцина и его «управленческой команды» в процессе приватизации привели к катастрофической ситуации: выбытию из производственного оборота основных фондов и высококвалифицированной рабочей силы, причем в наиболее прогрессивных отраслях промышленности, при одновременной нехватке в обществе продукции этих отраслей. Содержание и логика приватизации сделали «экономически выгодным и целесообразным» *продажу на мировом рынке природных ресурсов страны и там же приобретение конечной продукции потребительского назначения*. В итоге отечественные ресурсы используются не полностью, устаревают физически и морально, деградирует трудовой потенциал нации. Существовавший здесь ранее производственно-трудовой способ присвоения благ уже не просто деформируется, а напрямую ликвидируется либо принимает иррациональные формы бытия, а порой просто примитивизируется.

На современном этапе развития экономики в России нарушены все основные принципы «конкурентного порядка», провозглашенные экономическими психологами Д. Канеманом и А. Тверски, лауреатами Нобелевской премии 2002 года в области экономики [338]:

- стабильность денежного обращения, при которой снабжение народного хозяйства деньгами определяется центральным банком, а не коммерческими кредитными учреждениями, зависящими от конъюнктурных соображений, и не хозяйственно-политическими целеустановками государства; поддержание тем самым ценности национальной денежной единицы, которая пользуется всеобщим доверием;
- открытые рынки, гарантия доступа на рынки для всех хозяйственных субъектов как со стороны предложения, так и со стороны спроса, причем никакая силовая частная группа не может закрывать свои рынки; все необходимые исключения или особенности (монополия денежной эмиссии центрального банка, патенты, таможенные пошлины) должны строго ограничиваться законодательством;
- частная собственность — это собственность, которая прежде всего обеспечивает возможность децентрализованного принятия решений непосредственно предпринимателем, не дожидаясь приказов вышестоящей (государственной) инстанции; децентрализованное планирование и регулирование являются неотъемлемой составной частью (и даже конституирующим элементом) конкурентного порядка. И напротив, только в условиях конкуренции частная собственность рациональна и эффективна в экономическом и социальном смысле;

Методологические принципы экономической психологии и некоторые перспективы...

- **свобода договоров** между хозяйственными субъектами, которая вытекает из их права децентрализованно принимать решения, при исключении таких договоров, которые ограничивают или устраняют свободу договоров для других хозяйств (например, картельные соглашения);
- **полная хозяйственная и имущественная ответственность** тех, кто принимает решения и осуществляет деятельность как в фирмах, так и в домашних хозяйствах; невозможность перекладывать ответственность и риск на других (например, на кредиторов), а также принимать на себя риск за «чужие» решения (например, государственных плановых инстанций), даже если эта деятельность происходит в условиях сохранения частной собственности;
- **стабильность экономической политики** с целью обеспечить предсказуемые условия инвестирования, известные исходные данные для хозяйственного планирования на микроуровне; постоянство условий снижает степень риска и тем самым способствует конкуренции, тогда как колебания политического курса способствуют образованию властных структур.

Именно нарушение экономико-психологических закономерностей реализации вышеуказанных принципов приводит к неэффективному использованию частной собственности и нарастанию противоречий между владельцами капитала и владельцами интеллектуальной собственности и знаний, когда институт рыночного хозяйства приводит к негативным последствиям для России: вывоз капитала, «утечка мозгов», дальнейшее снижение качества жизни населения.

Не вызывает сомнений тот факт, что становление и развитие экономической психологии будет способствовать более глубокому и современному пониманию экономических явлений с учетом их психологической составляющей, выработке навыков использования некоторых экономико-психологических закономерностей, поможет формированию нового экономического мышления специалистов, что в конечном итоге позволит обеспечить достойный уровень и качество жизни российского социума.

Библиография

1. Авдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: Наука, 1994.
2. Абульхановой-Славская К.А. Сознание личности в кризисном обществе. М.: Институт психологии РАН, 1995.
3. Абчук В.А. Азбука бизнеса. СПб.: Образование, 1994.
4. Абчук В.А. Основы предпринимательства. М.: Витапресс, 1995.
5. Аванесов В.С. Тесты в социологическом исследовании. М.: Наука, 1982.
6. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. М.: Юристь, 1999.
7. Агарков М.М. Ученые о ценных бумагах. М.: Финстатинформ, 1993.
8. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М.: Наука, 1991.
9. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1990.
10. Адлер А. Наука жить. Киев: Port-Royal, 1997.
11. Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). М.: Экономика, 1982.
12. Азов Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
13. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. М.: Сов. радио, 1974.
14. Актуальные проблемы реформирования отношений собственности в современной России: Межвузовская научно-практическая конференция. Тезисы докладов и выступлений / Отв. ред. Б.В. Салихов. М.: МГЭИ, 2002.
15. Алексеев М.Ю. Рынок ценных бумаг. М.: Финансы и статистика, 1992.
16. Алексеевский В.С. Психология криминального поведения менеджеров и экономистов в условиях рынка и задачи экономической психологии // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва; Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1.
17. Алехин Б.И. Рынок ценных бумаг, введение в фондовые операции. М.: Финансы и статистика, 2001.
18. Алтухов П.Л. Классификация методов управления деятельностью государственных предприятий с учетом экономической психологии рыночных отношений // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва; Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1.
19. Ананьев Б.Г. Проблема «человеческого фактора» в управлении. Психологические проблемы социальной регуляции поведения. М.: Наука, 1976.
20. Андерсон Р., Шихирев П. «Акулы» и «Дельфины». Психология и этика российско-американского делового партнерства. М.: Дело ЛТД, 1994.
21. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Издательство МГУ, 1994.
22. Андреева И.В. Экономическая психология. СПб.: Питер, 2000.
23. Аникин А.В. Путь исканий. Социально-экономические идеи в России до марксизма. М.: Политиздат, 1990.
24. Анисимов Ю.П. Проблемы планирования затрат на освоение новой продукции и источники их возмещения в производственном объединении. Ускорение процесса «исследование — производство». М.: Экономика, 1999.
25. Анохин П.К. Психическая форма отражения действительности // Избр. произведения. Философские аспекты теории функциональной системы. М.: Наука, 1978. С.336—360.
26. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ. (Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко). М.: Экономика, 1989.
27. Антипин В.В., Словот Ю.А., Сударик А.Н. Проблемы экономико-психологического регулирования интеллектуальной собственности, создаваемой за счет средств федерального бюджета // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономи-

Библиография

- ческой психологии. Москва, Калуга, Институт психологии РАН, КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 20–24.
28. Аристов Д.В., Гольяев А.А., Горюхин Б.Н., Смарагдов И.А. Ценные бумаги в сберегательном банке России. Тула: Изд-во «Шар», 2002.
 29. Аукционек С.П. Теория перехода к рынку. М.: Изд-во «SvRApгyc», 1995.
 30. Багрцов С.А. Автоматизация процессов анализа и оценки социально-психологических характеристик малых групп: Тезисы научных сообщений Всесоюзной конференции «Методы и технические средства психологической диагностики» / Ред. Ю.М. Забродин, В.В. Плотников. Орел: АН СССР, 1988. С. 22–24.
 31. Багрцов С.А., Ермаков А.Г., Спасенников В.В. Аппаратные и программные средства анализа нечеткой информации в процессе социально-психологической диагностики / Совместная деятельность в условиях социально-экономических изменений. М: ИП РАН, 1997. С. 106–115.
 32. Багрцов С.А., Спасенников В.В. Психология стратегического менеджмента в обеспечении экономической безопасности регионов России // Научный сборник пленарных докладов I Всероссийских чтений памяти проф. В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». Москва; Калуга: Институт Востоковедения РАН; МАПН, КФ МГЭИ, 2001. С. 35–44.
 33. Базаров Т.Ю. Социально-психологические детерминанты технологий управления персоналом организации // Труды I-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва; Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 25–28.
 34. Бартенев С.А. История экономических учений в вопросах и ответах. М.: Юристь, 1998.
 35. Бассин В.Ф. Проблема бессознательного. М.: Медицина, 1968.
 36. Бассин В.Ф., Прангишвили А.С., Шерозия А.Е. О проявлении активности бессознательного в художественном творчестве // Вопросы философии. 1978. №2. С. 57–69.
 37. Батаршев А.В. Психология предпринимательской деятельности. Таллин: Изд-во «Эмоно-Р», 1994.
 38. Беккер Г. Человеческий капитал. Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал//США: Экономика, политика, идеология. 1993. №11. С. 19–37.
 39. Беклешев Д.В., Бердников А.Н. Совместное предпринимательство с зарубежными контрагентами. М.: Изд. «Реклама, информация, маркетинг», 1991.
 40. Бердяев Н.А. Философия свободного духа. М.: Республика, 1994.
 41. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. М.: Прогресс, 1988.
 42. Бернар И., Колли Ж.К. Толковый экономический и финансовый словарь. М.: Международные отношения, 1994.
 43. Беседы и суждения Конфуция. СПб.: Изд-во «Кристалл», 2001.
 44. Бехтерев В.М. Коллективная рефлексология. Пгг.: Книга, 1921.
 45. Биржевая Деятельность / Под ред. А.Г. Грязновой, Р.В. Корнеевой, В.А. Галанова. М.: Финансы и статистика, 1995.
 46. Бобровников Г.Н., Клебанов А.П. Прогнозирование в управлении техническим уровнем и качеством продукции. М.: Изд-во стандартов, 1984.
 47. Бовыкин В.И. Новый менеджмент: Управление предприятиями на уровне высших стандартов: Теория и практика эффективного управления. М.: Экономика, 2002.
 48. Богачев С.П. Основы новой теории спроса. Калуга: «Облиздат», 2001.
 49. Богачев С.П. Системно-потребностный подход — основа теории покупателя // Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика. 2001. №3. С. 30–46.
 50. Богданов А.А. Всеобщая организационная наука (Тектология). Пгг.: Книга, 1925.
 51. Богданов В.А., Семенов В.Е. Системный подход к изучению социально-психологических явлений в производственном коллективе // Социально-психологические проблемы производственного коллектива. М.: Изд-во МГУ, 1983.
 52. Британский С.В., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискуссионные вопросы, пути обновления. М.: Мысль, 1991.
 53. Брагинский С.В. Кредитно-денежная политика в Японии. М.: Наука, 1999.
 54. Бровкин Н.Е., Обросов П.П. Прогнозирование расходов на уплату процентов за кредит // Деньги и кредит. 1997. №5. С. 44–49.

55. Брушлинский А.В. Субъект: мышление, учение, воображение. М.: Изд-во «Институт практической психологии», 1996.
56. Будилова Е.А. Проблемы социальной психологии в трудах В.М. Бехтерева (к 60-летию «Коллективной рефлексологии») // Психол. журнал. 1981. Т. 2. №6. С.135-141.
57. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. Минск: НТЦ АПИ, 2001.
58. Букан Дж., Кенигсберг Э. Научное управление запасами. М.: Наука, 1999.
59. Булгаков С.Н. Философия хозяйства. М.: Наука, 1990.
60. Бунч П.Г. Плановые показатели, экономические нормативы и правила // Вопросы экономики. 1980. №2. С. 35—45.
61. Бункина М.К. Монетаризм. М.: Дело и Сервис, 2002.
62. Бункина М.К., Семенов А.М. Экономика и психология. На перекрестке наук. М.: Дело и Сервис, 1999.
63. Бурдаков В.П. Эффективность жизни (введение в эконатерику). М.: Энергоатомиздат, 1997.
64. Бурдуков П.Т. Вопрос о земле и национальная безопасность // Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности / Отв. ред. А.И. Гавриков, А.В. Дерягин, В.В. Спасенников. Москва; Калуга: Институт востоковедения РАН; КФ МГЭИ, 2001. С. 293-397.
65. Валлийцев С.В. Оценка бизнеса и инновации. М.: Изд-во Филин, 1997.
66. Валентинов Н. (Н. Вольский) Новая экономическая политика и кризис партии после смерти Ленина. Годы работы в ВСНХ во время НЭПа. Воспоминания. М.: Современник, 1991.
67. Валовой Д.В. Рыночная экономика: возникновение, эволюция, сущность. М.: Инфра-М, 1997.
68. Васильев А.К. Потребность: качество, цена, спрос. Киев: Вища школа, 1993.
69. Василенко И.В., Дулина Н.В., Токарев В.Д. Социальные установки молодых предпринимателей // Социологические исследования. 1995. №3. С. 170—173.
70. Васильев В.Л. Психологический анализ развития коррупции, теневой экономики и организованной преступности //Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва; Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 29-30.
71. Введение в рыночную экономику. / Под ред. А.Я. Лившица. М.: Экономика, 1994.
72. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской, О.В. Соловьевой. М.: Сов.радио, 1974.
73. Введение в эргономику / Под ред. В.П. Зинченко. М.: Сов. радио, 1974.
74. Вводные курс по экономической теории: Учебник / Под ред. Г.П. Журавлевой. М.: ИНФРА-М, 1997.
75. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения / Пер. с нем. М.: Прогресс, 1990. С. 61—272.
76. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 495—510.
77. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
78. Величковский Б.М. Установка и сознательный контроль в психологии познания // Д.Н. Узнадзе — классик советской психологии. Тбилиси: Изд-во «Мецниереба», 1986. С. 73—89.
79. Венда В.Ф. Система гибридного интеллекта. М.: Машиностроение, 1990.
80. Венда В.Ф., Танаев В.П., Санников А.И. Информационное взаимодействие операторов при групповом решении задач // Теория и эксперимент в анализе труда оператора. М.: Наука, 1983. С. 77-95.
81. Венецкий И.Г., Венецкая В.И. Основные математико-статистические понятия и формулы в экономическом анализе. М.: Статистика, 1999.
82. Вентцель Е.С. Исследование операций: задачи, принципы, методология..М.: Наука, 1980.
83. Вербийский А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. М.: Высшая школа, 1991.
84. Вербийский А.А. Контекстное обучение: теория и технология // Новые методы и средства обучения. №2 (16). М.: Знание, 1994. С. 3-57.
85. Верин В.П. Преступления в сфере экономики. М.: Дело, 1999.
86. Визер Ф. Теория общественного хозяйства // Австрийская школа в политической экономике: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф.Визер. М.: Экономика, 1992.

Библиография

87. Винер Дж. Концепция полезности в теории ценности // Теории потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.
88. Вильданова А.А., Алавидзе Т.Л., Антонок Е.В. Восприятие частного предпринимательства и частного предпринимателя // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 1997. №4. С.17—25.
89. Вите С.Ю. Конспект лекций о народном и государственном хозяйстве. СПб.: Образование, 2002.
90. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. М.: Гардарики, 2002.
91. Власевич Ю.Е., Бартеков С.А. Экономика России: эффекты и парадоксы. М.: Экономика, 1995.
92. Волгин Н.А., Николаев С.В. Доходы работника и результативность производства. М.: Луч, 1994.
93. Волков И.П. Руководителю о человеческом факторе: Социально-психологический практикум. Л.: Лениздат, 1989.
94. Воробьев Ю.Ф. НЭП.: дискуссионные проблемы // Новая экономическая политика: уроки хозяйственных реформ. М.: Современник, 1991. С. 3—10.
95. Выготский Л.С. Развитие высших психических функций. М.: Изд-во АПН РСФСР, 1960.
96. Гаврилов Р.В. Производительность труда: показатели планирования и методы изменения. М.: Экономика, 1985.
97. Гальчинский А.С. К. Маркс и развитие экономической мысли Запада. М.: Экономика, 1990.
98. Геретик Ш. Критика буржуазных теорий политэкономии. М.: Прогресс, 1977.
99. Гибш Г., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. М.: Прогресс, 1972.
100. Гильфердинг Р. Капитализм, социализм и социал-демократия: сборник статей и речей Р. Гильфердинга. М.—Л.: Госиздат, 1928.
101. Гладков И.С. Экономика и мирохозяйственные связи промышленно развитых и развивающихся стран. М.: Международные отношения, 1996.
102. Глазьев С.Ю. Геноцид, Россия и новый мировой порядок. Стратегия экономического роста на пороге XXI века. М.: ЮНИТИ, 1997.
103. Глоточкин А.Д., Ложкин Г.В., Спасенников В.В. Методика формирования малых групп с учетом межличностных и операционных аспектов взаимодействия // Психологический журнал. 1986. Т.7 №1. С. 22-29.
104. Глушенко В.В. Функционально-логическое проектирование синергических финансово-промышленных групп и холдингов//Авиационная промышленность. 1996. №10. С. 87—92.
105. Голубева Г.Ф., Спасенников В.В. Особенности национальных выборов в российской глубинке // Научный сборник пленарных докладов 1 Всероссийских чтений памяти проф. В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». М.; Калуга: Институт востоковедения РАН, МАПН, КФ МГЭИ, 2001. С. 267-277.
106. ГОСТ 22973-78. СЧМ. ОЭТ. Классификация. М.: Издательство стандартов, 1978.
107. Грей К. Предпринимательство в 90-х годах // Иностранная психология. 1997. №9. С. 37—45.
108. Гришаев С.П. Что нужно знать о ценных бумагах. М.: Юрист, 1997.
109. Гумилев Л.Н. География этноса в исторический период. Л.: Наука, 1990.
- ПО. Давыдов В.В., Зинченко В.П. Принцип развития в психологии // Вопросы философии. 1980. №12. С. 47-60.
111. Давыдов Ю.Н. Веберовская социология капитализма // Социологические исследования. 1994. №8-9. С. 185-193.
112. Дейнека О.С. Экономическая психология. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
113. Дейнека О.С. Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании // Психологический журнал. 2002. №6. С. 13—21.
114. Демидова Л.А. Институциональные аспекты становления российского высшего образования // Институциональные реформы в современной России: опыт, проблемы, перспективы. Материалы Межвузовской научно-теоретической конференции М.: МГЭИ, 2000. С. 3-18.
115. Деминов Л.И. Некоторые психологические аспекты инновационных процессов в малом бизнесе // Психология и экономика. Материалы 2-й Всероссийской конференции по экономической психологии. Т. 9. Вып.8. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. С. 32-44.
116. Демин А.И. Информационная теория экономики. Микромодель. М.: Издательство «Палев», 1999.

117. Дзарасов С. План и рынок в текстологической концепции А.А. Богданова // Экономист. 1995. №10. С. 15—24.
118. Дизель П., Мак-Кинли У. Поведение человека в организации. М: Прогресс, 1993.
119. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Политиздат, 1991.
120. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Коннов В.А., Курганский С.А. Производительные силы человека: структуры и формы проявления. СПб.: Изд-во ГУЭФ, 1992.
121. Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии. М.: МГУ, 1987.
122. Донцов А.И. Проблемы групповой сплоченности. М.: МГУ, 1979.
123. Донцов А.И. Психология коллектива: Методологические проблемы и исследования: Учебное пособие для вузов. М.: МГУ, 1984.
124. Дружинин В.В., Конторов Д.С. Проблемы системологии. М.: Сов. радио, 1976.
125. Дружинин В.Н. Экспериментальная психология. СПб.: Изд-во «Питер», 2000.
126. Друкср П.Ф. Управление, национальное на результаты. М.: Техническая школа бизнеса, 1994.
127. Дубонос В.П., Таукач Г.Л. Основы управления социалистическим производством. Киев: Вища школа, 1989.
128. Дунин-Барковский Е.Н. Математическая статистика. М.: Наука, 1970.
129. Дьяченко М.И., Кандыбович Л.А. Психологические проблемы готовности к деятельности. Минск: БГУ, 1976.
130. Дэвид Мерсер. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира / Общ. ред. В.С. Загашвили. М.: Прогресс, 1991.
131. Дюркгейм Э.О. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Прогресс, 1991.
132. Дятлов С.А. Основы теории человеческого капитала. СПб.: Изд-во ГУЭФ, 1994.
133. Евланов Л.Г. Теория и практика принятия решений. М.: Экономика, 1984.
134. Евстигнеев Х.А., Евстигнеев Р.Л. Российская экономика в контексте теории Кейнса // Вопросы экономики. 1997. №3. С. 13-22.
135. Ерина С.И., Кузьмин Е.С. Разрешение ролевого конфликта в деятельности руководителя первичного производственного коллектива // Психологические проблемы рационализации трудовой деятельности. Ярославль: ЯрГУ, 1990. С. 17—32.
136. Ермаков А.Г., Спасенников В.В. Экономическая психология в подготовке будущих управленцев, психологов и экономистов. // Психология и практика. Ежегодник РПО. Т. 4. Вып. 4. Ярославль: ЯрГУ, 1998. С. 240—244.
137. Ермолаева Е.П., Ермаков А.Г., Спасенников В.В. Экономическая психология предпринимательской деятельности: прогнозирование профессиональной успешности. Учебное пособие. М.: Издательский центр «Академия», 1999.
138. Ефимкин А.П. Дважды реабилитированные: Н.Д. Кондратьев, Л.Н. Юровский. М.: Финансы и статистика, 1991.
139. Жид Ш., Рист Ш. История экономических учений. М.: Экономика, 1995.
140. Жуков Ю.М., Петровская Л.А., Растянный П.В. Диагностика и развитие компетентности в общении. Киров: Изд-во «ЭННОМ», 1991.
141. Журавлев А.Л. Социально-психологические проблемы управления // Прикладные проблемы социальной психологии. М.: Наука, 1983. С. 173—189.
142. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. 1993. Т. 14. №6. С. 20—32.
143. Журавлев А.Л., Позняков В.П., Дорофеев Е.Д. Социально-психологические факторы деловой активности и успешность деятельности предпринимателей // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 44—67.
144. Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 258-272.
145. Журавлев Н.А. Динамика ценностных ориентации российских предпринимателей в изменяющемся обществе // Психология управления в современной России. Тверь: Изд-во «Альба», 2001. С. 132—135.

Библиография

146. Заболотин Г.А. Психологическая поддержка детей-сирот международными фондами как фактор профессионального обучения // Научный сборник пленарных докладов I Всероссийских чтений памяти В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». Москва—Калуга: Институт Востоковедения РАН; МАПН; КФМГЭИ, 2001. С. П-118.
147. Забродин Ю.М. Психологический эксперимент: специфика, проблемы, перспективы развития // История становления и развития экспериментальной психологии в России. М.: Наука, 1990. С. 22-28.
148. Задорожнюк И.Е. О первой попытке психологической интерпретации феномена стагфляции // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. Т. 9. С. 112-116.
149. Задорожнюк И.Е., Зозулюк А.В. Феномен риска и его современные экономико-психологические интерпретации // Психол. журнал. 1994. Т. 15. №2. С. 26—37.
150. Зыбкин В.Г., Чернышев А.П. Менеджер: психологические секреты профессии. М.: Изд-во ЦИТП, 1992.
151. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. №3. С. 3—12.
152. Заславская Т.Н., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. Новосибирск: Наука, 1989.
153. Зараковский Г.М., Рысакова С.Л. О результативности инженерно-психологических и эргономических исследований // Психол. журнал. 1981. Т. 2. №2. С. 66—72.
154. Зараковский Г.М., Сафонов А.В., Спасенников В.В. Экономико-психологические, социологические и психофизиологические показатели в оценке качества жизни населения // Качество жизни региона: определение, проблема, оценка. Межвузовский сборник трудов научно-практической конференции «Весна - 2003». Калуга: КФ МГЭИ, 2003. С.3—21.
155. Захарчук С.В., Макаренко А.Д., Пуляшкин В.В. Проблемы менеджмента персонала с позиций эргономики и экономической психологии // Научный сборник пленарных докладов I Всероссийских чтений памяти В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». Москва—Калуга: Институт Востоковедения РАН; МАПН; КФ МГЭИ, 2001. С.119-124.
156. Земская В.В. Кредитный механизм и интенсификация промышленного производства. М.: Финансы и статистика, 2001.
157. Зимичев А.М. Психология политической борьбы. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998.
158. Зинченко В.П., Мунипов В.М. Основы эргономики. М.: Изд-во МГУ, 1980.
159. Знаков В.В. Правда и ложь в сознании русского народа и современной психологии понимания. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1993.
160. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994.
161. Зотова О.И., Новиков В.В., Шорохова Е.В. Особенности психологии крестьянства. М.: Наука, 1983.
162. Иванов И.Д. Расширение Евросоюза: сценарий, проблемы, последствия // Мировая экономика и международные отношения. 1998. №9. С. 22—33.
163. Иноземцев В.Л. Эксплуатация: феномен сознания и социальный конфликт // Свободная мысль. 1998. №2. С. 16-23.
164. Ионова Е.Б. ЮАР: социальные приоритеты и макроэкономическая стратегия // Мировая экономика и международные отношения. 1998 №9 С. 146—149.
165. Ипполитов Г.К. Труд создателей новой техники: стимулы и эффективность. М.: Экономика, 1989.
166. История экономического развития России: Учебное пособие для вузов / Под ред. А.К. Шуркалина. М.: «Издательство ПРИОР», 2000.
167. Калина А.В., Корнеев В.В., Кошечев А.А. Рынок ценных бумаг (теория и практика). Киев: МАУП, 1997.
168. Калинин Ю.И. Культурологический аспект формирования исторического самосознания народа как парадигма творческого осмысления отечественной истории // Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности / Отв. ред. А.И. Гавриков, А.В. Дерягин, В.В. Спасенников. Москва—Калуга: Изд-во «Институт востоковедения РАН», 2001. С. 125—134.

169. Капустян В.И., Махотенко Ю.А. Конструктору о конструировании атомной техники. Системно-морфологический подход в конструировании. М.: Атомиздат, 1981.
170. Карасев А.И., Крамер Н.Ш., Савельева Т.И. Математические методы и модели в планировании. М.: Экономика, 1987.
171. Карданская Н.Л. Основы принятия управленческих решений. М.: Русская Деловая Литература, 1998.
172. Карпунин М.Г., Любинецкий Я.Г., Майданчик Б.И. Жизненный цикл и эффективность машин. М.: Машиностроение, 1989.
173. Карпов А.В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. М.: Гардарики, 1999.
174. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить: Пер. с англ. Киев: Наукова думка, 1989.
175. Карнышев А.Д. Собственность как исходное, первое и главное понятие экономической психологии // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. Т. 9. Вып.7. С. 20-33.
176. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1988.
177. Китов А.И. Психология управления. М. Академия народного хозяйства при Правительстве СССР, 1979.
178. Китов А.И. Экономическая психология. М.: Экономика, 1987.
179. Китов А.И. К вопросу об экономико-психологическом исследовании труда // Психол. журнал. 1983. Т. 4. №5. С. 68-80.
180. Китов А.И. К истории зарождения и развития экономической психологии // Труды 1-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии. Т. 2. Москва—Калуга: РГНФ; РПО; ИПРАН; КГПУ; КФ МГЭИ, 2000. С. 20-25.
181. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалова Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 2003.
182. Климов Е.А. Экономическая среда и психика // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 6-18.
183. Коваленко Е.Ф., Спасенников В.В. Теория игр в исследовании операций и экономической психологии. М.: МГЭИ, 2002.
184. Комков Н.И. Модели программно-целевого управления. М.: Наука, 1981.
185. Коллинз Г., Блэй Дж. Структурные методы разработки систем: от стратегического планирования до тестирования. М.: Финансы и статистика, 1966.
186. Коллектив. Личность. Общение: Словарь социально-психологических понятий / Под ред. Е.С. Кузьмина и В.Е. Семенова. Л.: Лениздат, 1987.
187. Корнелиус Х., Фэйр III. Выиграть может каждый. Как разрешать конфликты: Пер. с англ. М.: АО «Стрингер», 1992.
188. Королев В.Б., Никольская Н.И. Ретроспективный анализ и современное состояние проблемы управления человеческими ресурсами в экономической психологии // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва-Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 61—70.
189. Королев В.Б. Коммерческое право: Вопросы и ответы / Под ред. И.В. Ершовой. М.: Юриспруденция, 2000.
190. Королев В.Б., Спасенников В.В. Экономическая психология как научная основа менеджмента // Региональная экономика, наука и инновации. Калуга: Изд-во «ЭЙДОС», 1997. С. 12-20.
191. Коглер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1991.
192. Котов И.М., Спасенников В.В. Влияние этнического фактора на внутригрупповое взаимодействие // Материалы 3-го Конгресса этнографов и антропологов. М.: Институт этнографии РАН, 1999. С. 353-355.
193. Кричевский Р.Л. Если Вы — руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М.: Дело, 1993.
194. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Психология малой группы. М.: Изд-во МГУ, 1991.
195. Крикни М.А., Краснобаев В.В. Экономико-психологические проблемы инновационных стратегий выживания на микроэкономическом уровне // Научный сборник пленарных

Библиография

- докладов 1-х Всероссийских чтений памяти проф. В.Ф. Агеева: «Экономико-психологическая и правовые проблемы национальной безопасности». Москва—Калуга: Институт Востоковедения РАН; МАПН; КФ МГЭИ, 2001. С. 145–156.
196. Кузнецов М.В., Овчинников А.С. Технический анализ рынка ценных бумаг. М.: ИНФРА-М, 1996.
197. Курочкин А.С. Организация управления предприятием. Киев: МАУП, 2001.
198. Кутулинский Е.Д., Зубкова А.Ф., Румянцев Б.Г. Регулирование трудовых отношений в рыночной экономике. М.: НИИ Труда, 1997.
199. Лапланш Ж., Понталис Ж.Б. Словарь по психоанализу. М.: Высшая школа, 1996.
200. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе. М.: АКАДЕМИЯ, 1995. №1. С. 53–61.
201. Лебедев А.Н. Психология российской рекламы: а нужен ли рекламисту потребитель? // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 1996. №1. С. 53–61.
202. Ленин В.И. Что такое друзья народа и как они воюют против социал демократов // Поли, собр. соч. 5-е изд. Т. 1. М.: Политиздат, 1969. С. 125–346.
203. Ленин В.И. Материализм и эмпириокритицизм // Пол.собр.соч. 5-е изд. Т. 18. М.: Политиздат, 1969. С. 7–384.
204. Ленин В.И. Философские тетради. Конспект книги Гегеля «Наука логики» // Поли. собр. соч. 5-е изд. Т. 29. М.: Политиздат, 1969. С. 77–218.
205. Лейтц Г. Психодрама: Теория и практика, классическая психодрама Я.Л. Морено. М.: Изд. Группа «Прогресс-Универс», 1994.
206. Ловецкий Г.И. Экономический человек и психологическая революция: проблема и пути решения // Психология и экономика. Материалы 2-й Всероссийской конференции по экономической психологии. Т. 9. Вып. 8. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. С. 32–44.
207. Ложкин Г.В., Зазыкин В.Г. Конфликты и пути их преодоления в воинском коллективе. Киев: Знание, 1986.
208. Ложкин Г.В. Спасенников В.В. Психология кадровой работы. Киев: Знание, 1991.
209. Ложкин Г.В., Пovyакель Н.И. Практическая психология конфликта. Киев: МАУП, 2000.
210. Локшина Э.Х., Дейнека О.С. Современные тенденции развития экономической психологии в России // Труды 1-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии. Калуга: КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 31–36.
211. Ломов Б.Ф. Вопросы общей, педагогической и инженерной психологии. М.: Педагогика, 1991.
212. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
213. Лузик В.В., Орехов М.А. Основы конкурентоспособности предприятий. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2000.
214. Львов В.М., Шлыкова Н.Л. Макроструктурная модель процесса адаптации молодых специалистов на производстве // Проблемы психологии и эргономики. Тверь—Ярославль, 2000. Вып. 4. С. 17–28.
215. Львов В.М. Личные качества высшего управленческого персонала и национальная безопасность // Научный сборник пленарных докладов 1-х Всероссийских чтений памяти В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». Москва—Калуга: Институт востоковедения РАН; МАПН; КФ МГЭИ, 2001. С.183–192.
216. Львов В.М., Багрецов С.А., Шлыкова Н.Л. Проблемы обеспечения безопасности личности в производственной сфере. Тверь: Изд-во ТвГУ, 2002.
217. Макиавелли Н. Государь. Киев: Port-Royal, 1989.
218. Макиавелли Н. Искусство войны. Киев. Port-Royal, 1999.
219. Макконелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т./ Пер. с англ. М.: Дело; Вита-Пресс, 1992.
220. Малахов С.В. Основы экономической психологии. М.: Изд-во Института социально-политических отношений, 1992.
221. Марченко В.В., Новиков В.В. Конфликт в предпринимательстве. Ярославль: МАПН, 1997.
222. К. Маркс и Ф. Энгельс и революционная Россия. М.: Политиздат, 1967.
223. Маркс К. и Энгельс Ф. Из ранних произведений. М.: Госполитиздат, 1956.
224. Маркс К. Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 23, 24, 25. М.: Госполитиздат, 1960.

225. Маркс К. Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 26 (Теории прибавочной стоимости). М.: Госполитиздат, 1960.
226. Марцинкевич В.И., Соболева И.В. Экономика человека. М.: Аспект Пресс, 1995.
227. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 1999.
228. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1997.
229. Маджаро С. Международный маркетинг: Пер. с англ. М.: Международные отношения 1999.
230. Маркетинг / Под ред. А.Н. Романова. М.: Банки и биржи, 1996.
231. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Под. ред. Л.Н. Красвиной. М.: Финансы и статистика, 2003.
232. Менар Клод. Экономика организаций: Пер. с фран. / под ред. А.Г. Худокормова. М.: Инфра-М, 1996.
233. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М.: Дело, 1993.
234. Миркин Я.М. Ценные бумаги и фондовый рынок. М.: Изд-во Перспектива, 1995.
235. Московичи С. Как создаются боги // Психологическое обозрение. 1997. №2. С. 54—64.
236. Мясищев В.И. Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека // Психологическая наука в СССР. М.: Наука, 1979. С. 23—42.
237. Немов Р.С. Психологические условия и критерии эффективности работы коллектива. М.: Наука, 1982.
238. Немов Р.С. Социально-психологический анализ эффективной деятельности коллектива. М.: Педагогика, 1984.
239. Нечипоренко В.И. Структурный анализ систем (эффективность и надежность). М.: Сов. радио, 1977.
240. Никифоров Г.С., Сливкин Ю.Н. Психология менеджмента // Психологическое обеспечение профессиональной деятельности. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1991. С. 48-95.
241. Никольская Н.И., Спасенников В.В. Спрос и предложения человеческих ресурсов на региональном рынке труда и модели экономического поведения населения // Региональная экономика, наука и инновации. Материалы докладов региональной научно-практической конференции. Калуга: «Эйдос», 1999. С.166—168.
242. Ничипоров Б.В. Введение в христианскую психологию: Размышления священника-психолога. М.: Педагогика, 1994.
243. Новиков В.В. Социальная психология: Феномен и наука (субъективные очерки о природе и особенностях социальной психологии, ее жрецах и искусниках). Ярославль-Москва: Изд-во МАПН, 1998.
244. Новиков В.В., Рогачев В.В., Спасенников В.В. Социальная и экономическая психология антикризисного управления. Ярославль: МАПН, 2002.
245. Новиков В.В. Очерки психологии крестьянства. Ярославль: ЯрГУ, 2000.
246. Новиков В.В. Экономико-психологические проблемы развития рыночных отношений на постсоветском пространстве // Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности. Калуга: КФ МГЭИ, 2001. С. 22—29.
247. Норкотт Д. Принятие инвестиционных решений / Пер. с англ. под. ред. А.Н. Шохина. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.
248. Нейман Дж., Фон Моргерштерн. Теория игр и экономическое поведение. М.: Наука, 1970.
249. Носова С.С. Пути выхода и экономического кризиса: модели мультипликатора-акселератора. М.: Изд-во Р.Э.А., 1993.
250. НЭП. Взгляд со стороны. М.: Московский Рабочий, 1991.
251. Основы предпринимательской деятельности. М.: Финансы и статистика, 1994.
252. Обозов Н.Н. Психология менеджмента. СПб.— Ярославль: МАПН, 1994.
253. Обозов Н.Н., Обозова А.Н. Три подхода к исследованию психологической совместности // Вопросы психологии. 1981. №6. С. 98-101.
254. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений. Киев: Лыбитель, 1990.
255. Обобщение и оптимизация совместной деятельности / Г.М. Андреева, Я. Яноушек, А.И. Донцов и др. М.: Изд-во МГУ, 1987.
256. Основы теории переходной экономики (вводный курс): Учеб. Пособие / Под ред. Е.А. Киселевой, М.Н. Чепурин. Киров: КФ МГЭИ, 1996.
257. Очерки истории экономических учений. М.: Моск. открытый социальный ун-т, 1997.
258. Очерки по трудовой теории ценности. М.: ВИНТИ, 1997.

229. Одрин В.М. Кратавов С.С. Морфологический анализ систем. Киев.: Наукова думка, 1977.
260. Павлов В.А. История российской политической экономики: Учеб. пособие. М.: Аспект-Пресс, 1995.
261. Палицын А.Б., Рышков В.И., Третьякова И.В. Психологические аспекты принятия рискованных решений: Управление предпринимательским риском // Проблемы психологии и эргономики. Тверь—Ярославль, 2001. Вып 4. С. 57—60.
262. Петти В. Трактат о налогах и сборах. VERBUM SAPIENT1 (слово мудрым). Разное о деньгах. М.: ОСЬ-89, 1997.
263. ПигуА. Экономическая теория благосостояния. М.: Политиздат, 1989.
264. Позняков В.П. Предприниматель: Экономико-психологический профиль // Психол. журнал. 1992. Т. 13. №3. С. 42—53.
265. Позняков В.О. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
266. Позняков В.П., Титов О.И. Доверие и риск в предпринимательской деятельности. Опыт построения эмпирической типологии предпринимателей // Проблемы социальной психологии XXI столетия. Ярославль: МАПН, 2001. Т. 2. С. 275-277.
267. Политическая психология. Учебное пособие для вузов. / Под. общ. ред. Н.А. Дергачева, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева. М.: Академический проект «Деловая книга», 2001.
268. Попов В.А. Психология толпы по Тарду, Сигиле, Ламброзо, Михайловскому, Лебону и др. СПб.: СПбГУ, 2002.
269. Попов В.Д. Психология и экономика. Социально-психологические очерки. М.: Советская Россия, 1989.
270. Попов В.Д. Психологические проблемы управления (трансформации) отношений собственности // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФМГЭИ, 2000. Т. 1.С. 81-90.
271. Портер М. Международная конкуренция /Пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 1993.
272. Посьпанов О.Г., Посьпанова О.С. Потребительские предпочтения как психологическая основа маркетинга // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 2. С. 31-43.
273. Посьпанов О.Г. Ощущение эквивалентности как базовый феномен экономической психологии //Психология и экономика. Материалы 2-й Всероссийской конференции по экономической психологии. Т. 9. Вып. 8. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. С. 45-52.
274. Практическая психология для экономистов и менеджеров / Под ред. М.К. Тетушкиной. СПб.: Изд-во «Дидактика ПЛЮС», 2002.
275. Психологические механизмы целеобразования / О.К. Тихомиров, Э.Д. Телегина, Т.Г. Волкова и др. М.: Наука, 1977.
276. Психологическое обеспечение профессиональной деятельности / Никифоров Г.С., Дмитриева М.А., Корнеева Л.Н. и др.; Под ред. Никифорова Г.С. СПб.: Издательство С.Петербургского университета, 1991.
277. Психология и экономика //Труды 1-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии. Под ред. О.Г. Посьпанова и В.В. Спасенников. Москва— Калуга: РГНФ; РПО; ИП РАН; КФ МГТУ; КГПУ; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1.
278. Психология и экономика // Труды 1-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии. Под ред. О.Г. Посьпанова и В.В. Спасенникова. Москва— Калуга: РГНФ; РПО; ИП РАН; КФ МГТУ; КГПУ; КФ МГЭИ, 2000. Т. 2.
279. Птуха М.В. Очерки по истории статистики XVII-XVIII веков. М.: Госстатиздат, 1955.
280. Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Аспект Пресс, 2000.
281. Риски в современном бизнесе. М.: Алане, 1994.
282. Роде Э. Банки, биржи, валюты современного капитализма / Пер. с немецкого, под ред. В.Н. Шенаева. М.: Финансы и статистика, 1986.
283. Розати Д. Пять рыночных преобразований в Восточной Европе: ожидания, результаты и задачи политики // Мировая экономика и международные отношения. 1995. №5. С. 122-130.

284. Рошин С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психол. журн. нал. 1995. Т. 16. № 1. С. 31-43.
285. Русавская А.В. Стабилизация финансовой системы России как необходимое условие экономической безопасности в начале XXI века // Научный сборник пленарных докладов I-х Всероссийских чтений памяти проф. В.Ф. Агеева «Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности». «Москва, Калуга, Институт востоковедения РАН, МАПН, КФ МГЭИ, 2001, С. 247-258.
286. Русские экономисты (XIX - начало XX в.). Вып. 1/Ред.-сост. Л.А. Зубченко, Л.И. Зайцева. М.: Институт экономики РАН, 1997; Вып. 2. М.: Инст-т экономики РАН, 1998.
287. Рывкина Р.В. Между социализмом и рынком: судьба экономической культуры в России: Учеб. Пособие. М.: Наука, 1994.
288. Савело А.Р. История экономической мысли: Курс лекций. Владимир: Гос. пед. ун-т, 1997.
289. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Основы экономической теории. М.: Экономика, 1995.
290. Салихов Б.В. Основы рыночной экономики: Курс лекций. М.: Гуманитарная академия ВС, 1993.
291. Салихов Б.В. Инфляция в экономике России и оборона страны (вопросы теории и методологии). М.: Военный университет, 1995.
292. Сакс Дж. Рыночная экономика и Россия. М.: «Прогресс-Универс», 1994.
293. Сакс Дж.Д., Ларрен Ф.Б. Макроэкономика. Глобальный подход / Пер. с англ. М.: «Прогресс-Универс», 1996
294. Самуэльсон П. Экономика. М.: Политиздат, 1984.
295. Саркисян С.А. Теория прогнозирования и принятия решений. М.: Высшая школа, 1977.
296. Свенцицкий А.Л. Социально-психологические проблемы управления. Л.: Изд-во ЛГУ, 1975.
297. Свищёв С.И. Стратегия и тактика поведения товаропроизводителей с учетом теоретических аспектов ценообразования // Психология и практика. Ежегодник РПО. Т. 4. Вып. 5. Ярославль, 1998. С. 274-277.
298. Свищёв С.И. Теоретические основы формирования цен в рыночных условиях хозяйствования // Актуальные проблемы ценообразования в современной Российской экономике. Калуга: Изд-во «Гриф», 1999. С. 714.
299. Свищёв С.И. Внешнеторговый контракт: Учебно-практическое пособие. Калуга: КФ МГЭИ, 2002.
300. Семенова Е.В. Операции с ценными бумагами: российская практика. М.: Изд-во Перспектива, 1997.
301. Семенов В.Е. Особенности российской полиментальности // «МОСТ», информационно-аналитический центр Росбизнесконсалтинг, СПб. 2002. №50. С. 30—34.
302. Симоненко В.Д., Сазонов А.Д., Аванесов В.С., Бухалов Б.Н. Профессиональная ориентация учащихся. М.: Просвещение, 1988.
303. Смит А. Исследования о природе и причине богатства народов. М.: Прогресс-Универс, 2002.
304. Смелзер Н.Дж. Социология. Неравенство, стратификация и класс // Социолог. Исследования. 1992. №4. С. 18-29.
305. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Наука, 1994.
306. Социальная психология экономического поведения / Отв.ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Наука, 1999.
307. Соколинский В.М. Психологические основы экономики. М.: ЮНИТИ, 1999.
308. Соколинский В.М. Проблемы финансовой психологии // Труды I-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 2. С. 44-50.
309. Соколова Г.Н. Экономическая социология. М.: Высш. шк., 1998.
310. Социальное партнерство в условиях становления и развития рыночных отношений. Курс лекций. Академия труда и социальных отношений. М.: РАГС, 1997.
311. Современный маркетинг / Под ред. В.Е. Хруцкого. Финансы и статистика, 2002.
312. Скрипкина Т.П. Психология доверия (теоретико-эмпирический анализ). Ростов-на-Дону: Изд-во РНДГПУ, 1997.
313. Смирнов Б.А., Душков Б.А., Космолинский Ф.П. Инженерная психология. Экономические проблемы. М.: Экономика, 1983.

Библиография

314. Спасенников В.В. Экономико-психологические проблемы создания и внедрения изобретений // Психол. журнал. 1986. Т. 7. №5. С. 79—85.
315. Спасенников В.В. Анализ и проектирование групповой деятельности в прикладных психологических исследованиях. М.: Институт психологии РАН, 1992.
316. Спасенников В.В. Экономическая психология как научная дисциплина, специализация студентов и область практической деятельности // Региональная экономика, наука и инновации. Калуга: «Эйдос», 1997. С. 370—374.
317. Спасенников В.В. Экономическая психология в брокерской деятельности на рынке ценных бумаг // Психология и практика. Ежегодник РПО. Т. 4. Вып. 5, Ярославль, 1998. С. 325—330.
318. Спасенников В.В. Формирование изобретательских групп и оценка их эффективности с учетом коэффициентов трудового участия // Теоретические и прикладные проблемы экспериментально-психологических исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997. С. 68-81.
319. Спасенников В.В. Выбор оптимального варианта комплектования малых групп с учетом совместимости и срабатываемое™ // Социально-психологические методы практической работы в коллективе: диагностика и воздействие. М.: ИП АН СССР, 1990. С. 46-58.
320. Спасенников В.В. Комплектование малых групп на основе учета взаимосвязи показателей качества профессиональной подготовки индивидуальными и групповыми социометрическими индексами // Методы и технические средства психологической диагностики. М.: ИП АН СССР, 1988. С. 154-158.
321. Спасенников В.В. Особенности проектирования групповой деятельности операторов в зависимости от этапов разработки и эксплуатации эргатических систем // Деп. Всесоюзным институтом межотр. информации. Межотр. реф. сборник. Техника, технология, экономика. 1983. Сер. 0. Вып. 4, Д 05381.
322. Спасенников В.В., Харченко А.В. Нормирование операторской деятельности на основе использования метода группового учета аргументов // Психологические проблемы подготовки специалистов с использованием тренажерных средств. М.: ИП АН СССР, 1988. С. 220-228.
323. Спасенников В.В. Технические средства для профессионального отбора, обучения и контроля знаний и специалистов (Обзор материалов изобретений) // Психологические проблемы подготовки специалистов с использованием тренажных средств. М: Институт психологии АН СССР, 1988. С. 257-283.
324. Спасенников В.В., Семанина Н.Н. Способы и устройства для оценки и контроля деятельности малых профессиональных групп (Обзор отечественной и зарубежной патентной информации) // Эргономика. 1991. Вып. 2. С. 78—83.
325. Спасенников В.В. Учет человеческого фактора при формировании рынка ценных бумаг // Проблемы психологии и эргономики, Тверь—Ярославль, 1999. №3/1. С. 17—25.
326. Спасенников В.В. Психологические особенности ценообразования на рынке ценных бумаг // Актуальные проблемы ценообразования в современной Российской экономике. Калуга: Изд-во «Гриф», 1999. С. 84-89.
327. Спасенников В.В. Справочное пособие по экономике и научной организации труда. Калуга: КФ МГЭИ, 1999.
328. Спасенников В.В. Математические методы в экономической психологии и менеджменте. Калуга: КФ МГЭИ, 2000.
329. Спасенников В.В. Неэтичная реклама: необходимо противодействие // Правовой курьер. 2000. №29. С. 5-19.
330. Спасенников В.В. Политическая и экономическая психология власти как особая форма социальных отношений // Труды 1-й Всероссийской конференции РПО по экономической психологии. Москва-Калуга: ИП РАН; КФ МГЭИ, 2000. С.104—115.
331. Спасенников В.В. Психология менеджмента в обеспечении экономической безопасности региона // Развитие региона: Социально-экономические процессы и кадровая политика. Калуга: «Эйдос», 2001. С. 218-225.
332. Спасенников В.В., Торбин С.И., Федотов С.Н. Авторское свидетельство №1809455. Способ оценки психологической совместимости испытуемых. Международная классификация изобретений G09 В 7/07. Описание изобретения к патенту. М.: ВНИИГПЭ, 1993.
333. Спасенников В.В. Власть и национальная доктрина. Диалог философа и богослова о гео-

- политике и безопасности социума. Статья первая // «МОСТ», информационно-аналитический центр Росбизнес-Консалтинг, СПб., 2002. №50. С. 20—24.
334. Спасенников В.В. Власть и национальная доктрина. Диалог философа и богослова о геополитике и безопасности социума. Статья вторая // «МОСТ», информационно-аналитический центр Росбизнесконсалтинг, СПб., 2002. №51. С. 30—34.
 335. Спасенников В.В., Семенов А.А., Широков Д.Е. Аномия и институционализация как экономико-психологическая проблема взаимовлияния глобальных и локальных процессов // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Т. 9. Вып. 7. Калуга: КФ МГЭИ, 2002. С. 69-82.
 336. Спасенников В.В. Основоположники экономической теории о проблемах экономической психологии. М.: МГЭИ, 2002.
 337. Спасенников В.В. Экономическая психология (Программа изучения курса). М.: МГЭИ, 1998.
 338. Спасенников В.В. Экономическая психология. Размышления о новой отрасли научного знания // «МОСТ», информационно-аналитический центр Росбизнес-Консалтинг, СПб., 2003. №54. С. 16-19.
 339. Столяренко А.М. Психология и практика // Психол. журнал. 1985. Т. 6. №5. С.34—42.
 340. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент в условиях инфляции. М.: Перспектива, 1994.
 341. Суходольский Г.В. Понятийная система психологической теории деятельности // Психол. журнал. 1981. Т. 2. №3. С. 44-51.
 342. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. М.: Экономика, 1989.
 343. Теория прогнозирования и принятия решений. Киев: Вища школа, 1977.
 344. Тихонов Р.М. Конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во Стандарт, 1985.
 345. Тренёв Н.Н. Управление финансами. М.: Финансы и статистика, 2001.
 346. Троицкая И.В. Психология отношения людей к собственности // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва-Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. Т. 9. Вып. 7. С. 83-87.
 347. Труженикова Н.А. Психологические образования правовых понятий у предпринимателей при осуществлении хозяйственной деятельности // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва-Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. Т. 9. Вып. 7. С. 224—232.
 348. Тышка Т., Соколовская Й. Когнитивные представления о социально-экономических феноменах// Психол. журнал. 1993. Т. 14. №3. С. 67—78.
 349. Тягунов А.А. Риск, неопределенность, случайность. Методологические вопросы страховой деятельности. М.: Изд-во «Этикет», 1999.
 350. Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. М.: Наука, 1966.
 351. Уледов А.К. Социологические законы. М.: Мысль, 1975.
 352. Уманский Л.И. К проблеме психологической оценки коллективной деятельности и структуры контактной группы как коллектива // Социально-психологические аспекты общественной активности личности и коллектива школьников и студентов. Вып. 42. Ярославль: ЯрГУ, 1975. С. 102-105.
 353. Уманский Л.И. Критерии и характеристики общественной активности личности и контактной группы как коллектива // Социально-психологические аспекты общественной активности личности и коллектива школьников и студентов. Вып. 39. Ярославль: ЯрГУ, 1975. С. 105-110.
 354. Уманский Л.И. Методы экспериментального исследования социально-психологических феноменов // Методология и методы социальной психологии. М.: 1977. С. 68—78.
 355. Уманский Л.И. Психология организаторской деятельности. М.: Наука, 1980.
 356. Уотермен Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. М.: Прогресс, 1988.
 357. Управление инновационным циклом. Киев: Наук. Думка, 1993.
 358. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. Инновационный менеджмент. М.: Акалис, 1996.
 359. Фенько А.Б. Проблема денег в зарубежных психологических исследованиях // Психол. журнал. 2000. Т. 21. №1. С.50-62.
 360. Филиппов А.В., Ковалев С.В. Ситуация как новый элемент психологического тезауруса // Психол. журнал. 1985. Т. 6. №1. С. 64—73.
 361. Финансовый анализ деятельности фирмы. М.: Ист. Сервис, 1993.

Библиография

362. Фишер И. Покупательская сила денег. Ее определение и отношение к кредиту, процентам и кризисам. М.: Фин изд. НКФ СССР, 1925.
363. Фоксал Г. О природе торгующей фирмы // Иностранная психология. 1997. №9. С. 17—24.
364. Фоминых В.П. Деформация мотивации руководителей в сфере теневой экономики // Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2000. Т. 1. С. 306—314.
365. Фостел Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М.: Прогресс, 1987.
366. Фрейд З. Психология бессознательного. М.: Просвещение, 1989.
367. Фрилмен М. Если бы деньги заговорили. М.: Дело, 1998.
368. Фромм Э. Психоанализ и религия // Сумерки богов. М.: Политиздат, 1989. С.143—221.
369. Фромм Э. Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992.
370. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М.: Республика, 1994.
371. Хараш А.У. К определению задач и методов социальной психологии в свете принципа деятельности / Теоретические и методические проблемы социальной психологии. М., 1977. С. 92-98.
372. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М.: Новости, 1992.
373. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. №12. С. 3—12.
374. Хашенко В.А. Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 1998. С.107—121.
375. Хейне П. Экономический образ мышления. М.: Дело, 1991.
376. Хеннсен Р. Применение математических методов в управлении производством и запасами. М.: Прогресс, 1976.
377. Хозяйственный риск и методы его измерения / Пер. с венгер. М.: Экономика, 1979.
378. Хокимсон Л.Б., Никербокср К.Дж. Экспертная система для управления производственными процессами в реальном масштабе времени // Искусственный интеллект: применение в химии. М.: Мир, 1988.
379. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. М.: Прогресс, 1990.
380. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие. М.: Международные отношения, 1993.
381. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Петрозаводск: АО «Фолиум», 1994.
382. Цветков С.А. Сберегающе-инвестиционное поведение как феномен современной российской экономической психологии //Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии. Москва—Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ, 2002. Т. 9. Вып.7. С. 88-91.
383. Чернышев А.С. Лабораторный эксперимент в социально-психологическом исследовании организованности коллектива // Психол. журнал. 1980. Т. 1. № 4. С. 84—94.
384. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. М.: Статистика, 1977.
385. Чирикова А.Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психол. журнал. Т. 19. №1. 1998. С. 62-74.
386. Чириков А.Е., Кричевская О.Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. М.: Институт психологии РАН, 1996.
387. Шадриков В.Д. Психологический анализ деятельности как системы // Психол. журнал. 1980. Т. 1. №3. С. 33-46.
388. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. М.: Наука, 1982.
389. Швец В.Е. Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии. Л.:ЛДНТП, 1990.
390. Шеридан Т.Б., Феррел У.Р. Системы человек - машина: Модели обработки информации, управления и принятия решений человеком - оператором / Пер. с англ. под ред. К.В. Фролова. М.: Машиностроение, 1980.
391. Шибанов Г.П. Количественная оценка деятельности человека в системах человек — машина. М.: Машиностроение, 1983.
392. Шлаен П.Я. Перспективы развития эргономического обеспечения создания и эксплуата-

- тации человеко-машинных комплексов // Проблемы психологии и эргономики. Тверь-Ярославль, 2001. Вып.3 (13). С. 4—10.
393. Шмелев А.Г., Похилько В.И., Козловская-Телмнш А.Ю. Практикум по экспериментальной психосемантике. Тезаурус личностных черт. М.: МГУ, 1988.
394. Шорохова Е.В. К 75-летию выхода в свет книги В.И. Ленина «Материализм и эмпириокритицизм» // Психол. журнал. 1984. Т. 5. №3. С. 3—19.
395. Шорохова Е.В. Психологические особенности социально-психологических преобразований в сельском хозяйстве России в 20-30х гг. XX века // Социально-психологическая диагностика в условиях экономических изменений. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 37-80.
396. Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.
397. Шопенгауэр А. Две основные проблемы этики; Афоризмы житейской мудрости: Сборник / Перев. с нем. под ред. М.В. Драко. М.: ООО «Попурри», 1998.
398. Шумейкер П. Модель ожидаемой полезности: разновидности, подходы, результаты и пределы возможностей // THESIS: риск, неопределенность, случайность. 1994. Вып. 5. С. 29-80.
399. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
400. Шустер А.П. Фактор времени в оценке экономической эффективности капитальных вложений. М.: Наука, 1969.
401. Шёкин Г.В. Теория социального управления: Монография. Киев: МАУП, 1996.
402. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. М.: Экономика, 1990.
403. Эдельман В.И. Надежность технических систем: экономическая оценка. М.: Экономика, 1989.
404. Экономика промышленных исследований и разработок. М.: Прогресс, 1983.
405. Экономическая психология: вопросы теории и практики / Под ред. А.И. Муравьева и Э.Х. Локшиной. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
406. Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности // Труды 1-х Всероссийских чтений памяти профессора Валерия Федоровича Агеева. Под ред. А.И. Гаврикова, А.В. Дрягина, В.В. Спасенникова. Москва—Калуга: Институт Востоковедения РАН; МАПН; КФ МГЭИ, 2001.
407. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т 21. М.: Госполитиздат, 1960. С. 23-178.
408. Эрлих А.А. Технический анализ товарных и финансовых рынков. Прикладное пособие. М.: ИНФРА-М, 1996.
409. Юданов А.Ю. Конкуренция: Теория и практика. М.: Тандем, 1996.
410. Юнг К. Аналитическая психология / Пер. с англ. СПб.: Изд-во «Кентавр», 1994.
411. Ядов В.А. Социологические исследования: методология, программа, методы. М.: Наука, 1987.
412. Яковлев Р.А. Анализ издержек работодателя на оплату труда и выплаты социального характера. М.: НИИ Труда, 1997.
413. Abler R.B., Towne N. Looking out // Interpersonal Communication. N.Y. etc.: Hoff, Rinerhart and Winston, cop., 1984.
414. Ager S. Manipulation: How to Get the Response You're Seeking. San Jose Mercury and News. January 8. 1980. P. 10.
415. Ajzen I., Fishbein M.A. Attitude-behavior relations theoretical analysis and review of empirical research//Psychological Bulletin. 1977. V. 84. P. 888-918.
416. AlbouP. La Psychologie Economique. Paris: Presses Universitaires de France, 1984. P.231.
417. Alhadeff D.A. Microeconomics and Human Behavior. Toward a New Synthesis of Economic and Psychology. Berkeley, C.A.: University of California Press, 1982. P. 267.
418. Altemeyer B. Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism. The Univ. of Chicago Press, 2000. P. 294 - 308.
419. Amabile T.M., Hennessey B.A. The conditions of creativity / Ed. R.J. Sternberg. The nature of creativity. New York: Cambridge University Press. 1988. P. 11—98.
420. Amir Y., Sharon I. Are social psychological laws crossculturally valid? // Journal of Cross-Cultural Psychology. 1987. Vol.18. P. 383 - 470.
421. Aron R. Les etapes de la pensee sociologique. Paris: Gallimard, 1967. P. 558.
422. Avunin G.S., Coombs C.H. A theory on single peaked preference functions in the one dimension //J. Math. Psychol. 1987. Vol. 16. № 3. P. 216-266.

Библиография

423. Bandier R. Using Your Brain for a change: Neuro-Linguistic Programming. Moab: Real People Press, 1985. P. 281.
424. Barrett D. The Hypnotic Dream: Its Relation to Nocturnal Dreams and Waking Fantasies // J. Abnorm. Psychol. 1979. V. 88 (5). P. 584 - 591.
425. Beand V., Dostaler G. Economic thought since Keynes: A history and dictionary of major economist. Aedershot; Brookfield: Elgar, 1995. P. 309.
426. Becker G.S. The Economic Approach to Human Behavior. Chicago, IL: The University of Chicago Press, 1976. P. 289.
427. Bettman J.R. An Information Processing Theory of Consumer Choice, Reading. M.A.: Addison-Wesley, 1979. P. 313.
428. Blalock H., Wilken M. Intergroup processes: A micro-macro perspective. N.Y., 1999. P. 256.
429. Brandstatter H. Should economic psychology care about personality structure? // J. of Economic Psychology. 1993. V. 14. № 3. P. 473 - 494.
430. Buchanan M., Lee D.R. Politics, time and Luffler curve // J. of Political Economy. 1982. №90(4). P. 816-819.
431. Cattell R.B., Cattell A.K.S. Culture Fair Intelligence Test. Champaign, IL: Institute for Personality and Ability Testing, 1963. P. 612.
432. Coombs C.H., Donnell M.L., Kirk D.B. An experimental study of risk preference in lotteries // J. Exp. Psychol.: Hum. Percept. And Performance. 1978. V. 4. P. 497-512.
433. Crosby P.B. The Eternally Successful Organization: The Art of Corporate Wellness. N.Y.: McGraw-Hill Book Company, 1988. P. 303.
434. CrumT.F. The Magic of Conflict. N.Y.: Simon and Schster, 1987. P. 211.
435. Culpán R. Leadership Styles and Human Resource Management Writings // J. Eur. Ind. Train. 1987. Vol. 11. №8. P. 13-21.
436. DakisonW. International Political Communication. N.Y., 1985. P. 297.
437. Deineka O.S. Attitudes to money and entrepreneurship // Psychology in a changing Europe. The first East-West Conf. In General Psychology / Ed. by N.Foreman. Leicester., 1996.
438. Drucker P. Managing in Turbulent Times. N.Y., 1980. P. 584.
439. Durkheim E. Les formes elemetaires de la vie religieuse. P.U.F. Paris, 1968, P. 326.
440. Equity theory / Eds. D.M. Messik, K.S. Cook. New York, 1983. P.207.
441. Etzioni A. Normative-affective factors: Toward a new decision-making model // J. of Economic psychology. 1988. P. 11-24.
442. Evans W.J., Bredir C.W. Transmission from Engineeringn to Management // J. Manag Eng. 1987. Vol. 3. № 3. P. 38 -57.
443. Executive Skills: When They Listen But Do Not Hear. Research Institute of America, Personal Report for the Executive, December, 4, 1979, P. 8, 16-26.
444. Fallows J. More Like Us: Making America Great Again. Boston: Houghton Mifflin Company, 1989. P. 187.
445. FestingerL. Conflict, Decision and Dissonance. Stantord, 1964. P. 417.
446. Fiedler F. A Theory of Leadership Effectiveness. N.Y., 1967. P. 312.
447. Fishbein M., Ajzen I. Belief, attitude, intention and behavior. Reading, Mass.: Addison- Wesley, 1975. P. 281.
448. Franke V.E. Der unbewusste Gott: Psychotherapie and Religion. Munchen, 1988. P. 506.
449. Friedman M. Inflation and Unemp loyment. Nobe Memorial Lecture December, 13, 1976 // Nobe Lectures in Economic Sciences. 1992. V.I. P. 278.
450. Furnham A., Argyee M. The Psychology of Money. London: Routledge, 1998. P. 303.
451. Furnham A. and Lewis A. The Economics Mind: The Social Psychology of Economic Behavior. London: Wheatsheaf, 1986. P. 319.
452. Furnham A., Kirkcaldy B.D., Lynn R. National Attitudes to Competitiveness, Money and Work Among Young People: First, Second and Third World Differences // Human Relations. 1994. V. 47. № 1. P. 21-40.
453. Green P.E., Devita M.T. An interaction model of consumer utility // J. of Consumer Research. 1975. V. 2. P. 146-153.
454. Greenland E.A.G. and van Veldhoven G.M. Tax evasion behavior: A psychological framework // J. of Economic Psychology. 1983. № 3. P. 129 -144.
455. Gruber H.E. The evolving systems approach to creative work // Creativity Research Journal. 1988. V.I. P. 27-51.

456. Guth W. On the behavioral approach to distributive justice // *Applied behavioral economics* / Ed. S. Maital. N.Y., 1988. V. II. P. 703-717.
457. Guth W., Tietz R. Ultimatum bargaining behavior. A survey and comparison of experimental results // *J. of Economic Psychology*. 1990. V.I I. P. 417-449.
458. Hallett J.J. *Wirklife Visions: Redefining Work for the Information Economy*. Alexandria: American Society for Personnel Administration, 1987. P. 606.
459. *Handbook of economic psychology* / Ed. by F. van Raaij, J. van Veldhoven, K.-E. Warneryd. Dordrecht, 1988. P. 298.
460. Hollander E.P. *Leader, Groups and Influence*. N.Y., 1964. P. 294.
461. Kahneman D., Slovic H., Tversky A. *Judgement under Uncertainty*. Cambridge, 1982. P. 311.
462. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: an analysis of decision under risk // *Econometrica*. 1979. V. 47. P. 263-291.
463. Kahneman D., Tversky A. Choices, values, and frames // *American Psychologist*. 1984. V.39. P. 341 -391.
464. Katona G. *Psychological Economics*. N.Y.: Elsevier, 1975. P. 322.
465. Katona G. Toward a macropsychologie // *American Psychologist*. 1979. № 34. P. 118 -126.
466. Kelly G.A. *A theory of personality. The psychology of personal constructs*. N.Y.: Elsevier, 1971. P. 463.
467. Lea S. The psychology and economics of demand // *Psychological Bulletin*. 1978. № 85. P. 441-466.
468. Lewis A. *The Psychology of Taxation*. Oxford, U.K.: Martin Robertson, 1982. P. 212.
469. Lubart T.I. Creativity and cross-cultural variation // *International J. of Psychology*. 1990. V.25. P. 39-59.
470. Maital S. *Minds, Markets, and Money. Psychological Foundations of Economic Behavior*. N.Y.: Basic Books, 1982. P. 443.
471. Maslow A. *Motivation and Personality*. N.Y., 1954. P. 211.
472. Matial S. *Economic Gamts People Play*. N.Y.: Basic Books, 1984. P.307.
473. Munsterberg H. *The Nature of Managerial Work*. N.Y., 1973. P.212.
474. Moreno J.L. *Socimetry and the Science of Man*. N.Y: Beacon House, 1956. P. 324
475. Mumford M.D. Gustivity syndrome: Integration, application and innovation // *Psychological Bulletin*. 1988. V. 103. p. 27-43.
476. Nowakowska M. *Quantitative Psychology: Some Chosen Problems a New Ideas*. Amsterdam: North Holland, 1999. P.943.
477. Noy P. A revision of the psychoanalytic of the primary process // *International J. of Psychoanalysis*. 1969. V.50. P. 155-178.
478. Ochse R. *Before the gates of excellence: The determinants of creative genius*. N.Y.: Cambridge University Press. 1990.
479. Osborn A.F. *Applied imagination* (rev. ed.). N.Y.: Charles Scribner's Sons, 1953.
480. Perkins D.N. *The mind's best work*. N.Y.: Harvard University Press, 1981.
481. Reynaud P.L. *Economic Psychology*. N.Y.: Praeger, 1981. P. 267.
482. Robben H.S.J., Greenland E.A.G. The future of economic psychology // *J. of Economic Psychology*. 1993. V. 14, № 3. P. 455- 460.
483. Rogers C.R. Toward a theory of creativity// *ETC: A Review of General Semantics*. 1954. V.I I. P. 249 - 260.
484. Rothenberg A. *The emerging goddess*. Chicago: University of Chicago Press, 1979.
485. Rotter J.B. Internal versus extnal control of reinforcement: A case history of a variable // *American Psychologist*. 1990. V.45. № 4. P. 13.
486. Rubenson D.L., Runco M.A. The psychoeconomic approach to creativity // *New Ideas in Psychology*. 1992. V. 10(2). P. 131-147.
487. Shapiro B.P., Bonona T.V. *Segmenting Industrial Markets*. Lexington, 1983. P.303.
488. Silver H.R. Calculating risks: The socioeconomic foundations of aesthetic innovation in an Ashanti carving community//*Ethnology*. 1981. V.20(2). P. 101-114.
489. Simonton D.K. Age and outstanding achievement: What do we know after a century of research? // *Psychological Bulletin*. 1988. V.104. P. 251-267.
490. Simonton D.K. Individual differences, developmental changes, and social context // *Behavioral and Brain Sciences*. 1994. V.17. P. 552-553.
491. Sinclair M.A., Dryy C.G. On mathematical Modelling in ergonomics // *Applied Ergonomics*. 1989. V.10. № 4. P. 225-234.

492. Singleton W. Applied psychology and ergonomics // *Ergonomics*. 1982. V.25. №6. P. 505— 506.
493. Strumpel B. (ed.). *Subjective Elements of Well-being*, Paris: OECD., 1974. P.216.
494. Suarez-Villa Luis Invention, inventive learning and innovative capacity// *Behavior Science*. 2000. V.4. P. 299-310.
495. Szuprowicz B. Systems experts: IBM avanced son ESE. Usinc now. 1987. № 25. P. 155- 162.
496. Tarde G. *La Psychologic Economique*, Paris: Alcan (2 volumes), 1902. P. 212.
497. Taylor C.L. Reading Non-Verbal Cues: A Key to Manager-Employee Rapport // *Los Angeles Business Journal*. September 15. 1980, P. 423- 425.
498. Torrance E.P. *Torrance tests of creative thinking*. Lexington, MA: Personnel Press, 1974.
499. Toffler A. *The Third Wave*. N.Y.: William Morrow and Company, 1981. P.399.
500. Tversky A., Kahneman D. Judgement under uncertainty: Heuristics and biases // *Science*. 1974. V. 185. P. 1124- 1131.
501. Tversky A., Kahneman D. The framing of decisions and the psychology of choice // *Science*. 1981, V.211. P. 453-458.
502. Vallance K. Hypnotic Techniques Gain Acceptance in Business World // *The Christian Science Monitor*. October 28. 1982. P. 6.
503. Van de Vijver F., Leung K. *Methods and Data Analysis for Cross-cultural Research*. 2003 (In press).
504. Van de Vijver F., Poortinga Y.H.. Testing in culturally heterogeneous populations: When are cultural loadings undesirable? // *European Journal of Psychological Assessment*, 1992. V.8. P. 17-24.
505. Van Raaij W.F. *Economic Psychology*//*J. of Economic Psychology*. 1981. № 1. P. 1-24.
506. Wahlsten D. Gottlieb G. The invalid separation of effects of nature and nurture: Lessons from animal experimentation / R.J. Sternberg, E.L. Grigorenko (Eds.) *Intelligence, heredity, and environment*. N.Y.: Cambridge, 1997. P. 819.
507. Wallach M.A., Kogan N. *Modes of thinking in young children: A study of the creativity - intelligence distinction*. N.Y.: Holt, Rinehart, Winston, 1965.
508. Walters D. *The New California: Facing the 21st Century*. Sacramento: California Journal Press, 1986. P. 219.
509. Walton M. *The Doming Management Method*. N.Y.: Perigee Books, 1986. P. 311.
510. Waterman R.H. *The Renewal Factor: How the Best Get and Keep the Competitive Edge*. Toronto: Bantam Books, 1987. P. 618.
511. Waters C Richard Bandler: *Epistemological Magician* // *Santa Cruz Express*. January 21. 1982. P. 6.
512. Wehner L., Csikszentmihalyi M., Magyari-Beck I. Current approaches used in studying creativity: An exploratory investigation//*Creativity Research Journal*. 1991. V.4(3). P. 261-271.
513. Werner H.D. Die neuen Aufsteiger: Stum aut die Pyramide // *Harvard manager*. 1984. №4. P. 16.
514. Werner O., Campbell D.T. Translating, working through interpreters, and the problem of decentering / R.Naroll, R. Cohen (Eds.). *A handbook of cultural anthropology*. N.Y.: American Museum of Natural History, 1970. P. 398- 419.
515. Wilimek J.F. *The Use of Language Representational Systems by High and Low Marital Adjustment Couples*. (Doctoral dissertation, The University of Utah, 1979). Dissertation abstract International. 1980. Vol. 40(7): 3914A.
516. Wiswede G. *Einführung in die Wirtschaftspsy - chologic*. Munchen, Basel, 1995. P. 432.
517. Woodcock M., Francis D. *Organisation Development through Team-bulding*. N.Y.: Halsted, 1981. P. 315.
518. Yacker N., Welnberg S.L. Care and justice moral orientation: A scale for its assessment // *J. of Personality Assessment*. 1990. Vol.55. №. 1-2. P. 17-29.
519. Yan X., Z. Su Wen. An internal approach in the modelling of human preview control // *Proc. IEEE Int. Conf Syst., man, and Cybern.*, 1988. P. 839- 845.
520. Yates W.R., Cadoret R.J., Troughton E.P. The Iowa adoption studies: methods and results / M.C. La Buda, E.L. Grigorenko (Eds.). *On the way to individuality: Current methodological issues in behavioral genetics*. N.Y.: Nova Academic Publishers. 1996. P. 731.
521. Zanna M., Fazio R. Direct experience and attitudes - behavior consistency // *Advances in Exper. Soc. Psychol*. 1991.V.13. P. 131 - 136.
522. Zuboff S. *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power*. N.Y.: Basic Books, Inc., Publishers, 1988. P. 286.

Экономическая психология Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

Методические рекомендации

В современных условиях, когда во всех областях социально-экономической и политической жизни российского общества происходят кардинальные перемены, когда прокладываются пути выведения страны из затянувшегося кризиса, использование рекомендаций психолого-экономической науки в решении проблем, стоящих как перед государством, так и перед конкретным специалистом, можно отнести к числу приоритетных.

Контрольные задания по курсу экономической психологии включают 30 вариантов, каждый из которых составлен на единой системной основе.

Первое задание варианта - это задача на логику мышления и умение устанавливать формализованные связи между переменными и приводить примеры (решение этого задания следует выполнить с использованием методических рекомендаций Справочного пособия по экономике и научной организации труда. Составитель В.В. Спасенников. Калуга: КФ МГЭИ, 1999).

Второе задание варианта - это задача на умение пользоваться математическими и экономическими методами исследования систем и принятия решения, подробный обзор которых, а также описание специализированных пакетов прикладных программ для ЭВМ приведен в учебном пособии - Математические методы в экономической психологии и менеджменте. Калуга: КФ МГЭИ, 2001).

Третье задание варианта - связано с экономико-психологическими особенностями и прикладными аспектами ведения деловых сделок. (Для решения этого задания целесообразно использовать источник: *Соколинский В.М.* Психологические основы экономики. М.: ЮНИТИ, 1999).

Четвертое задание варианта - реферирование литературы по заданной проблеме. Объем содержательной части контрольного задания должен включать 20-30 страниц. В работе должен быть титульный лист, оглавление, список литературы.

Предлагается 30 вариантов контрольного задания. Выбор варианта контрольного задания осуществляется в соответствии с номером студента в списке учебной группы. Если в группе более 30 студентов, то студент под номером 31 выполняет вариант №1, студент под номером 32 выполняет вариант №2 и т.д.

Варианты контрольных заданий

Вариант №1

Задание 1. Привести пример анализа эффективности использования живого труда, учитывающего прирост производительности труда.

Задание 2. Занявшись бизнесом, хозяин малого предприятия может через год оказаться в одном из следующих состояний:

A_1 - стабильное получение запланированной прибыли с вероятностью $P_1 = 0,4$;

A_2 — получение прибыли в два и менее раза меньше запланированной $P_2 = 0,3$;

A_3 — получение прибыли в два и более раза больше запланированной $P_3 = 0,1$;

A_4 - банкротство с $P_4 = 0,2$.

Необходимо определить, в каком конкретно состоянии окажется бизнесмен к концу года.

Задание 3. Каково психологическое воздействие улыбки при разговоре в процессе заключения сделки? Как родилась реакция улыбки у человека?

Задание 4. Концептуальная двойственность экономической психологии.

Два способа формирования экономической психологии: от экономических теорий до психологических теорий. Экономизация психологической науки. Психолого-социологическое объяснение экономических отношений. Проблемная «антропологическая» зона экономической психологии. «Экономический человек — социальный человек». Пограничные социоэкономические и экономико-психологические концепции. Обоснование статуса экономической психологии как науки в зарубежных и отечественных концепциях. Этапы развития зарубежной и отечественной экономической психологии, современный этап становления экономической психологии. I и II Всероссийские конференции РПО по экономической психологии.

Вариант №2

Задание 1. Привести пример анализа доли прироста продукции за счет повышения производительности труда.

Задание 2. Банк заинтересован в покупке акций некоего общества. Стремясь сделать покупку как можно более выгодной, банк снабжает продавца информацией о реальной стоимости акций, которая может быть как правдивой (A_1), так и заведомо ложной (A_2). Продавец может как поверить информации (B_1), так и не дать ей веры (B_2). Условия задачи можно представить в виде игровой матрицы, содержащей данные о величине возможной успешности сделки — приросте стоимости по отношению к вложенным средствам.

Матрица игры

Банк	Продавец акций	
	B_1	B_2
A_1	0,608	1,000
A_2	1,000	0,440

Необходимо выбрать такую стратегию банка, при которой результат окажется максимально возможным.

Задание 3. Во время разговора по телефону с коллегой следует избегать мимики лица? Не обращать на это внимание? Или же желательно усилить мимику, как бы незримо воздействуя этим на своего партнера по разговору?

Задание 4. Предмет и объект экономической психологии.

Взаимодействие экономических и социальных процессов. Экономическая сфера жизнедеятельности. Социальная интерпретация экономических отношений. Экономическая детерминация социальных отношений. «Пирамидальная» модель регуляции социально-экономических отношений как предмет исследования. Исследовательская, объяснительная и прогностическая функция экономической психологии. Микроуровневая поведенческая модель регуляции социально-экономических отношений. Экономическое поведение как объект исследований. Культура поведения в экономической психологии.

Вариант №3

Задание 1. Привести пример анализа относительной экономии персонала на производстве.

Задание 2. Торговый агент должен встретиться с иногородним клиентом и собрать лично вручить ему заказ на 3000 у.д.ед.

Если агент поедет поездом, то потеряет день на работе, который принес бы ему 1500 у.д.ед.

Полет самолетом позволит сократить рабочий день, но если самолет не полетит из-за тумана, то личная встреча с клиентом не состоится и день будет потерян. В этом случае придется говорить с клиентом по телефону, что уменьшит сумму заказа на 500 уд. ед. Вероятность тумана оценивается как 0,1 (по статистике, в это время года 1 день из 10 — с туманом).

Какое решение должен принять агент?

Задание 3. Обратимся к такому чувству, как зависть к коллегам. От чего зависит сила зависти (и, следовательно, недовольства) у людей к тем, кто удачно работает в том же коллективе, кто трудится в других ведомствах, институтах, фирмах или в других городах (но информация об успехах которых имеется)?

Задание 4. Антропоцентрическая ориентация экономической психологии.

Экономический антропоцентризм (В.М.Львов, В.Я. Шлаен, В.В. Спасенников). Понятие «жизненное пространство», «жизненные силы человека». Базисные социально-экономические отношения: владение, пользование, распоряжение. Регулятивные социально-экономические отношения: присвоение, распределение, потребление. Понятия «образ жизни», «качество жизни», «уровень жизни», «стиль жизни». Междисциплинарное формирование экономической психологии на «стыке» гуманитарных и экономических наук.

Вариант №4

Задание 1. Привести пример анализа степени использования кадров в машиностроительном производстве с учетом численности рабочих, занятых в наибольшей по численности смене.

Задание 2. Ваша фирма страхует автомобили граждан от угона на суммы по 5 тыс. руб. за один автомобиль. По статистике, вероятность угона автомобиля за год составляет 0,05%.

Какова должна быть сумма годового страхового взноса, чтобы годовой доход фирмы от страхования составил 1 млн. руб.? (Примем, что в год вы страхуете в среднем 100 автомобилей.)

Задание 3. Какие установки, по-вашему, характерны для основной части населения в отношении комплиментов? Основная масса населения

а) любит получать комплименты; б) это нравится большинству людей лишь изредка; в) люди, как правило, не любят получать комплименты.

Иной аспект вопроса. Люди: а) любят делать друг другу комплименты; б) делают это лишь иногда; в) предпочитают вообще этого не делать.

Задание 4. Собственность как центральная категория экономической психологии.

Социология управления экономическими ресурсами. Институт собственности. Правомочность и экономический интерес. Частная собственность. Условия эффективного управления экономическими ресурсами. Четыре модели дистрибутивного поведения: хозяйственное, посредническое, функциональное, перераспределительное. Собственность как основное экономическое отношение в системе экономических отношений.

Вариант №5

Задание 1. Привести пример анализа динамики уровня фондовооруженности живого труда и динамики фондоотдачи.

Задание 2. После напряженного трудового дня вы спешите домой и вдруг внезапно вспоминаете, что у Марины сегодня День рождения. А может быть, нет. Все магазины уже закрыты, но торгуют цветочные лавки. Если ее День рождения не сегодня и вы не принесете подарка, то положение будет нейтральным. Если у нее День рождения и вы примчитесь с букетом, то максимум, чем вы рискуете, — это подвергнуться проверке на трезвость. Если у нее действительно День рождения и вы вовремя вспомнили об этом, то заслужите благодарность. Если же в этом случае вы не принесете ничего - то вы человек пропащий.

Как вам поступить?

Задание 3. Приходилось ли вам участвовать в проведении социологических опросов? В чем выигрышные стороны данного метода изучения жизненных явлений? Какие психологические задачи он может решать в общении с коллегами, деловыми партнерами? Социологический опрос - это лишь средство получения информации или метод влияния (на сознание и подсознание)? Чем обусловлены определенные границы данного метода?

Задание 4. Институциональный «сдвиг» отношений «феодализм — капитализм».

Феодальные институты социальной регуляции. Иерархия сословно-статусной зависимости. Доминирующие ценностные ориентации. Трафареты моральной оценки. Этикетная регуляция поведения. Экстравертированность морального сознания. Принцип сословной чести. Принцип «личной верности». Капиталистические институты социальной регуляции. Предпринимательский индивидуализм. Ценностная ориентация на богатство. Рыночные шаблоны моральной оценки. Эквивалентность взаимного воздаяния. Интровертированность морального сознания. Принцип предпринимательской честности. Принцип должного поведения. Протестантская и православная этика капитализма.

Вариант №6

Задание 1. Привести пример связи между показателями часовой, дневной и годовой производительности труда.

Задание 2. Группе из трех равноправных компаньонов необходимо принять общее решение, выбрав его из четырех возможных альтернативных вариантов. Каждое лицо группы по-разному оценивает возможные решения. Эта оценка привеле-

на в табл. на основе придания решениям различных рангов (так называемая ранжировка). Причем, чем ниже ранг, тем предпочтение больше.

Ранжировка альтернатив

Лицо, принимающее решение	Ранги			
	1-й	2-й	3-й	4-й
1-е	а3	а4	а2	а1
2-е	а3	а2	а1	а4
3-е	а1	а2	а4	а3

Необходимо найти оптимальное групповое решение.

Задание 3. Каково ваше мнение, от каких параметров зависит склонность (или равнодушие, а также полное нежелание) человека к самостоятельному проведению социологических опросов среди коллег, знакомых, в массовой аудитории?

Задание 4. Институциональный «сдвиг» отношений «капитализм — социализм».

Социокультурные особенности российских экономических отношений в первой половине XX века. Сословное неприятие предпринимательства. Крестьянский общинный менталитет. Бюрократизация государственного регулирования. Отражение антипредпринимательства в фольклоре и литературе. Институциональная ограниченность развития капитализма в российских условиях. Социокультурные предпосылки революционной смены экономической формации. Формирование новой социокультурной общности «советский народ». Институциональная модель государственной собственности. Социокультурная модель «Homo soveticus».

Вариант №7

Задание 1. Привести пример учета анализа связи производительности труда, количества произведенной продукции определенного вида и базисных удельных затрат заработной платы.

Задание 2. Группа из трех равноправных компаньонов оценивает три альтернативных решения по трехбалльной системе: лучшее решение - 3 балла, среднее - 2, худшее — 1 балл (табл.)

Ранжировка альтернатив

Варианты решения	Оценки в баллах		
	1-е лицо	2-е лицо	3-е лицо
а1	2	3	1
а2	1	1	3
а3	3	2	2

Необходимо найти такое групповое решение, при котором отклонение между предпочтением группы и индивидуальными решениями будет наименьшим.

Задание 3. Нужна ли жестикуляция при разговоре по телефону? Имеет ли она какое-либо значение?

Задание 4. Институциональный «сдвиг» отношений «социализм — капитализм».

Столкновение патернализма, либерализма, криминализма и бюрократизма в российской общественной жизни. Патерналистская модель регуляции общественной жизни. Либеральная модель регуляции экономических отношений. Криминальная модель хозяйствования. Бюрократическая модель регуляции социально-экономических отношений. Социокультурный кризис экономизации институциональных механизмов. «Мертвая зона» институционального «сдвига». Основное социально-экономическое противоречие «социальная справедливость — экономическая эффективность».

Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

Вариант №8

Задание 1. Привести пример учета анализа связи плановой технологической трудоемкости изделия и объема произведенной продукции.

Задание 2. Владельцу груза приходится выбирать из двух альтернатив: страховать или не страховать перевозимый груз. Риск заключается в том, что возможна катастрофа с вероятностью 0,1, в результате которой груз будет утрачен. Матрица полезности — табл.

Матрица полезности (эффективности) страхования груза

Решение владельца груза	«Природа»	
	Катастрофа (вероятность 0,1)	Без катастрофы (вероятность 0,9)
Страховать груз	+ 100	—5
Не страховать груз	—95	+ 5

Полезность исходов определяется владельцем груза следующим образом. Если груз застрахован, то в случае его утраты владелец получает страховую компенсацию в размере 100 единиц, если же катастрофы не было, он теряет 5 единиц, потраченных на страховую полис. Если груз не застрахован, в случае катастрофы теряется его стоимость — 95 единиц, при благополучном же исходе владелец может распорядиться суммой в 5 единиц, сэкономленной на страховом полисе.

Задание 3. Ведя разговор с деловым коллегой, будете ли вы опираться на слово «нет» или на слово «да»? Объясните психологические основы воздействия обоих слов на вашего партнера.

Задание 4. Институциональная трансформация социально ориентированной национальной экономической психологии.

Две модели корпоративного управления собственностью: «инсайдерская» и «аутсайдерская». Шведская модель. Институциональный «сдвиг» к неолиберальным экономическим отношениям. Немецкая модель. Институциональный «сдвиг» к либерализованным экономическим отношениям. Французская модель. Институциональный «сдвиг» к либеральным экономическим отношениям. Китайская модель. Институциональный «сдвиг» к либерализации экономических отношений. Основное противоречие: «государственная регуляция - рыночная либерализация».

Вариант №9

Задание 1. Привести пример учета связи индекса объема произведенной продукции и изменения численности основных рабочих в плановом периоде по сравнению с отчетным.

Задание 2. Вам предлагается инвестировать (вложить) средства в два предприятия на выбор. При этом следует учитывать, что:

- первая инвестиция допускает потерю вами 1 млн. руб. с вероятностью 0,5;
- вторая - потерю 2 млн. руб. с вероятностью 0,3;

Какое решение сопряжено с меньшим риском?

Задание 3. Найдите в книге Д. Карнеги «Как заводить друзей и оказывать влияние на других людей» описание принципа: «Дайте человеку почувствовать свою значимость!», проведите в своей жизненной практике эксперимент по реализации этого принципа. Составьте письменное резюме о возможностях этого метода межлического общения.

Задание 4. Инверсионные модели институциональных «сдвигов» в экономической психологии.

Локальные организационно-экономические отношения коллективно-долевой

собственности. Испанская институциональная модель. Американская институциональная модель «трудовой собственности». Российская модель «народного капитализма». Концепция справедливого предпринимательства. Интегративная модель человека в организации. Преодоление отчужденности труда. Формирование приобщенности к организации.

Вариант №10

Задание 1. Привести пример анализа связи интегрального изменения уровня квалификации рабочих от среднего тарифного разряда функциональной группы.

Задание 2. На прием к директору записалось несколько посетителей. Секретарь директора составил список в алфавитном порядке, указав для каждого требующую ему ориентировочную продолжительность приема. Фамилии записавшихся обозначены в списке их заглавными буквами (см. табл.).

№ п/п	Фамилия (начальная буква)	Продолжительность приема, мин	Время ожидания, мин
1	Б	25	0
2	Д	15	25
3	Е	10	40
4	К	5	50
5	С	35	55
6	Т	30	90
Суммарное время		120 мин = 2 ч	260 мин = 4 ч 20 мин

На весь прием директору, как видно из таблицы, отведено 2 ч = 120 мин, поэтому пришлось ограничиться всего шестью посетителями.

Является ли составленное расписание наилучшим?

Задание 3. На основе материалов книги швейцарского психолога М. Люшера «Цвет вашего характера» (М., 1997) составьте анкету о предпочтительном отношении вашего партнера к определенному цвету. Проведите мини-опрос среди целого ряда ваших знакомых и окружающих вас людей. Попробуйте определить черты характера ответивших вам людей. Сделайте обобщенное резюме для преподавателя.

Задание 4. Институционализация и экономико-психологические причин «теневой» рыночной экономики.

Социальные предпосылки «теневой» экономики. Особенности «теневой» экономики. Три страты «теневой» экономики. «Теневые» профессии. Мафиозные организации. Социальные сферы деятельности. «Теневой» механизм инвестирования. Сферы социально-экономического влияния. Экономико-психологические причины возникновения «теневой» экономики и пути выхода из нее.

Вариант №11

Задание 1. Привести пример анализа доли прироста продукции за счет повышения производительности труда.

Задание 2. Банк заинтересован в покупке акций некоего общества. Стремясь сделать покупку как можно более выгодной, банк снабжает продавца информацией о реальной стоимости акций, которая может быть как правдивой (A_1), так и заведомо ложной (A_2). Продавец может как поверить информации (B_1), так и не дать ей веры (B_2). Условия задачи можно представить в виде игровой матрицы, содержащей данные о величине возможной успешности сделки - приросте стоимости по отношению к вложенным средствам.

Матрица игры

Банк	Продавец акций	
	B_1	B_2
A_1	0,608	1,000
A_2	1,000	0,440

Необходимо выбрать такую стратегию банка, при которой результат окажется максимально возможным.

Задание 3. Во время разговора по телефону с коллегой следует избегать мимики лица? Не обращать на это внимание? Или же желательно усилит мимику, как бы незримо воздействуя этим на своего партнера по разговору?

Задание 4. Экономико-психологические причины стратификации общества.

Принципы социальной поляризации общественной жизни. Феномены «социального дна». Феномены «новых русских». Феномены «социального преддвонья». Промежуточные социальные страты. Социальная мобильность. Криминализация «социального дна». Феномены бедности. Системный кризис воспроизводства российского общества.

Вариант №12

Задание 1. Привести пример анализа эффективности использования живого труда, учитывающего прирост производительности труда.

Задание 2. Занявшись бизнесом, хозяин малого предприятия может через год оказаться в одном из следующих состояний:

A_1 - стабильное получение запланированной прибыли с вероятностью $P_1 = 0,4$;

A_2 - получение прибыли в два и менее раза меньше запланированной $P_2 = 0,3$;

A_3 - получение прибыли в два и более раза больше запланированной $P_3 = 0,1$;

A_4 — банкротство с $P_4 = 0,2$.

Необходимо определить, в каком конкретно состоянии окажется бизнесмен к концу года.

Задание 3. Каково психологическое воздействие улыбки при разговоре в процессе заключения сделки? Как родилась реакция улыбки у человека?

Задание 4. Криминализация личного жизненного пространства и проблемы обеспечения психологической безопасности личности.

Фетишизация модели «экономического человека». Предпосылки криминализации общественной жизни. Возникновение преступных группировок. Типология преступности. Экономическая сфера преступлений. Корыстные мотивы преступного поведения. Мошенничество как особый вид экономического поведения. Специфический характер российской преступности. Прогноз преступности как социально-экономического феномена российского общества.

Вариант №13

Задание 1. Привести пример анализа относительной экономии персонала на производстве.

Задание 2. Торговый агент должен встретиться с иногородним клиентом и собирается лично вручить ему заказ на 3000 у.д.ед.

Если агент поедет поездом, то потеряет день на работе, который принес бы ему 1500 у.д.ед.

Полет самолетом позволит сократить рабочий день, но если самолет не полетит из-за тумана, то личная встреча с клиентом не состоится и день будет потерян. В этом случае придется говорить с клиентом по телефону, что уменьшит сумму заказа на

500 уд.ед. Вероятность тумана оценивается как 0,1 (по статистике, в это время года 1 день из 10 — с туманом).

Какое решение должен принять агент?

Задание 3. Обратимся к такому чувству, как зависть к коллегам. От чего зависит сила зависти (и, следовательно, недовольства) у людей к тем, кто удачно работает в том же коллективе, кто трудится в других ведомствах, институтах, фирмах или в других городах (но информация об успехах которых имеется)?

Задание 4. Конфликтизация общественной жизни, причины социально-экономических конфликтов и их предупреждение.

Конфликтогенные факторы в общественной жизни. Государственная власть как генератор социально-экономических конфликтов. Конфликты в сфере собственности. Конфликты в сфере правовых отношений. Национальная сфера конфликтов. Семейная сфера конфликтов. Конфликты в предпринимательской среде. Бытовые конфликты. Конфликты в административной среде. Феномен социальной напряженности. Угрозы личному жизненному пространству и личная безопасность. Психологический анализ внутриличностных конфликтов.

Вариант №14

Задание 1. Привести пример анализа степени использования кадров в машиностроительном производстве с учетом численности рабочих, занятых в наибольшей по численности смене.

Задание 2. Ваша фирма страхует автомобили граждан от угона на суммы по 5 тыс. руб. за один автомобиль. По статистике, вероятность угона автомобиля за год составляет 0,05%.

Какова должна быть сумма годового страхового взноса, чтобы годовой доход фирмы от страхования составил 1 млн. руб.? (Примем, что в год вы страхуете в среднем 100 автомобилей.)

Задание 3. Какие установки, по-вашему, характерны для основной части населения в отношении комплиментов? Основная масса населения

а) любит получать комплименты; б) это нравится большинству людей лишь изредка; в) люди, как правило, не любят получать комплименты.

Иной аспект вопроса. Люди: а) любят делать друг другу комплименты; б) делают это лишь иногда; в) предпочитают вообще этого не делать.

Задание 4. Экономико-психологический портрет российского предпринимательства.

Рыночная инфраструктура российского общества. Предпринимательство как социальная база экономических реформ. Первичный портрет предпринимательских социальных групп. Цивилизованные и нецивилизованные предпринимательские группы. Статусные портреты российских предпринимателей. Личностная типология российского предпринимательства: авантюрный, консервативный и конструктивный типы. Оценка факторов жизнеспособности бизнеса. Профессиональные и личностные качества предпринимателя.

Вариант №15

Задание 1. Привести пример анализа динамики уровня фондовооруженности живого труда и динамики фондоотдачи.

Задание 2. После напряженного трудового дня вы спешите домой и вдруг внезапно вспоминаете, что у Марины сегодня День рождения. А может быть, нет. Все магазины уже закрыты, но торгуют цветочные лавки. Если ее День рождения не се-

годня и вы не принесете подарка, то положение будет нейтральным. Если у нее не День рождения и вы примчитесь с букетом, то максимум, чем вы рискуете, — это подвергнуться проверке на трезвость. Если у нее действительно День рождения и вы вовремя вспомнили об этом, то заслужите благодарность. Если же в этом случае вы не принесете ничего — то вы человек пропащий.

Как вам поступить?

Задание 3. Приходилось ли вам участвовать в проведении социологических опросов? В чем выигрышные стороны данного метода изучения жизненных явлений? Какие психологические задачи он может решать в общении с коллегами, деловыми партнерами? Социологический опрос — это лишь средство получения информации или метод влияния (на сознание и подсознание)? Чем обусловлены определенные границы данного метода?

Задание 4. Внерыночные экономико-психологические отношения «предприниматель — чиновник».

Проблемное поле отношений предпринимателя с местной административной властью. Внешние проверки на предприятии. Бюрократические вымогательства. Сегментация рынка бюрократических услуг. Стратегии предпринимателей. Контакт—отношения с представителями административной власти. Влияние предпринимателей на административную власть. Типология предпринимательских групп. Психологические причины «инвестиционного вымогательства».

Вариант №16

Задание 1. Привести пример связи между показателями часовой, дневной и годовой производительности труда.

Задание 2. Группе из трех равноправных компаньонов необходимо принять общее решение, выбрав его из четырех возможных альтернативных вариантов. Каждое лицо группы по-разному оценивает возможные решения. Эта оценка приведена в табл. на основе придания решениям различных рангов (так называемая ранжировка). Причем, чем ниже ранг, тем предпочтение больше.

Ранжировка альтернатив

Лицо, принимающее решение	Ранги			
	1-й	2-й	3-й	4-й
1-е	а3	а4	а2	а1
2-е	а3	а2	а1	а4
3-е	а1	а2	а4	а3

Необходимо найти оптимальное групповое решение.

Задание 3. Каково ваше мнение, от каких параметров зависит склонность (или равнодушие, а также полное нежелание) человека к самостоятельному проведению социологических опросов среди коллег, знакомых, в массовой аудитории?

Задание 4. Деловые рыночные отношения «предприниматель — предприниматель».

Личные качества делового партнера. Конфликтное поле в отношениях с контрагентами. Нарушение деловых обязательств. Проблемные зоны предпринимательской среды. Психология доверия. Реакция на недобросовестные действия. Деловой контроль предотвращения нарушений. Образование деловых сетей. Этика внеконтрактных отношений. Типология предпринимательских групп.

Вариант №17

Задание 1. Привести пример учета анализа связи производительности труда, количества произведенной продукции определенного вида и базисных удельных затрат заработной платы.

Задание 2. Группа из трех равноправных компаньонов оценивает три альтернативных решения по трехбалльной системе: лучшее решение — 3 балла, среднее — 2, худшее - 1 балл (табл.)

Ранжировка альтернатив

Варианты решения	Оценки в баллах		
	1-е лицо	2-е лицо	3-е лицо
a1	2	3	1
a2	1	1	3
a3	3	2	2

Необходимо найти такое групповое решение, при котором отклонение между предпочтением группы и индивидуальными решениями будет наименьшим.

Задание 3. Нужна ли жестикуляция при разговоре по телефону? Имеет ли она какое-либо значение?

Задание 4. Квазирыночные деловые отношения «предприниматель — криминалитет».

Конфликтное поле предпринимателя в отношении с криминалитетом. Криминальное вымогательство. Силовые методы отношений. Издержки силового давления. Реакция на силовые методы. Динамика криминальных отношений. Оценка государственных силовых структур. Насилие и сегментация рынка. Типология предпринимательских групп.

Вариант №18

Задание 1. Привести пример учета анализа связи плановой технологической трудоемкости изделия и объема произведенной продукции.

Задание 2. Владельцу груза приходится выбирать из двух альтернатив: страховать или не страховать перевозимый груз. Риск заключается в том, что возможна катастрофа с вероятностью 0,1, в результате которой груз будет утрачен. Матрица полезности — табл.

Матрица полезности (эффективности) страхования груза

Решение владельца груза	«Природа»	
	Катастрофа (вероятность 0,1)	Без катастрофы (вероятность 0,9)
Страховать груз	+ 100	—5
Не страховать груз	—95	+ 5

Полезность исходов определяется владельцем груза следующим образом. Если груз застрахован, то в случае его утраты владелец получает страховую компенсацию в размере 100 единиц, если же катастрофы не было, он теряет 5 единиц, потраченных на страховой полис. Если груз не застрахован, в случае катастрофы теряется его стоимость — 95 единиц, при благополучном же исходе владелец может распорядиться суммой в 5 единиц, сэкономленной на страховом полисе.

Задание 3. Ведя разговор с деловым коллегой, будете ли вы опираться на слово

Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

«нет» или на слово «да»? Объясните психологические основы воздействия обоих слов на вашего партнера.

Задание 4. Мужские модели предпринимательства.

Становление мужской бизнес-элиты. Стратификационные особенности. Социальные ориентиры. Отношение к власти. Деловая культура. Оценка собственных достижений. Самоидентификация. Личностные стратегии делового поведения, самооценки. Портреты успешных предпринимателей. Интерпретация богатства. Управление фирмой. Личностные особенности. Этика бизнеса.

Вариант №19

Задание 1. Привести пример учета связи индекса объема произведенной продукции и изменения численности основных рабочих в плановом периоде по сравнению с отчетным.

Задание 2. Вам предлагается инвестировать (вложить) средства в два предприятия на выбор. При этом следует учитывать, что:

- первая инвестиция допускает потерю вами 1 млн. руб. с вероятностью 0,5;
- вторая — потерю 2 млн. руб. с вероятностью 0,3;

Какое решение сопряжено с меньшим риском?

Задание 3. Найдите в книге Д. Карнеги «Как заводить друзей и оказывать влияние на других людей» описание принципа: «Дайте человеку почувствовать свою значимость!», проведите в своей жизненной практике эксперимент по реализации этого принципа. Составьте письменное резюме о возможностях этого метода межличностного общения.

Задание 4. Женские модели предпринимательства.

Становление женского предпринимательства. Портрет женщины-предпринимателя. Женщина-предприниматель в экстремальных условиях. Мотивационная шкала женского бизнеса. Социальные ориентиры. Специфика женского бизнеса. Проблемные «зоны управления». Оптимальные модели достижения успеха. Принципы женского бизнеса. Интерпретация богатства. Этика бизнеса. Самоидентификация.

Вариант №20

Задание 1. Привести пример анализа связи интегрального изменения уровня квалификации рабочих от среднего тарифного разряда функциональной группы.

Задание 2. На прием к директору записалось несколько посетителей. Секретарь директора составил список в алфавитном порядке, указав для каждого требующую ему ориентировочную продолжительность приема. Фамилии записавшихся обозначены в списке их заглавными буквами (см. табл.).

№ п/п	Фамилия (начальная буква)	Продолжительность приема, мин	Время ожидания, мин
1	Б	25	0
2	Д	15	25
3	Е	10	40
4	К	5	50
5	С	35	55
6	Т	30	90
Суммарное время		120 мин = 2 ч	260 мин = 4 ч 20 мин

На весь прием директору, как видно из таблицы, отведено 2 ч = 120 мин, поэтому пришлось ограничиться всего шестью посетителями.

Является ли составленное расписание наилучшим?

Задание 3. На основе материалов книги швейцарского психолога М. Люшера «Цвет вашего характера» (М., 1997) составьте анкету о предпочтительном отношении вашего партнера к определенному цвету. Проведите мини-опрос среди целого ряда ваших знакомых и окружающих вас людей. Попробуйте определить черты характера ответивших вам людей. Сделайте обобщенное резюме для преподавателя.

Задание 4. Профессиональная культура и психология экономической безопасности бизнеса.

Промышленный шпионаж. Утечка информации. Коммерческая тайна. Концепция защиты экономической информации. Система безопасности. Модель комплексной безопасности. Угрозы безопасности фирмы (банка). Концептуальная модель безопасности личности. Концептуальная модель безопасности информации. Организационная структура службы безопасности в фирме (банке). Психология отбора и контроля сотрудников фирмы (банка). Принцип полиграфа («детектора лжи»), сфера использования.

Вариант №21

Задание 1. Привести пример анализа эффективности использования живого труда, учитывающего прирост производительности труда.

Задание 2. Занявшись бизнесом, хозяин малого предприятия может через год оказаться в одном из следующих состояний:

A_1 - стабильное получение запланированной прибыли с вероятностью $P_1 = 0,4$;

A_2 - получение прибыли в два и менее раза меньше запланированной $P_2 = 0,3$;

A_3 - получение прибыли в два и более раза больше запланированной $P_3 = 0,1$;

A_4 — банкротство с $P_4 = 0,2$.

Необходимо определить, в каком конкретно состоянии окажется бизнесмен к концу года.

Задание 3. Каково психологическое воздействие улыбки при разговоре в процессе заключения сделки? Как родилась реакция улыбки у человека?

Задание 4. Инвестиционные модели экономического поведения.

Субъекты инвестиционного процесса. Накопители инвестиционных ресурсов. Распределители инвестиционных ресурсов. «Запускатели» инвестиционных ресурсов. Прямые инвесторы. «Транзитные» инвесторы. Консервативная модель поведения. Рискованная модель поведения. Индивидуальные инвесторы. Групповые инвесторы. Массовые инвесторы. Модели поведения инвесторов в системе инвестиционного цикла. Групповые инвестиционные интересы.

Вариант №22

Задание 1. Привести пример анализа доли прироста продукции за счет повышения производительности труда.

Задание 2. Банк заинтересован в покупке акций некоего общества. Стремясь сделать покупку как можно более выгодной, банк снабжает продавца информацией о реальной стоимости акций, которая может быть как правдивой (A_1), так и заведомо ложной (A_2). Продавец может как поверить информации (B_1), так и не дать ей веры (B_2). Условия задачи можно представить в виде игровой матрицы, содержащей данные о величине возможной успешности сделки - приросте стоимости по отношению к вложенным средствам.

Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

Матрица игры

Банк	Продавец акций	
	B_1	B_2
A_1	0,608	1,000
A_2	1,000	0,440

Необходимо выбрать такую стратегию банка, при которой результат окажется максимально возможным.

Задание 3. Во время разговора по телефону с коллегой следует избегать мимики лица? Не обращать на это внимание? Или же желательно усилит мимику, как бы незримо воздействуя этим на своего партнера по разговору?

Задание 4. Анализ экономического поведения в страховом бизнесе.

Расширение зоны рисков в жизненном личном пространстве. Рисковая сущность экономического поведения. Типология рискованных случаев. Способы поведения в условиях риска. Способы компенсации риска. Способы профилактики рискованных случаев. Страхование личных угроз. Вариации страховательного поведения представителей страхового бизнеса. Принятие решений в страховом бизнесе на основе использования методов исследования операций.

Вариант №23

Задание 1. Привести пример анализа относительной экономии персонала на производстве.

Задание 2. Торговый агент должен встретиться с иногородним клиентом и собирается лично вручить ему заказ на 3000 у.д.ед.

Если агент поедет поездом, то потеряет день на работе, который принес бы ему 1500 у.д.ед.

Полет самолетом позволит сократить рабочий день, но если самолет не полетит из-за тумана, то личная встреча с клиентом не состоится и день будет потерян. В этом случае придется говорить с клиентом по телефону, что уменьшит сумму заказа на 500 у.д.ед. Вероятность тумана оценивается как 0,1 (по статистике, в это время года 1 день из 10 — с туманом).

Какое решение должен принять агент?

Задание 3. Обратимся к такому чувству, как зависть к коллегам. От чего зависит сила зависти (и, следовательно, недовольства) у людей к тем, кто удачно работает в том же коллективе, кто трудится в других ведомствах, институтах, фирмах или в других городах (но информация об успехах которых имеется)?

Задание 4. Модели экономического поведения в финансово-банковской сфере.

Кредиторское экономическое поведение. Пределы рисков. Рискованные модели поведения в банковском бизнесе. Изучение поведения клиентов. Типология поведения клиентов. Корректировка поведения клиентов. Типология поведения. Факторы рискованного поведения дилеров. Мониторинг поведенческих рисков. Модели поведения финансовых брокеров и маркет-мейкопов на рынке ценных бумаг.

Вариант №24

Задание 1. Привести пример анализа степени использования кадров в машиностроительном производстве с учетом численности рабочих, занятых в наибольшей по численности смене.

Задание 2. Ваша фирма страхует автомобили граждан от угона на суммы по 5 тыс. руб. за один автомобиль. По статистике, вероятность угона автомобиля за год составляет 0,05%.

Какова должна быть сумма годового страхового взноса, чтобы годовой доход фирмы от страхования составил 1 млн. руб.? (Примем, что в год вы страхуете в среднем 100 автомобилей.)

Задание 3. Какие установки, по-вашему, характерны для основной части населения в отношении комплиментов? Основная масса населения

а) любит получать комплименты; б) это нравится большинству людей лишь изредка; в) люди, как правило, не любят получать комплименты.

Иной аспект вопроса. Люди: а) любят делать друг другу комплименты; б) делают это лишь иногда; в) предпочитают вообще этого не делать.

Задание 4. Модели экономического поведения в сфере промышленного производства.

Стратегии поведения директоров промышленных предприятий. Три типа поведения. Социологические опросы директоров предприятий. Конъюнктурные опросы директоров предприятий. Поведение руководителей среднего звена. Поведение акционеров. Экономически эффективное управление. Сокращение временного цикла «товар — деньги — товар».

Вариант № 25

Задание 1. Привести пример анализа динамики уровня фондовооруженности живого труда и динамики фондоотдачи.

Задание 2. После напряженного трудового дня вы спешите домой и вдруг внезапно вспоминаете, что у Марины сегодня День рождения. А может быть, нет. Все магазины уже закрыты, но торгуют цветочные лавки. Если ее День рождения не сегодня и вы не принесете подарка, то положение будет нейтральным. Если у нее День рождения и вы примчитесь с букетом, то максимум, чем вы рискуете, — это подвергнуться проверке на трезвость. Если у нее действительно День рождения и вы вовремя вспомнили об этом, то заслужите благодарность. Если же в этом случае вы не принесете ничего - то вы человек пропащий.

Как вам поступить?

Задание 3. Приходилось ли вам участвовать в проведении социологических опросов? В чем выигрышные стороны данного метода изучения жизненных явлений? Какие психологические задачи он может решать в общении с коллегами, деловыми партнерами? Социологический опрос - это лишь средство получения информации или метод влияния (на сознание и подсознание)? Чем обусловлены определенные границы данного метода?

Задание 4. Модели экономического поведения в аграрном секторе.

Организационные аграрные стратегии: реституция, укрупнение, фермерство, кооперация. Аукционные распродажи земли и совхозного (колхозного) имущества. Социальные типы фермерства. Производственная типология сельскохозяйственных предприятий. Социальный состав. Типы земельных отношений. Руководители крестьянских хозяйств. Экономическая психология различных групп по отношению к земельному кодексу.

Вариант № 26

Задание 1. Привести пример связи между показателями часовой, дневной и годовой производительности труда.

Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

Задание 2. Группе из трех равноправных компаньонов необходимо принять общее решение, выбрав его из четырех возможных альтернативных вариантов. Каждое лицо группы по-разному оценивает возможные решения. Эта оценка приведена в табл. на основе придания решениям различных рангов (так называемая ранжировка). Причем, чем ниже ранг, тем предпочтение больше.

Ранжировка альтернатив

Лицо, принимающее решение	Ранги			
	1-й	2-й	3-й	4-й
1-е	а3	а4	а2	а1
2-е	а3	а2	а1	а4
3-е	а1	а2	а4	а3

Необходимо найти оптимальное групповое решение.

Задание 3. Каково ваше мнение, от каких параметров зависит склонность (или равнодушие, а также полное нежелание) человека к самостоятельному проведению социологических опросов среди коллег, знакомых, в массовой аудитории?

Задание 4. Бюджетные стратегии экономического поведения и финансовая психология.

Деньги как измерители и как средство достижения и распределения благ. Деньги как лимитирующий способ поведения. Деньги как способ взаиморасчетов и средство товарного обмена. Деньги как фактор контроля над жизненными ресурсами. Способы накопления и распределения денежных средств. Балансы доходов и расходов. Методики определения личных доходов и расходов. Психология внутрисемейного распределения времени.

Вариант №27

Задание 1. Привести пример учета анализа связи производительности труда, количества произведенной продукции определенного вида и базисных удельных затрат заработной платы.

Задание 2. Группа из трех равноправных компаньонов оценивает три альтернативных решения по трехбалльной системе: лучшее решение - 3 балла, среднее - 2, худшее - 1 балл (табл.)

Ранжировка альтернатив

Варианты решения	Оценки в баллах		
	1-е лицо	2-е лицо	3-е лицо
а1	2	3	1
а2	1	1	3
а3	3	2	2

Необходимо найти такое групповое решение, при котором отклонение между предпочтением группы и индивидуальными решениями будет наименьшим.

Задание 3. Нужна ли жестикуляция при разговоре по телефону? Имеет ли она какое-либо значение?

Задание 4. Модели поведения в домашнем хозяйстве и экономическая психология семейных отношений.

Домашнее хозяйство как сфера производства и потребления. Спецификация домашнего труда. Способы измерений «домашних» моделей поведения. Дифференциация моделей поведения в «семейной экономике». Взаимоотношение полов. Вза-

имоотношение «родители — дети». Родственные особенности внутрисемейного поведения. Феномен «моральной экономики». Неформальные трудовые отношения. Технологическая база домашнего хозяйства. Семейные ценностные ориентации.

Вариант №28

Задание 1. Привести пример учета анализа связи плановой технологической трудоемкости изделия и объема произведенной продукции.

Задание 2. Владельцу груза приходится выбирать из двух альтернатив: страховать или не страховать перевозимый груз. Риск заключается в том, что возможна катастрофа с вероятностью 0,1, в результате которой груз будет утрачен. Матрица полезности - табл.

Матрица полезности (эффективности) страхования груза

Решение владельца груза	«Природа»	
	Катастрофа (вероятность 0,1)	Без катастрофы (вероятность 0,9)
Страховать груз	+ 100	-5
Не страховать груз	-95	+ 5

Полезность исходов определяется владельцем груза следующим образом. Если груз застрахован, то в случае его утраты владелец получает страховую компенсацию в размере 100 единиц, если же катастрофы не было, он теряет 5 единиц, потраченных на страховой полис. Если груз не застрахован, в случае катастрофы теряется его стоимость - 95 единиц, при благополучном же исходе владелец может распорядиться суммой в 5 единиц, сэкономленной на страховом полисе.

Задание 3. Ведя разговор с деловым коллегой, будете ли вы опираться на слово «нет» или на слово «да»? Объясните психологические основы воздействия обоих слов на вашего партнера.

Задание 4. Потребительское поведение в обменных процессах.

Индекс потребительских настроений. Региональные особенности потребительского поведения. Социально-экономические «сдвиги» потребительских настроений. Уровни покупательной способности. Потребительская корзина. Потребительские модели поведения: элитарные, массовые, специфические потребительские модели поведения «среднего класса». Условия экономического выбора товара (услуги) на рынке спроса и предложения. Мотивы потребительского поведения.

Вариант №29

Задание 1. Привести пример учета связи индекса объема произведенной продукции и изменения численности основных рабочих в плановом периоде по сравнению с отчетным.

Задание 2. Вам предлагается инвестировать (вложить) средства в два предприятия на выбор. При этом следует учитывать, что:

- первая инвестиция допускает потерю вами 1 млн. руб. с вероятностью 0,5;
- вторя — потерю 2 млн. руб. с вероятностью 0,3;

Какое решение сопряжено с меньшим риском?

Задание 3. Найдите в книге Д. Карнеги «Как заводить друзей и оказывать влияние на других людей» описание принципа: «Дайте человеку почувствовать свою зна-

Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения

чимость!», проведите в своей жизненной практике эксперимент по реализации этого принципа. Составьте письменное резюме о возможностях этого метода межлического общения.

Задание 4. Поведенческие модели жизненного самообеспечения.

Профессиональная ориентация и выбор профессии как основа жизненного самообеспечения. Трудоустройство на работу. Профессиональные модели поведения. Страховательные модели поведения. Инвестиционные модели поведения. Ипотечное кредитование. Кредитное обеспечение материальных благ. Показатели уровня благосостояния. Ориентация на семейные ценности.

Вариант №30

Задание 1. Привести пример анализа связи интегрального изменения уровня квалификации рабочих от среднего тарифного разряда функциональной группы.

Задание 2. На прием к директору записалось несколько посетителей. Секретарь директора составил список в алфавитном порядке, указав для каждого требующую ему ориентировочную продолжительность приема. Фамилии записавшихся обозначены в списке их заглавными буквами (см. табл.).

№ п/п	Фамилия (начальная буква)	Продолжительность приема, мин	Время ожидания, мин
1	Б	25	0
2	Д	15	25
3	Е	10	40
4	К	5	50
5	С	35	55
6	Т	30	90
Суммарное время		120 мин = 2 ч	260 мин = 4 ч 20 мин

На весь прием директору, как видно из таблицы, отведено 2 ч = 120 мин, поэтому пришлось ограничиться всего шестью посетителями.

Является ли составленное расписание наилучшим?

Задание 3. На основе материалов книги швейцарского психолога М. Люшера «Цвет вашего характера» (М., 1997) составьте анкету о предпочтительном отношении вашего партнера к определенному цвету. Проведите мини-опрос среди целого ряда ваших знакомых и окружающих вас людей. Попробуйте определить черты характера ответивших вам людей. Сделайте обобщенное резюме для преподавателя.

Задание 4. Экономическая психология поведенческих стратегий на рынке труда.

Российский рынок рекруитерских услуг. Методы работы рекруитерских агентств. Каналы трудоустройства. Личные стратегии занятости. Стратегии поиска работы. Стратегии смены профессий. Стратегии адаптации работников к рынку труда. Трансформационные модели поведения. Молодежные стратегии поведения на рынке труда. Стратегии поведения в период испытательного срока работ. Управление занятостью (регистрация безработных). Частные кадровые агентства как «буферная зона» между безработными и работодателями.

Вопросы для контроля знаний по курсу «Экономическая психология»

1. Соотношение экономической теории и экономической психологии и их взаимосвязь.
2. Предмет и объект экономической психологии как науки.
3. Основные методы исследования в экономической психологии.
4. Теоретико-эмпирический характер экономической психологии.
5. Причины неопределенности и непредсказуемости экономического поведения.
6. Работы основных ученых-экономистов, затрагивающих психологические проблемы экономической жизни.
7. Политическая власть, отношение к собственности и экономические интересы.
8. Вычислительные методы исследования операций в экономической психологии.
9. Математические методы принятия решений в экономической психологии.
10. Социальные, психологические и этические нормы и ценности, регламентирующие использование денег.
11. Психология спроса и накопления, детерминанты сберегающего поведения.
12. Долги, психология восприятия и отношения к долгу.
13. Закономерности поведения субъектов рынка в условиях инфляции и экономических кризисов.
14. Психологические особенности кредитования и поэтапной оплаты.
15. Экономическая политика и экономическое поведение людей в обществе, когнитивные представления о социоэкономических представлениях.
16. Государство в сознании различных групп населения: восприятие экономической политики.
17. Психология восприятия системы государственных доходов, отношение к расходам.
18. Представления населения о качестве жизни и уровне экономического благосостояния.
19. Экономико-психологические проблемы использования природных ресурсов, товаров, материалов и энергии.

20. Экономико-психологические проблемы налоговой политики и налогообложения.
21. Оценка налоговой политики различными слоями населения: персональные, организационные и ситуационные факторы оценки.
22. Психологические модели поведения при уклонении от уплаты налогов.
23. Мобильность трудовых ресурсов и ставки подоходного налога: экономические и психологические преимущества от снижения налоговых ставок.
24. Функции, мотивы и ценности предпринимательства как специфического вида социальной активности.
25. Психологические барьеры в различных видах предпринимательства и бизнеса.
26. Отношение к риску, конкуренции и неудачам. Мотивация достижения в предпринимательской деятельности.
27. Психологические исследования инновационного предпринимательства и инженерного бизнеса.
28. Психологические факторы, влияющие на успешность поведения в процессе переговоров и заключения сделок.
29. Экономическое поведение в условиях рынка ценных бумаг, психологические составляющие и стратегии участников фондовых бирж.
30. Экономико-психологические проблемы управления рисками в различных областях профессиональной деятельности.
31. Риск и теория мотивации достижения успеха.
32. Риск и принятие экономических решений.
33. Риск и концепция надситуативной активности.
34. Управление рисками в банковской системе (экономико-психологические аспекты).
35. Риск-менеджмент в страховом бизнесе системе (экономико-психологические аспекты).
36. Экономическое поведение населения с учетом сегментации рынка труда.
37. Психологический анализ эволюции взглядов на факторы экономического роста и макрорегулирование экономики.
38. Семейные отношения как объект социальной и экономической психологии.
39. Модели внутрисемейного распределения времени и анализ потребительского бюджета семьи.
40. Труд и досуг в семье, отношение к труду и паттерны досуга в зависимости от экономического благосостояния.
41. Анализ когнитивных, эмоциональных и коммуникативных процессов, связанных с поведением покупателей.
42. Психологические особенности восприятия и оценки товаров потребителями.
43. Психология доверия к фирме-производителю продукции, промышленным образцам, товарным знакам и торговым маркам.
44. Психологические основы ориентации на потребителя в маркетинговых программах фирм и политике ценообразования.

45. Поведение различных слоев населения на рынке потребительских товаров.
46. Параметры восприятия сферы спроса и предложения, система их экономико-психологического взаимодействия.
47. Психологические механизмы и методы рекламного воздействия на потребителей.
48. Принципы и методы изучения поведения потребителей в системе маркетинга.
49. Функционально-стоимостный анализ и психология решения задач в процессе выработки экономических решений.
50. Проблемы совершенствования методов управления в экономической психологии, эргономике и научной организации труда.
51. Психологический анализ ценообразования на рабочую силу в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
52. Психология материального стимулирования труда в условиях рыночных отношений.
53. Механизмы регулирования трудового поведения персонала в рыночных условиях хозяйствования.
54. Экономико-психологические подходы к регулированию численности персонала.
55. Экономико-психологические подходы к нормированию труда в современных условиях.
56. Экономико-психологический анализ эффективности использования трудовых ресурсов организаций и фирм.
57. Политическая и экономическая психология власти как особой формы социальных отношений.
58. Экономическая психология и диагностика типа корпоративной культуры.
59. Основные параметры организационной структуры и экономическая психология.
60. Основные параметры организационного дизайна и экономическая психология.
61. Модели организационной культуры и экономическая психология их проектирования.
62. Эффективность инновационной деятельности и организационных изменений с позиций экономической психологии.

Примечание. Список рекомендованной литературы, приведенный в настоящей разработке, дает возможность обучаемым сориентироваться в изучении всех тем программы, позволяющих будущим специалистам осуществлять учет психологических закономерностей экономического поведения населения как необходимого условия успешности профессиональной деятельности. Наряду с указанной в разработке литературой, студентам необходимо систематически следить за монографической литературой, статьями из журналов и газет, самостоятельно подбирать и отрабатывать материалы, которые могут быть использованы в процессе подготовки к экзамену.

Библиографические источники для написания рефератов, курсовых и дипломных работ, выполнения контрольных заданий по курсу «Экономическая психология»

1. *Андреева И.В.* Экономическая психология. СПб., 2000.
2. *Андрианов В.Д.* Россия в мировой экономике. М., 1999.
3. *Агапова И.* История экономической мысли: Курс лекций. М.: Изд-во «ВиМ», 1997.
4. Актуальные проблемы реформирования отношений собственности в современной России: Межвузовская научно-практическая конференция. Тезисы докладов и выступлений. /Отв. ред. Б.В. Салихов. М.: МГЭИ, 1998.
5. *Аникин А.В.* Путь исканий. Социально-экономические идеи в России до марксизма. М.: Политиздат, 1990.
6. *Акманов С.А.* Введение в математическую экономику. М.: Наука, 1984.
7. *Анисимов Ю.П.* Проблемы планирования затрат на освоение новой продукции и источники их возмещения в производственном объединении. Ускорение процесса «исследование — производство». М.: Экономика, 1999.
8. *Ансофф И.* Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ. (Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко). М.: Экономика, 1989.
9. Американская социология. М.: Прогресс, 1992.
10. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Экономика, 1999.
11. *Бартенев С.А.* История экономических учений в вопросах и ответах. М.: Юристь, 1998.
12. *Белусов В.Д. и др.* История экономических учений (от средних веков): Учебное пособие. Самара, 1997.
13. *Бор М.З.* История мировой экономики: Конспект лекций. М.: Дело и Сервис, 1998.
14. *Борисов Е.Ф.* Экономическая теория: Курс лекций. М.: Общество «Знание» России, 1996.
15. *Бункина М.К.* Монетаризм. М.: Дело и Сервис, 2002.
16. *Бункина М.К., Семенов А.М.* Экономика и психология. На перекрестке наук. М.: Дело и Сервис, 1999.
17. *БувалЛ.П.* Социальная среда и сознание личности. Минск: НТЦ АПИ, 2001.
18. *ВаловойД.В.* Рыночная экономика: возникновение, эволюция, сущность. М.: ИНФРА-М, 1997.
19. Вводный курс по экономической теории: Учебник / Под ред. Г.П. Журавлевой. М.: ИНФРА-М, 1997.
20. Всемирная история экономической мысли: В 6 т. М.: Мысль, 1987—1997.
21. *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Политиздат, 1991.
22. Введение в практическую социальную психологию. М.: Наука, 1994.
23. Введение в рыночную экономику/Под ред. А.Я.Лившица. М.: Экономика, 1994.
24. *Беклеишев Д.В., Бердников А.Н.* Совместное предпринимательство с зарубежными контрагентами. М.: Изд. «Реклама, информация, маркетинг», 1991.
25. *Брагинский С.В.* Кредитно-денежная политика в Японии. М.: Наука, 1999.
26. *Бровкин Н.Е., Обросов П.П.* Прогнозирование расходов на уплату процентов за кредит // Деньги и кредит. 1997. №5. С. 44—49.
27. *Буканджэ., Кенигсберг Э.* Научное управление запасами. М.: Наука, 1999.
28. *Бунич П.Г.* Плановые показатели, экономические нормативы и правила // Вопросы экономики. 1980. №2. С. 35—45.
29. *Василевский А.К.* Потребность: качество, цена, спрос. Киев: Выща школа, 1993.

30. *Венецкий И.Г., Венецкая В.И.* Основные математико-статистические понятия и формулы в экономическом анализе. М.: Статистика, 1999.
31. *Вентцель Е.С.* Исследование операций: задачи, принципы, методология. М.: Наука, 1980
32. *Вагнер Г.* Основы исследования операций: В 3-х т. М.: Мир, 1973.
33. *Власевич Ю.Е., Бартенев С.А.* Экономика России: эффекты и парадоксы. М.: Экономика, 1995.
34. *Волгин Н.А., Николаев С.В.* Доходы работника и результативность производства. М. Луч, 1994.
35. *Гаврилов Р.В.* Производительность труда: показатели планирования и методы измерения. М.: Экономика, 1985.
36. *Гальчинский А.С.* К. Маркс и развитие экономической мысли Запада. М.: Экономика, 1990.
37. *Грачев В.А.* История экономических учений: Учеб. пособие (тесты, упражнения, задания). Киров: Изд-во «АСА», 1997.
38. *Гусейнов Р.* История экономики России: Учебн. пособие. Новосибирск, 1998.
39. *Грей К.* Предпринимательство в 90-х годах // Иностранная психология. 1997. №9. С. 37-45.
40. *Гладков И.С.* Экономика и мирохозяйственные связи промышленно развитых и развивающихся стран: Учебно-справочное пособие. М., 1996.
41. *Долан Э.Дж., Линдсей Д.* Рынок: микроэкономическая модель / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. СПб., 1992.
42. *Друзик Я.С.* Мировая экономика на финише века: Учеб. пособие. Минск, 1997.
43. *Душанич Т.Н., Душанич Й.Б.* Экономика переходного периода. М., 1996.
44. *Дизель П., Мак-Кинли У.* Поведение человека в организации. М.: Прогресс, 1993.
45. *Дилигенский Г.Г.* Социально-политическая психология. М.: Политиздат, 1991.
46. *Долан Э.Дж., Линдсей Д.* Рынок: микроэкономическая модель. СПб., 1992.
47. *Долан Э.Дж. и др.* Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. Л., 1991.
48. *Дэвид Мерсер.* ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира. // Общ. ред. В.С. Загашвили. М.: Прогресс, 1991.
49. *Донцов А.М.* Психология коллектива. М.: Изд-во МГУ, 1984.
50. *Дюркгейм Э.О.* О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Прогресс, 1991.
51. *Ермаков А.Г., Спасенников В.В.* Экономическая психология в подготовке будущих управленцев, психологов и экономистов. // Психология и практика. Ежегодник РПО. Т. 4, Вып. 4. Ярославль: ЯрГУ, 1998. С. 240 - 244.
52. *Ермолаева Е.П., Ермаков А.Г. Спасенников В.В.* Экономическая психология предпринимательской деятельности: прогнозирование профессиональной успешности. Учебное пособие. М.: Издательский центр «Академия», 1999.
53. *Ефимкина А.П.* Дважды реабилитированные: Н.Д. Кондратьев, Л.Н. Юровский. М.: Финансы и статистика, 1991.
54. *Журавлев А.Л.* Социальная психология личности и малых групп: Некоторые итоги исследования // Психол. журнал. 1993. Т. 14. №4.
55. *Земское В.В.* Кредитный механизм и интенсификация промышленного производства. М.: Финансы и статистика.
56. История мировой реформы 1920—1990 гг. / Под ред. Н.С. Кривцова, А. Н. Марковой. М.: Финансы и статистика, 1999.
57. *Иванов И.* Расширение Евросоюза: сценарий, проблемы, последствия // Мировая экономика и международные отношения. 1998. №9. С. 22—33.
58. *Иноземцев В.Л.* Эксплуатация: феномен сознания и социальный конфликт // Свободная мысль. 1998. №2.
59. *Ионова Е.* ЮАР: социальные приоритеты и макроэкономическая стратегия // Мировая экономика и международные отношения. 1998. №9. С. 146—149.
60. Капитализм XXI века / Что ждет мир в следующем столетии // Business Week. 1996. № 1.
61. *Китов А.И.* Психология управления. М.: АНХ при Правительстве СССР, 1979.
62. *Китов А.И.* Экономическая психология. М.: Экономика, 1987.
63. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег. М., 1988:
64. *Леонтьев А. Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат. 1975.

65. *Львов В.М., Багрецов С.А.* Проблемы обеспечения безопасности личности в производственной среде. Тверь: Губернская медицина, 2002.
66. *Ломакин В.К.* Мировая экономика: Учебник для вузов. М., 1998.
67. *Макконелл К., Брю С.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. /Пер. с англ. М., 1992.
68. *Максимова Л.М., Носкова И.Я.* Международные экономические отношения. М., 1995.
69. *Международные экономические отношения / Под общ. ред. проф. Р.И. Хасбулатова: В 2 т. М., 1995.*
70. *Международные экономические отношения. Интеграция: Учебн. пособие для вузов/Ю.А. Щербанин, К.Л. Рожков, В.Е. Рыбалкин, Г. Фишер. М., 1997.*
71. *Маркс К.* Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 23—26.
72. *Маршалл А.* Принципы политической экономии: В 3 т. М.: Прогресс, 1983—1984.
73. *Милль Дж.Ст.* Основы политической экономии: В 3 т. М., 1980—1981.
74. *Майбурд Е.М.* Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. М.: Дело, Вита-Пресс, 1996.
75. *Майдачевский Д.Я.* Экономические теории XIX—XX вв.: Учеб. пособие. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1997.
76. *Мамонтов В.Д.* История экономических учений: Учеб. пособие по курсу. Тамбов: ИПЦТамб. Гос. ун-т, 1997.
77. *Микро- и макроэкономика: Практикум.* СПб., 1994.
78. *Манкиев А.Д.* Микросреда личности. Социально-психологические закономерности функционирования групп и коллективов. СПб., 1998.
79. *Марченко В.В., Новиков В.В.* Конфликт в предпринимательстве. Ярославль, МАПН, 1997.
80. *Мясищев В.И.* Основные проблемы и современное состояние психологии отношений человека. // Психологическая наука в СССР. М.: Наука, 1979.
81. *Медвинский В.Г.* Инновационное предпринимательство. М., 1998.
82. *Майерс Д.* Социальная психология. СПб.: Питер., 1997.
83. *Новиков В.В., Рогачев В.В., Спасенников В.В.* Социальная и экономическая психология антикризисного управления. Ярославль: МАПН, 2002.
84. *Новиков В.В.* Очерки психологии крестьянства. Ярославль: ЯрГУ, 2000.
85. *Новиков В.В.* Социальная психология: феномен и наука. Ярославль: МАПН, 1998.
86. *Новиков В.В.* Экономико-психологические проблемы развития рыночных отношений на постсоветском пространстве // Экономико-психологические и правовые проблемы национальной безопасности. Калуга: КФ МГЭИ, 2001.
87. *Носова С.С.* Пути выхода из экономического кризиса: модели мультипликатора — акселератора. М.: Изд-во Рос. Экон. Акад., 1993.
88. *НЭП. Взгляд со стороны.* М.: Моск. Рабочий, 1991.
89. *Нейман Дж. фон Моргенштерн.* Теория игр и экономическое поведение. М.: Наука, 1970.
90. *Основы предпринимательской деятельности.* М.: Финансы и статистика, 1994.
91. *Основы теории переходной экономики (вводный курс): Учеб. пособие / Под ред. Е.А. Киселевой, М.Н. Чепурина.* Киров, 1996.
92. *Очерки истории экономических учений.* М.: Моск. Открытый социальный ун-т, 1997.
93. *Очерки по трудовой теории ценности.* М.; Люберцы: ПИК ВИНТИ, 1997.
94. *Олейника А.* Институциональная экономика. М.: Люберцы, 2002.
95. *Павлов В.А.* История российской политической экономии: Учеб. пособие. М.: Аспект-Пресс, 1995.
96. *Политическая психология. Учебное пособие для вузов. / Под. общ. ред. Н.А. Дергачева, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева.* М.: Академический проект. «Деловая книга», 2001.
97. *Петти В.* Трактат о налогах и сборах. VERBUM SAPIENTI (слово мудрым). Разное о деньгах. М.: ОСЬ-89, 1997.
98. *Повякель, Ложкин Г.В.* Психология конфликта и способы его регулирования. — МАУП, 2000.
99. *Попов В.А.* Психология толпы по Тарду, Сигиле, Ламбозо, Михайловскому, Лебону и др. СПб.: СПбГУ, 2002.
100. *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния. М.: Политиздат, 1989.
101. *Позняков В. О.* Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.

102. *Резников Л.Б.* Производственные отношения социализма. М.: Высш. шк., 1990.
103. Российская экономическая наука: традиции и современность: Цаголовские чтения. М.: Теис, 1998.
104. Русские экономисты (XIX — начало XX в.) Вып. 1 /Ред. — сост. Л.А. Зубченко, Л.И. Зайцева. М.: Институт экономики РАН, 1997; Вып. 2. М.: Инст-т экономики РАН, 1998.
105. *Рывкина Р.В.* Между социализмом и рынком: судьба экономической культуры в России: Учеб. пособие. М.: Наука, 1994.
106. Рыночная экономика. Учебник: В 3 т., 6 кн. М.: Соминтек, 1992.
107. *Роцин С.К.* Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня. // Психол. Журнал. 1990. №5.
108. *РозатиД.* Пять рыночных преобразований в Восточной Европе: ожидания, результаты и задачи политики // Мировая экономика и международные отношения. 1995. №5. С. 122-130.
109. *Романова З.* Меняющаяся Латинская Америка на исходе столетия // Мировая экономика и международные отношения. 1995. №5. С. 122—130.
- ПО. *Савелов А.Р.* История экономической мысли: Курс лекций. Владимир: Гос. пед. ун-т, 1997.
111. *Сажина М.А., Чибриков Г.Г.* Основы экономической теории. М.: Экономика, 1995.
112. *Салихов Б.В.* Основы рыночной экономики: Курс лекций. М.: Гуманитарная академия ВС, 1993.
113. *Салихов Б.В.* Инфляция в экономике России и оборона страны (вопросы теории и методологии). М.: Военный университет, 1995.
114. Сборник задач по экономической теории / Под ред. Е.А. Киселевой. Киров, 1994.
115. *Сакс Дж.* Рыночная экономика и Россия. М., 1994.
116. *Сакс Дж.Д., Ларрен Ф.Б.* Макроэкономика. Глобальный подход / Пер. с англ. М., 1996.
117. *Самуэльсон П.* Экономика. М., 1964.
118. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962.
119. *Соболь И.М.* Метод Монте-Карло. М.: Физматиздат, 1968.
120. *Смелзер Н.Дж.* Социология. Неравенство, стратификация и класс // Социолог, исследования. 1992. №4.
121. *Сорокин П.* Человек. Цивилизация. Общество. М., 1994.
122. Социальная психология экономического поведения / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Наука.
123. *Соколинский В.М.* Психологические основы экономики. М.: ЮНИТИ, 1999.
124. *Спасенников В.В.* Справочное пособие по экономике и научной организации труда. Калуга: КФ МГЭИ, 1999.
125. *Спасенников В.В.* Математические методы в экономической психологии и менеджменте. Калуга: КФ МГЭИ, 2000.
126. *Спасенников В.В.* Анализ и проектирование групповой деятельности в прикладных психологических исследованиях. М.: Институт психологии РАН, 2002.
127. *Спасенников В.В., Торбин СИ., Федотов С.Н.* Авторское свидетельство №1809455. Способ оценки психологической совместимости испытуемых. Международная классификация изобретений 609 В 7/07. Описание изобретения к патенту. М.: ВНИИГПЭ, 1993.
128. *Спасенников В.В.* Власть национальная доктрина. Диалог философа и богослова о геополитике и безопасности социума. Статья первая // «МОСТ», информационно-аналитический центр Росбизнесконсалтинг. СПб., 2002. №51. С. 22—24.
129. *Спасенников В.В.* Экономическая психология как научная дисциплина, специализация студентов и область практической деятельности // Региональная экономика, наука и инновации. Калуга: «Эйдос», 1997. С. 370 — 374.
130. *Спасенников В.В.* Экономико-психологические проблемы создания и внедрения изобретений // Психол. журнал. 1986. Т. 7. № 5. С. 79 — 85.
131. *Спасенников В.В., Семенов А.А., Широков Д. Е.* Аномия и институционализация как экономико-психологическая проблема взаимовлияния глобальных и локальных процессов // Труды 2-й Всероссийской научно-практической конференции РПО. Психология и экономика. Том 9. Вып. 7. Калуга: КФ МГЭИ, 2002.
132. Современный маркетинг / Под ред. В.Е. Хруцкого. М.: Финансы и статистика, 2002.
133. *Старовойтов Е.* Венчурный бизнес // Азия и Африка сегодня. 1999. №5. С. 22— 25.

134. Теория прогнозирования и принятия решений. К.: Выща школа, 1977.
135. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями. М.: Экономика, 1989.
136. *Тихонов Р.М.* Конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во стандартов, 1985.
137. *Тышка Т., Соколовска Й.* Когнитивные представления о социально-экономических феноменах // Психол. журнал. 1993. Т. 14. №3. С. 67—78.
138. Управление инновационным циклом. К.: Наук. Думка, 1993.
139. *Фишер И.* Покупательная сила денег. Ее определение и отношение к кредиту, процентам и кризисам. М.: Фин изд. НКФ СССР, 1925.
140. *Фоксал Г.* О природе торгующей фирмы // Иностр. психология. 1997, №9. С. 17—24.
141. *Фридмен М.* Если бы деньги заговорили. М.: Дело, 1998.
142. *Харрис Л.* Денежная теория. М.: Прогресс, 1990.
143. *Хейне П.* Экономический образ мышления. М.: Дело, 1991.
144. *Хеннсмен Р.* Применение математических методов в управлении производством и запасами. М.: Прогресс, 1976.
145. Хозяйственный риск и методы его измерения / Пер. с венгер. М.: Экономика, 1979.
146. *Хойер В.* Как делать бизнес в Европе. М.: Прогресс, 1990.
147. *Хоскинс А.* Курс предпринимательства. Практическое пособие. М.: Международные отношения, 1993.
148. *Швец В.Е.* Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии. Л.: ЛДНТП, 1990.
149. *Шумейкер П.* Модель ожидаемой полезности: разновидности, подходы, результаты и пределы возможностей // THESIS: риск, неопределенность, случайность. 1994. Вып. 5. С. 29 - 80.
150. *Шумпетер И.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
151. *Шустер А.И.* Фактор времени в оценке экономической эффективности капитальных вложений. М.: Наука, 1969.
152. *Эванс Дж., Берман Б.* Маркетинг. М.: Экономика, 1990.
153. *Эдельман В.И.* Надежность технических систем: экономическая оценка. М.: Экономика, 1989.
154. *Яковец О.В.* Закономерности научно-технического прогресса и их планомерное использование. М.: Экономика, 1984.

Тематика и краткое содержание рефератов, курсовых и дипломных работ по экономической психологии для студентов очного отделения по специальностям:

02 04 00 - экономическая психология,
06 04 00 - финансы и кредит,
06 05 00 - бухгалтер, анализ и аудит,
06 1100 - менеджмент организации

Тема 1. Общее и специфическое в теории и методологии экономики и экономической психологии.

Место экономической психологии в структуре экономического знания. Взаимосвязь экономической психологии с родственными дисциплинами: общей психологией, психологией труда, экономикой организации и управления, экономической теорией.

Принципы и методы социально-экономического анализа. Специфика экономического и психологического анализа хозяйственной жизни. Основные категории экономической психологии. Структура и уровни научного знания в экономической психологии.

Тема 2. История развития экономической теории и экономической психологии.

Принципы и критерии периодизации этапов развития экономической теории и экономической психологии.

Классическиеразработки в области экономической психологии.

М. Вебер как основатель экономической социологии. Вклад Э. Дюркгейма в становление экономической социологии. Бельгийская школа социально-экономических исследований и ее представители. Финансовая психология Г. Зиммеля. Экономическая психология логического и нелогического действия В. Парето. Организационное поведение и экономическая психология. Институциональная экономика и экономическая психология. Эконометрические модели, исследование операций и теория игр в анализе и прогнозировании экономического поведения.

Современный этап развития экономической психологии в Западной Европе и США,

Структурно-функциональный анализ экономического действия Т. Парсона и Н. Смелзера. Психология «рационального выбора» Г. Беккера и Дж. Коулмена. Аксиоматика «рационального выбора» в работах Р. Будона, М. Крозье, П. Бурдые. Современные экономические разработки в области экономической психологии, работы Г. Тарда и его последователей. Отечественные разработки в области экономической психологии.

Тема 3. Модели «Экономического человека» (НОМО ECONOMICUS) и их роль в развитии экономической психологии.

Модели экономического поведения и их эволюция в экономических и психологических теориях. Классический, неоклассический и современный этапы анализа экономического человека. Дилеммы маржионализма и причины их существования.

Институциональный анализ социально-экономических процессов в зарубежной и отечественной экономической и психологической литературе (Т. Веблен, Дж. Гибсон, Р. Коуз, Д. Норт, С.Н. Булгаков, П.Н. Ткачев и др.).

Концепции «органической», переменной рациональности (Г. Саймон, Р. Сайерт, Дж. Марч, Х.Лейбенштайн и др.). Ограничения рационального выбора. Концепция «органической» рациональности Ф. Хайека.

Модели экономического поведения в условиях командной экономики. Современные зарубежные и российские теории.

Концепции экономического человека в России (Н.К. Михайловский, П.Б. Струве, П.А. Столыпин, П.М. Большаяков, С.Г. Струмилин и др.).

Тема 4. Структура и функции экономического поведения.

Экономическое поведение как разновидность социального действия и его интерпретация в зарубежной и отечественной мысли. Феномен экономического сознания как основы экономического поведения. Структура экономического поведения и факторы его специализации. Субъекты, цели, средства и результат экономического действия, режимы и методы его максимизации. Социально-экономические интересы, мотивация, их характеристики. Особенности социально-экономической калькуляции.

Институционально-нормативный и функциональный базис экономического поведения. Особенности социально-экономического взаимодействия. Традиционные, рутинные и инновационные компоненты экономического сознания и поведения и их соотношение. Риск в структуре экономического поведения.

Тема 5. Экономические институты как предмет психологического анализа.

Представление об экономических институтах общества, их разновидности и эволюция. Явные и латентные функции экономических институтов. Институт собственности и исторические формы его развития. Нормативно-регулятивная функция института собственности. Режимы и права собственности. Институт обмена и его исторические формы. Рынок как институт экономического обмена и его эволюция. Торговля и деньги как институты рыночного обмена. Институт контрактных отношений и его разновидности. Типы и виды контрактных отношений. Роль государства в установлении принципов социального партнерства. Институт производства и его исторические формы. Предприятие, учреждение, фирма. Типология их форм и функций. Институты труда и занятости. Рыночные и командные институты организации общественного производства. Биржа труда как институт трудового посредничества. Институты потребления, их социально-экономическая роль и формы.

Тема 6. Институт собственности.

Режимы собственности и их основные разновидности. Проблема множественности комбинаций элементов прав собственности. Права собственности и их спецификация. Основные принципы и факторы дифференциации распределительных моделей экономического поведения. Хозяйственные модели экономического поведения. Агентские модели дистрибутивного поведения и их особенности. Функциональные модели распределительного поведения. Редистрибутивные модели экономического поведения и их разновидности.

Тема 7. Плюрализм и трансформация собственности в условиях рынка.

Плюралистическая структура института собственности и тенденции ее эволюции. Механизмы и факторы трансформации института собственности в условиях рынка. Факторы и критерии эффективности владения, распоряжения и пользования экономическими ресурсами. Проблема оптимальности баланса (соотношения) форм собственности — государственной, частной и коммунальной. Индивидуальные, групповые, коллективные, корпоративные формы частной собственности. Коммунальная собственность и ее трансформации. Факторы и критерии эффективности функционирования государственной собственности. Проблема интеграции и дифференциации элементов права собственности и методы ее решения.

Тема 8. Производственное поведение и его характеристики.

Предприятие (фирма) как предмет экономико-психологического анализа. Генезис идей о поведении работников в процессе производственной деятельности. Основные теоретические интерпретации производственного поведения: институциональная, функциональная, культурологическая, неоклассическая. Методы и формы открытия, использования и интеграции человеческих ресурсов в производственных организациях. Пре-

дела эффективности и оптимальности производственного поведения. Общее и особенное в производственном и трудовом поведении. Производственное поведение и организационная культура. Виды организационных культур и субкультура на производстве. Возможности и ограничения производственного поведения.

Тема 9. Экономическое поведение в системе обменно-распределительного цикла.

Природа и функции социального обмена. Эволюция институтов экономического обмена. Субъекты, объекты и предмет обменного поведения. Критерии и измерители эквивалентности экономического обмена. Роль денег и ценового механизма в системе рыночного обмена. Торгово-посреднические институты и модели экономического поведения. Проблема асимметрии экономического обмена и способы ее решения. Основные механизмы и принципы рыночного обмена по Ф. Хайеку.

Основные субъекты рыночных отношений и факторы, определяющие их экономическое поведение. Функциональные задачи маркетинга и их классификация: аналитико-оценочные, исполнительные и задачи разработки стратегии. Виды маркетинговых исследований и основные этапы их проведения. Сегментация рынка. Исследование потребителей и потребительских предпочтений. Экономико-психологические особенности исследования конкурентных отношений.

Тема 10. Структура и функции коммерческого поведения.

Рынок и торговля. Роль и функции торговли как отрасли хозяйствования. Торговля — сфера коммерческой деятельности. Эволюция форм и моделей коммерческого поведения. Субъекты, объекты и предмет коммерческого поведения. Основные виды коммерческого поведения. Специфика экономического обмена в системе «продавец—покупатель» и факторы, ее определяющие. Асимметрия коммерческих отношений в системе обмена и методы ее минимизации. Особенности коммерческого поведения в условиях становления рыночного регулирования социально-экономических процессов жизнедеятельности общества.

Тема 11. Монетарное поведение как предмет экономико-психологического анализа.

Институт денег и его эволюция. Функции денег в системе экономического (рыночного) обмена. Деньги как расчетно-аналитическая база экономического поведения. Поведенческая интерпретация института денег. Критерии дифференциации монетарных моделей экономического поведения. Рациональные модели монетарного поведения. Специализация рациональных моделей монетарного поведения. Расчетно-аналитические принципы и методы реализации рациональных моделей монетарного поведения. Традиционные модели монетарного поведения. Рациональные и иррациональные элементы в структуре традиционного монетарного поведения. Аффективно-иррациональные модели монетарного поведения и их характеристики. Альтруистические модели монетарного поведения.

Тема 12. Инвестиционные модели экономического поведения.

Экономическое поведение в структуре инвестиционного цикла. Типология субъектов инвестиционного поведения. Объекты, субъекты и предмет инвестиционного поведения. Реальные, институциональные, массовые инвесторы и их взаимодействие в структуре инвестиционного цикла. Специфика социально-экономических интересов субъектов инвестиционного поведения. Проблема надежности и риска в структуре инвестиционного цикла и методы ее решения. Регулятивно-страховая функция государства в инвестиционном процессе.

Тема 13. Экономическое поведение в сфере предложения профессиональных ресурсов.

Профессиональные способности и их социально-экономическое содержание. Модели предложения профессиональных способностей в условиях рыночной экономики. Массовые и редкие профессиональные способности. Основные характеристики поиска

рабочего места носителями массовых профессиональных способностей. Активные формы предложения редких профессиональных ресурсов.

Институты и механизмы регулирования экономической активности. Экономические институты регулирования занятости, механизмы принуждения и стимулирования. Правовые институты регулирования экономической деятельности. Статусные и социально-психологические механизмы регулирования экономического поведения. Изменение трудовых ценностей и статусных ориентиров в современном российском обществе.

Макро- и микротеоретические уровни анализа профессиональных ресурсов. Система и механизмы управления человеческими ресурсами в трудовых организациях (предприятиях, фирмах). Управление и руководство персоналом трудовых организаций. Экономико-психологический анализ занятости и управления трудовыми ресурсами.

Тема 14. Структура и функции предпринимательского поведения.

Основные подходы в определении содержания и оценки предпринимательского поведения (И. Шумпетер, Н. Кондратьев, Ф. Найт, Ф. Хайек, Л. Мизес). Предпринимательская функция и предпринимательская прибыль. Предпринимательство и бизнес. Риск и неопределенность в структуре предпринимательского поведения. Специализация и профили предпринимательского поведения. Социально-психологический портрет предпринимателя. Предпринимательские способности и факторы предпринимательского успеха. Ценности предпринимательской культуры. Особенности становления и развития предпринимательства в России в современных условиях.

Тема 15. Основные характеристики потребительского поведения.

Потребление как вид социально-экономической активности. Ресурсные и воспроизводственные модели потребительского поведения. Субъекты, объекты и предмет потребительского поведения. Лимиты потребительского выбора. Потребительские предпочтения и факторы потребительского выбора. Принципы и методы калькуляции потребительского бюджета. Престижные, (рациональные) и девиантные модели потребительского поведения. Пропорции и баланс доходов и расходов потребительского бюджета. Стандарт, уровень и качество потребления. Социокультурная матрица потребительского поведения.

Тема 16. Социально-экономическая стратификация и ее психологические характеристики.

Сущность и функции социальной стратификации. Основные понятия теории стратификации и типология стратификационных систем. Экономическая стратификация современного общества и ее характеристики. Критерии и подходы анализа экономической стратификации. Основные измерения экономической стратификации: разделение труда, собственность, доход, власть. Профессиональная стратификация. Классовые группы в системе экономической стратификации. Экономические статусы и роли, их функции и характеристики.

Общие представления о социальной мобильности. Типология социальной МОБИЛЬНОСТИ: горизонтальная и вертикальная, восходящая и нисходящая, индивидуальная и групповая, структурная, межпоколенная и внутривнутрипоколенная. Каналы социальной стабильности. Экономическая мобильность: причины, виды, содержание. Факторы диффузии экономической стратификации общества. Рыночные и государственные институты и механизмы регуляции экономической мобильности. Профессиональная стабильность, ее типы и виды.

Тема 18. Экономико-психологический анализ богатства и бедности.

Неравенство, его причины и особенности. Измерения экономического неравенства, богатство, доход, заработная плата, власть. Профили неравенства в современном обществе (стратификация). Справедливые и несправедливые формы экономического равенства.

ства. Сравнительные границы и критерии богатства, бедности и нищеты в современных обществах.

Социальные этапы и критерии социальной справедливости распределения общественного богатства. Социальные каналы доступа к экономическим благам. Государственные и рыночные механизмы распределения и перераспределения общественного богатства. Институты социальной опеки и социальной защиты.

Тема 19. Структура и функции экономической культуры.

Культуроформирующие функции экономики. Базисные элементы (ценности) современной экономической культуры рыночного и командного типов, их особенности и различия. Традиционные, рутинные и инновационные элементы экономической культуры. Факторы стабильности (устойчивости) и динамики экономической культуры. Структура и функции профессиональной культуры, типы и виды профессиональных культур и субкультур. Основные особенности производственной, дистрибутивной, обменной и потребительской культур.

Тема 20. Девиантные формы экономического поведения и теневая экономика.

Социальные девиации, их причины и особенности. Деструктивные и конструктивные формы девиантного поведения. Абсолютные и относительные критерии социальных запретов девиантного поведения. Девиантные формы экономического поведения, их виды и классификация. Нелегальная редистрибуция и методы ее минимизации. Феномены экономического шантажа, подкупа, сговора, коррупции и рэкета. Экономический шпионаж и его разновидности. Формы легализации преступных экономических действий. Методы «минимизации» налогов. Экономический обмен и его разновидности. Роль государства в борьбе с нелегальными доходами. Экономико-психологический анализ причин теневой экономики.

Тема 21. Прикладные методы экономической психологии.

Место и роль прикладных исследований в экономико-психологическом знании, их особенности и классификация. Методы экономической психологии. Сплошной и выборочный опрос. Понятие репрезентативности. Маркетинговые исследования, изучение предпринимательства и рынка. Экономическая и социальная статистика. Проблема достоверности данных. Методы анализа данных. Социально-экономический эксперимент, его разновидности. Бюджетные исследования и индексы. Социальная диагностика в бизнес-фирме. Экономический консалтинг и реинжиниринг. Последние достижения и практический опыт ЛУЧШИХ консалтинговых фирм страны. Зарубежные методы прикладных экономико-психологических исследований.

Тема 22. Социально-экономический конфликт: причины и пути предупреждения.

Экономический конфликт как категория экономической психологии. Трудовая кооперация и экономическая конкуренция. Основные причины социально-экономических конфликтов: экономические реформы, борьба организационных и групповых интересов, дефицит ресурсов. Влияние социальной среды на динамику экономических конфликтов. Типология экономических конфликтов по субъектам, по сфере функционирования. Действующие силы экономических конфликтов и коллективных трудовых забастовок. Динамика социально-экономических конфликтов в современной России. Модели поведения экономических субъектов в конфликтных ситуациях. Этапы и фазы процесса трудовой забастовки. Комплексная оценка экономического конфликта: отрицательные и положительные последствия. Работы А. Тверски, Д. Канемана и В. Смита в области эконометрического моделирования и профилактики конфликтов между основными субъектами экономических отношений.

Основные термины и понятия (гlossарий)

Авторитарность — социально-психологическая характеристика личности, отражающая ее стремление максимально подчинить своему влиянию партнеров по взаимодействию и общению. Связана с такими личностными чертами, как агрессивность, завышенная самооценка, склонность к следованию стереотипам, слабая рефлексия. На поведенческом уровне нередко проявляется в стремлении индивида во что бы то ни стало добиться доминирующего положения в группе, занять максимально высокую позицию в структуре власти.

Агент — посредник, который вступает в сделку только как комиссионер, но не как принципал. Он не принимает на себя никакого финансового риска по сделке (за исключением риска, который вытекает из возможного банкротства его клиента), и ему выплачивается комиссия за оказанные им услуги.

Адаптация социальная — процесс и результат активного приспособления индивида к условиям новой социальной среды. Экономико-психологическая адаптация — часть социальной адаптации, активное приспособление субъекта хозяйствования к изменяющимся экономическим условиям, проявляющееся в бедности или материальном благополучии (т. е. в экономическом статусе и качестве жизни человека), в его ожиданиях и отношениях к экономическим реформам, рынку, деньгам; она связана с системой ценностей, экономическими мотивами, экономическими нормами и интересами.

Ажитаж (биржевой) — биржевая спекулятивная горячка, создаваемая с целью получения прибыли на колебании курсов ценных бумаг или цен товаров.

Аккредитив — поручение банку о выплате суммы физическому или юридическому лицу при выполнении указанных в аккредитивном письме условий. В аккредитивной операции участвуют: клиент, от которого исходит поручение об открытии аккредитива; банк, открывший аккредитив; банк, в котором открыт аккредитив и который следит за выполнением его условий; наконец, лицо (получатель, бенефициар), в пользу которого открыт аккредитив.

Акционер — собственник предприятия, обладающий рядом прав, прежде всего правом голоса на годовых и чрезвычайных собраниях. Акционер осуществляет контроль за деятельностью компании, участвует в выборах директоров, утверждает решения по чрезвычайным вопросам (как, например, слияние с другой корпорацией, продажа или ликвидация фирмы, внесение поправок и дополнений в устав). Обычная акция дает один голос.

Акционерное общество (корпорация) — фирма организации хозяйственных агентов на основе объединения средств учредителей-акционеров; капитал акционерного общества образуется путем продажи акций и облигаций. Собственники капитала имеют право: на остаток чистой прибыли, которая остается после отчисления средств на расширение производства, пополнение резервного капитала, оплату руководящему персоналу и налогов государству; назначение управляющих, определение направлений деятельности компании. Высшим органом является собрание акционеров, которое распределяет прибыль и производит назначения; общество может быть с ограниченной (акционеры отвечают только внесенным капиталом) и неограниченной ответственностью. Существуют закрытые акционерные общества, акции которых распределяются среди участников, не поступая в свободную продажу, и открытые, публичные общества, акции которых свободно продаются и покупаются.

Акционерный капитал корпорации — капитал, образуемый за счет выпуска обычных и привилегированных акций. Последние могут быть неголосующими, но иметь особый статус в отношении дивидендов и распределении выручки от продажи активов при ликвидации компании.

Акционерный сертификат — документ, удостоверяющий юридическое право собственности на акции. Обычно это лист высококачественной бумаги с водяными знаками, в верхней части которого есть место, куда вписывается имя держателя и количество акций.

Акция с нарицательной стоимостью — акция, на лицевой стороне которой указана ее стоимость (10, 25, 50 или 100 ден. единиц за акцию), которая называется нарицательной или лицевой стоимостью.

Акция с ограниченным правом голоса — ограниченная акция, выпускаемая с лимитом на число или долю держателей, могущих голосовать.

Акция с «правом» — акция, купленная с момента объявления о предложении прав и до момента «экс-права», дает владельцу права, т.е. привилегию купить дополнительные акции у данной компании.

Альпари — термин, обозначающий, что биржевой курс ценной бумаги или валюты соответствует их номиналу (паритету).

Альтруизм — система смыслообразующих жизненных ориентаций личности, при которой центральным мотивом и критерием нравственной оценки являются интересы другого человека или социальной общности.

Андеррайтинг (подписка) — покупка ценных бумаг новых выпусков с целью продажи. Осуществляется обычной группой инвестиционных дилеров, андеррайтеров (подписчиков).

Апатия (от греч. — беспристрастность) — состояние, характеризующееся эмоциональной пассивностью, безразличием, упрощенностью чувств, равнодушием, ослаблением побуждений и интересов. Формируется в результате длительно протекающего расстройства психики, возникает при некоторых поражениях головного мозга либо является следствием продолжительного соматического заболевания.

Архетип (от греч. — первообраз) — способ связи образов, переходящих из поколения в поколение. Термин введен К. Юнгом. Архетип представляет собой структурные элементы человеческой психики, которые скрыты в коллективном бессознательном, общем для всего человечества. Они наследуются подобно тому, как наследуется строение тела. Архетипы структурируют понимание мира, себя и других людей; они лежат в основе творчества и способствуют внутреннему единству человеческой культуры.

Ассоциированное лицо — служащие комиссионных домов, а также агенты и связанные с ними лица, которые занимаются поисками клиентов, принимают их приказы, находятся в постоянном контакте с ними, дают им рекомендации о тактике выступления на бирже.

Атрибуция (от англ. — приписывать, наделять) — приписывание социальным объектам (человеку, группе, общности) характеристик, не представленных в поле восприятия. Необходимость атрибуции обусловлена тем, что информация, которую может дать человеку наблюдение, недостаточна для взаимодействия с социальным окружением и нуждается в «дистраивании». Основным способом такого дистраивания непосредственно воспринимаемой информации и является атрибуция. Под атрибуцией понимается также приписывание человеком причин и мотивов поведения, личностных качеств другим людям на основе обыденного житейского анализа их действий и поступков.

Аттитюды (социальные установки) — субъективные ориентации индивидов как членов группы на те или иные ценности, приписывающие им определенные социально принятые способы поведения. «Денежные» аттитюды связаны с отношением к деньгам и «денежным» поведением.

Аукционы — особые рынки, созданные в определенных местах для продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, путем публичных торгов. Аукционная торговля используется для сбыта сравнительно ограниченного перечня товаров: пушно-меховые товары, чай, шерсть, фрукты, овощи, лошади, предметы антиквариата и др. Проводятся аукционы в заранее объявленное время с различной периодичностью. Владельцы товара заблаговременно поставляют его на аукционный склад, где однородные партии (лоты) до начала торгов предъявляются покупателям для осмотра. Во время торгов лоты предлагаются к продаже поочередно в порядке номеров, указанных в каталоге. Покупателем становится предложивший наивысшую цену. Сделки заключаются устно или посредством условных знаков, а по завершении торгов покупатель подписывает стандартный договор.

Аутрайт — простая срочная валютная сделка, предусматривающая платеж по курсу «форвард» и сроки, строго определенные сторонами.

Аутсайдер — брокер, не являющийся членом биржи. Аутсайдер может получить временное, целевое решение на работу в торговом зале, взяв обязательство соблюдать некоторые правила биржевой торговли.

База контракта — один или несколько сортов (марок) товара, разрешенных к поставке по биржевому контракту с платежом по цене, равной биржевой котировке. Другие сорта (марки), отличающиеся от обусловленных в контракте, могут также предлагаться по контракту, но с премией или со скидкой по сравнению с ценой, зафиксированной в контракте в соответствии с биржевыми правилами. База контракта обеспечивает упрощение биржевых операций, особенно расчетов при поставке товара по фьючерсным контрактам.

Базисные (основные, первичные) потребности (primary needs) — обычно врожденные потребности, такие как потребность выжить.

Бедность — неспособность индивидуумов поддерживать минимальный или приемлемый уровень жизни. Выделяют теории бедности, возлагающие ответственность за бедность на поведение и черты личности бедных (личностные или индивидуалистические), на судьбу, случай (фаталистические) и на объективные экономические причины (структуральные).

Бессознательное — совокупность психических процессов, актов и состояний, обусловленных явлениями действительности, во влиянии которых субъект не отдает себе отчета. Бессознательное находит выражение в первобытном мышлении, интуиции, аффектах, панике, гипнозе, сновидениях, непроизвольном запоминании и т.д. Выделяются четыре класса проявлений бессознательного: 1) надсознательные явления; 2) неосознаваемые побудители деятельности (мотивы и установки), обусловливаемые имеющим личностный смысл желаемым будущим; 3) неосознаваемые регуляторы способов выполнения деятельности (стереотипы автоматизированного поведения); 4) проявления субсенсорного восприятия.

Биогенетический закон (в психологии) (от греч. — жизнь и происхождение) — перенос на психическое развитие ребенка соотношения, установленного немецкими естествоиспытателями Ф. Мюллером и Э. Геккелем между онтогенезом (индивидуальным развитием организма) и филогенезом (историческим развитием организмов). Утверждается, что в онтогенезе детской психики воспроизводятся основные стадии биологической эволюции и этапы культурно-исторического развития человечества.

Биографические методы (от греч. — жизнь и пишу) — способы исследования, диагностики, коррекции и проектирования жизненного пути личности. Использование биографических методов предполагает получение информации, источником которой являются автобиографические методики (опросники, интервью, тесты, автобиографии), свидетельства очевидцев (опрос близких людей, воспоминания коллег), изучение продуктов деятельности (контент — анализ дневников, писем и др.).

Билль-брокеры — вексельные маклеры, выступающие посредниками на фондовых рынках в сделках по учету и переучету векселей. Получают комиссионное вознаграждение в виде определенного процента с суммы векселя.

Биржа — постоянный функционирующий организованный рынок, на котором совершается оптовая торговля заменимыми товарами по образцам и стандартам (товарная биржа) или ценными бумагами (фондовая биржа); обычно имеет фиксированный состав членов, строгие правила торговли. Всего в мире насчитывается примерно 200 бирж более чем в 60 странах.

Биржевая интервенция — вмешательство государства, банка и крупных предпринимателей в операции на фондовых биржах с целью искусственного воздействия на курсы ценных бумаг. Биржевая интервенция — одна из форм биржевой спекуляции. Казначейства и центральные эмиссионные банки прибегают к биржевой интервенции для укрепления государственного кредита путем массовой скупки государственных ценных бумаг.

Биржевая прибыль — прибыль, полученная от торговли ценными бумагами и товарами на товарной и фондовой биржах. При операциях с ценными бумагами различают: 1) учредительскую прибыль; 2) курсовую прибыль. Биржевая прибыль достигает наибольших размеров в период ажиотажа.

Биржевая спекуляция — совершение на бирже сделок с ценными бумагами и товарами с целью получения прибыли на разнице между курсами (или ценами) покупки и продажи. Происходит главным образом в виде срочных сделок.

Биржевая фирма — фирма, имеющая на бирже «место». Биржевая фирма имеет один голос на каждое «место» и участвует в работе биржи как самостоятельная организация. «Место» покупается либо у самой биржи, либо у других биржевых фирм, это ценный актив биржевой фирмы, которым она может пользоваться на условиях, изложенных в положении о бирже.

Бордеро — подробная опись реализованных ценных бумаг (акций, облигаций, векселей и т.д.), составляемая банком, банковской конторой или биржевым маклером на имя лица, поручившего совершить указанную в бордеро операцию его ценными бумагами.

Боязнь оценки (evaluation apprehension) — обеспокоенность тем, как нас оценивают другие.

Брокер — посредник при заключении сделок между покупателями и продавцами товаров, ценных бумаг, валют и других ценностей на товарных биржах, валютных, страховых и фрахтовых рынках. Действует по поручению и за счет клиентов, получая за посредничество определенную плату. Существуют различные категории брокеров: биржевые, страховые, фрахтовые и т.д.

Брокерская фирма — компания, занимающаяся посредничеством на бирже. Крупнейшие фирмы мира: «Морган Стенли», «Соломон бразерс», «Меррил Линч» (США), «Номура», «Дайва секьюритиз» (Япония), «С. Дж. Уорбург» (Великобритания), «Доминиен секьюритиз» (Канада).

Бэквордэйшн — ситуация, при которой цены на наличный товар выше цен по сделкам на срок, а цены на товар с ближайшим сроком поставки выше, чем по отдаленным срокам поставки (антоним — контанго). Например, в феврале цена (в долл. за 1 т.) на наличные соевые бобы может быть 300, с поставкой в марте — 290, в мае — 280, июле — 270, августе — 265, сентябре — 250, ноябре — 230. Такое соотношение цен на рынке, как правило, обусловлено нехваткой товара на складах (из-за неурожая, забастовки и т.п.), тогда как перспективы увеличения предложения в будущем хорошие (например, из нового урожая). Рынок в этот период отличается повышенной нервозностью, резкими колебаниями цен, усилением спекуляции.

Быт — область повседневной жизни, рассматриваемая как отличная от профессиональной, производственной, официальной деятельности людей. В узком смысле термин употребляется как синоним домашнего быта, однако, помимо домашнего, существует и быт общественный. Быт составляет один из основных компонентов образа жизни.

Бюджет (budget) — план, отражающий ожидаемые результаты и распределяемые ресурсы в количественной форме. Служит в качестве контрольного эталона.

Бюрократия (bureaucrasy) — тип организации, для которой характерно специализированное распределение труда, четкая управленческая иерархия, правила и стандарты, показатели оценки работы, принципы найма, основанные на компетенции работника.

Валидность (от англ. valid — имеющий силу, обоснованный) — основная характеристика качества измерения в психологии. Она отражает степень соответствия измеренного показателя (средства измерения) тому, что подлежало измерению. Процедура оценки валидности инструмента называется валидизацией. В психологии принято оценивать валидизацию не только отдельных признаков или шкал (как в большинстве социальных наук), а также тестов, но и батарей (совокупностей) однородных признаков, а также индексов и разного рода эмпирических типологий. Валидность может оцениваться до измерения (когда речь идет о применении стандартизированных его средств) и после его проведения, в результате анализа его итогов и учета всех обстоятельств исследования.

Валюта — 1) денежная единица страны и ее тип (золотая, серебряная, бумажная); 2) денежные знаки иностранных государств, а также кредитные средства обращения и платежа, выраженные в иностранных денежных единицах и используемые в международных расчетах (иностранная валюта). Подразделяется на конвертируемую, частично конвертируемую и неконвертируемую.

Верификация (от позднелат. *verificatio*) — процедура оценки гипотез, состоящая в сопоставлении их с фактами, положением дел в действительности. Результатом верификации может быть либо подтверждение, либо опровержение гипотезы. Подтверждение гипотезы укрепляет степень доверия к ней, повышает вероятность ее истинности, а опровержение доказывает ее ложность при условии обоснованности других составных частей исследования.

Внутригрупповая пристрастность (in-group bias) — тенденция благосклонного отношения к собственной группе.

Внушение социально-психологическое или суггестия (от лат. *suggestio*) — форма психологического воздействия, связанная с ослаблением осознанного контроля в отношении воспринимаемых сведений. Внушение привлекало большое внимание зарождавшихся на рубеже XIX—XX вв. западной (Г. Тард, Ш. Сигеле, Г. Лебон) и отечественной (Н.К. Михайловский, В.М. Бехтерев) социологии и социальной психологии как элемент описания поведения толпы наряду с заражением и подражанием. Внушение может быть стихийным компонентом повседневного общения или специально организуемым видом коммуникации. Как правило, оно противостоит убеждению, поскольку предполагает не критичность восприятия информации. Источником внушения, как и его объектом, могут выступать отдельный человек и группа, большая или малая. Внушение, распространяющееся на значительное число людей, называется массовым. Особо выделяется ауто-суггестия, предполагающая соединение в одном лице источника и объекта внушения. Различают прямое и косвенное внушение, преднамеренное и непреднамеренное.

Вознаграждающая теория привлекательности (reward theory of attraction) — теория, согласно которой нам нравятся те люди, чье поведение нам выгодно, или те, с кем мы связываем выгодные нам события.

Вторичные потребности (secondary needs) — потребности, имеющие психосоциальную природу, такие как оценка, привязанность и власть.

Влияние (influence) — поведение какого-либо человека, которое изменяет отношение к нему и чувства к нему других людей.

Встречная торговля — торговля, предусматривающая полный или частичный сбалансированный обмен товарами, зафиксированный в единых документах: соглашениях и контрактах. Включает в себя, например: 1) бартерные или товарообменные сделки, т.е. это встречная торговля, предусматривающая полный натуральный обмен товарами; 2) встречные поставки — определяют, что экспортеры принимают на себя встречные обязательства по закупке товаров у импортеров или у других фирм страны-импортера, либо обеспечивают заключение встречных контрактов по закупке товаров у страны-импортера другими фирмами своей страны на определенную сумму в процентах от суммы экспортного контракта; 3) компенсационные сделки — встречная торговля, предусматривающая частичный натуральный обмен и дополняющий его частичный, покрывающий разницу в ценах на экспортную и встречную сделку, денежный платеж.

Вторичный рынок ценных бумаг — место, где происходит торговля ценными бумагами, прошедшими первичное распределение. Вторичный рынок ценных бумаг — свести покупателя с продавцом и стабилизировать цену, уравновесив спрос и предложение.

Второзакладные облигации (общезакладные облигации) — вид закладной облигации. Претензии по ним удовлетворяются после расчетов с держателями первого залога, но до расчетов с прочими инвесторами. Второзакладные облигации стоят на первом месте после первозакладных, обычно приносят более высокий процент, чем старшие бумаги. Второзакладные облигации размещаются тогда, когда первозакладные уже обращаются.

Выборка — 1) совокупность элементов объекта исследования, подлежащая непосредственному изучению; 2) совокупность способов, приемов, процедур отбора элементов объекта, единиц наблюдения и изучения при массовых исследованиях. Большинство исследований носят не сплошной, когда изучаются все элементы объекта, а выборочный характер.

Выкупной фонд — фонд, создающийся компанией, выпускающей акции для того, чтобы стабилизировать рынок. Если цена акции упадет до или ниже цены, заявленной при выпуске, то компания выкупает часть акций, прежде всего префакции. От выкупного фонда следует отличать отложенный фонд, который в основном создается при выпуске облигаций.

Взаимность самораскрытия (disclosure reciprocity) — тенденция к возникновению обоюдной откровенности при доверительном разговоре.

Взаимодействие (interaction) — эффект влияния одного фактора (например, биологического) на другой (например, на окружающую среду).

Взаимодополнительность (complementarity) — якобы существующая тенденция к возникновению таких отношений между людьми, при которых каждый дополняет то, чего не хватает в другом. Спорная гипотеза взаимодополнительности предполагает, что друг к другу влечет именно тех людей, чьи запросы различны, что позволяет дополнять друг друга.

Власть (power) — возможность действовать или способность воздействовать на ситуацию или поведение других людей.

Власть в организации (authority, organizational) — ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия части людей в организации на выполнение заданий.

Внешние факторы влияния (external P/HRM influences) — факторы внешней по отношению к организации среды, такие как профсоюзы, правительство, экономические условия.

Внутренние факторы влияния (internal P/HRM influences) — те внутренние факторы обстановки, такие как цели, организационный стиль, стиль руководства и пр., которые воздействуют на деятельность фирмы.

Гарантии социальные (от франц. garant — поручитель) — материальные и юридические средства, обеспечивающие реализацию конституционных, социально-экономических и социально-политических прав членов общества.

Тендер (gender) — в психологии — социально-биологическая характеристика, с помощью которой люди дают определение понятиям «мужчина» и «женщина». Поскольку «пол» является биологической категорией, социальные психологи часто ссылаются на биологически основанные тендерные различия как «половые различия».

Тендерная роль (gender role) — набор ожидаемых образцов поведения (норм) для мужчин и женщин.

Генетический метод (от греч. genesis — происхождение) — способ исследования социальных явлений и процессов, основанный на анализе их происхождения и развития. Генетический метод предполагает сведение многообразия явлений к фундаментальным, исходным элементам или состояниям и выведение из них исследуемого явления.

Гениальность (от лат. — дух) — высший уровень развития способностей (как общих, так и специальных). О наличии гениальности можно говорить лишь в случае достижения личностью таких результатов деятельности, которые составляют эпоху в жизни общества, в развитии культуры.

Генотип (от греч. — происхождение и форма, образец) — генетическая конституция, совокупность генов данного организма, полученная им от родителей. В человеческой популяции единственные люди, имеющие идентичные генотипы, — монозиготные (однояйцевые) близнецы.

Гипотеза (hypothesis) — подвергаемое проверке предположение, описывающее взаимосвязь, которая, возможно, существует между событиями.

Групповая поляризация (group polarization) — вызванное влиянием группы усиление ранее существующих тенденций членов группы; смещение средней тенденции к своему полюсу вместо раскола мнений внутри группы.

Группа (group) — два лица или более, которые взаимодействуют друг с другом таким образом, что каждое лицо влияет на другого (других) и испытывает на себе его влияние.

Группа руководителя (command group) — группа, состоящая из руководителя и подчиненных, находящихся в зоне его контроля.

Групповое мышление (groupthink) — тенденция отдельных личностей подавлять свою собственную точку зрения на ту или иную проблему, чтобы не нарушать гармонию группы.

Делегирование (delegation) — передача задач и прав получателю, который принимает на себя ответственность за них.

Дельта — отношение изменения премии опциона к изменению биржевой котировки. Значения дельты составляют от 1 до 0. Дельта позволяет рассчитать количество опционов, необходимое для хеджирования обязательств на рынке реального товара.

Демократический руководитель (democratic leader) — руководитель, который старается не навязывать свою волю подчиненным и исходит их предпосылки, что люди мотивированны потребностями высшего уровня. Сам он мотивирует своих подчиненных, создавая климат, где люди мотивируют себя сами.

Демпинг — продажа товаров на рынках других стран по ценам ниже уровня, нормального для этих стран. Является одним из видов ограничительной деловой практики, в отдельных случаях может квалифицироваться как недобросовестная практика. Для борьбы с демпинговой практикой во многих странах разработаны антидемпинговые законодательства. Наиболее сложным моментом в доказательстве факта демпинга, как правило, является определение нормального уровня цен. Основной мерой пресечения демпинговой практики является установление антидемпинговой пошлины, временной или постоянной, обычно не превышающей разницы между демпинговой и нормальной ценой.

Денонсация — отказ от договора. При отсутствии письменного заявления об отказе от договора до истечения срока его действия от одной из сторон договор остается в силе.

Депозит — 1) сумма денег, представляющая собой обусловленную часть общей стоимости фьючерсного контракта или твердую сумму, которая должна быть уплачена членом биржи расчетной палате, а клиентами — брокеру, когда контракт регистрируется; 2) банковский вклад.

Депорт — покупка ценных бумаг с одновременной обратной продажей их на срок по более низкому курсу. Практикуется при игре на понижение курсов ценных бумаг. Экономически депорт — не купля-продажа, а ссуда, при которой разница между покупным и продажным курсами составляет ссудный процент. Противоположностью депорту является репорт.

Депривация экономическая — вынужденное неполное потребление или вынужденный отказ от потребления материальных благ и услуг, необходимых для удовлетворения основных потребностей личности.

Дерево решений (decision tree) — схематическое представление сложного процесса принятия решения по какой-либо задаче.

Деиндивидуализация (de-individualization) — утрата самоосознания и боязни оценки; возникает в групповых ситуациях, которые обеспечивают анонимность и не концентрируют внимание на отдельном индивиде.

Деятельность — способ существования и развития социальной действительности, проявление социальной активности, целенаправленное отражение и преобразование окружающего мира. Деятельность обладает такими чертами, как сознательность (целеполагание), продуктивность, общественный характер. Деятельность, без которой нет и не может быть социальной действительности, представляет собой сложную и многоплановую систему. В зависимости от характера отношения человека к окружающему миру она подразделяется на практическую и духовную. Обретая самостоятельное значение и даже выступая в качестве порожденной частной собственностью противоположности умственного и физического труда, практическая и духовная деятельность применительно к общественной жизни в целом всегда дополняют друг друга.

Дискриминация (discrimination) — неоправданно негативное поведение по отношению к группе или ее членам.

«Дистанцированная» гипотеза Шмельдера — проводит различие между образом предпринимателя «на расстоянии» (более или менее неосознанный массово-психологический образ предпринимателя) и «вблизи» (индивидуальный образ, построенный с опорой на собственный опыт взаимодействия с предпринимателем). Мнение «вблизи» дифференцированнее и позитивнее.

Договор о совместной деятельности — договор, который заключается, когда совместная деятельность без создания для этой цели юридического лица осуществляется на основе договора между ее участниками. По такому договору стороны (участники) обяза-

ются путем объединения имущества и усилий совместно действовать для достижения общей хозяйственной или другой цели, не противоречащей законодательным актам.

Договор поставки — договор, по условиям которого поставщик обязуется в обусловленные сроки (срок), не совпадающие с моментом заключения договора, передать товар в собственность (полное хозяйственное ведение либо оперативное управление) покупателю, а последний обязуется принять товар и уплатить за него определенную денежную сумму.

Документы, необходимые для продажи новых облигаций — проспект, доверенность или траст-договор; соглашение о подписке или агентское соглашение между дилером и корпорацией; соглашение о банковской группе, соглашение о группе сбыта; объявление банковской группы о новом выпуске, окончательное соглашение о цене выпуска для дилера и для публики.

Должностные инструкции (job description) — краткое изложение основных задач, требующихся навыков и полномочий различных должностей в организации.

Единоначалие (unity of command) — принцип построения организации, согласно которому подчиненный должен принимать полномочия только от одного начальника и быть ответственным только перед ним.

Жизненные обстоятельства (life events) — драматические изменения в жизни человека, которые могут привести к стрессу.

Жалоба (grievance) — недовольство неудовлетворительной и дискомфортной работой со стороны служащих.

Задача (task) — координированная и систематизированная серия элементов работы, используемых для достижения результатов.

Задания (tasks) — предписанная работа, серия рабочих функций, которые должны быть завершены в определенной форме в рамках ограниченного периода времени.

Закладная — юридический документ, подтверждающий согласие фирмы заложить под свой долг землю, сооружения или другое принадлежащее ей имущество и дающий кредитору право на овладение заложенными активами в случае неуплаты долга. Закладная находится у кредитора до момента расчета с должником, после чего она уничтожается.

Закон Йеркса-Додсона — определяет взаимосвязь уровня эмоционально-мотивационного обеспечения деятельности и ее эффективности. Эта связь не линейна.

Законная власть (legitimate power) — влияние, основанное на традиции. Исполнитель верит, что руководитель имеет изначальное право отдавать приказания.

Занятость населения — социально-экономическая категория, характеризующая включенность населения в общественное производство. Все трудоспособное население страны, проживающее в конкретных социально-экономических, культурных и других общественных условиях, распадается на две неравные группы: занятых в общественном производстве и не занятых в нем из-за отсутствия вакантных мест, загруженности домашним хозяйством, учебы, нахождения на военной службе и по другим причинам.

Зеркальное восприятие (mirror-image perception) — взаимно негативные представления друг о друге, часто возникающие у сторон конфликта; например, своя сторона считается нравственной и миролюбивой, а другая — злонамеренной и агрессивной.

Игры с ненулевой суммой (non-zero-sum games) — игры, в которых суммарный выигрыш не обязательно равен нулю. Сотрудничая, оба игрока могут выиграть, соперничая, оба могут проиграть.

Идентификация (от лат. — identificare) — психологический процесс отождествления индивидом себя с другим человеком, группой, коллективом, помогающий ему успешно овладевать различными видами социальной деятельности, усваивать и преобразовывать социальные нормы и ценности, принимать социальные роли. Идентификация может осуществляться в различных формах, отличающихся психологическим механизмом, характером усваиваемых видов деятельности, ролей, норм и ценностей, а также степенью эффективности этого усвоения.

Иерархическая структура (tall structure) — организационная структура, характеризуемая многоуровневым управлением и незначительным объемом управления на каждом уровне.

Иерархия потребностей Маслоу (Maslow's hierarchy of needs) — подразделение всех потребностей людей на пять групп, осуществленное Абрахамом Маслоу. Им описаны следующие группы потребностей: физиологические, безопасности, социальные, уважения и самовыражения.

Изучение методов организации труда (methods study) — анализ всех составляющих производственных операций для определения возможности их совершенствования.

Инвестор — покупатель ценных бумаг, который при выборе того или иного их вида думает прежде всего о минимизации риска. В отличие от него спекулянт идет на расчетный риск, а игрок — на любой риск.

Индекс Доу-Джоса — индекс акций, позволяющий оценить движение биржевых ресурсов на всех биржах. Индекс Доу-Джоса состоит из трех различных индексов: индекса 30 промышленных акций, индекса 20 акций железнодорожных и 15 акций коммунальных компаний. Наиболее важным из них является промышленный индекс. В нем учтены акции крупнейших компаний всех отраслей промышленности, на которые приходится около 1/3 дневного оборота биржи. Курс акций этих 30 компаний сначала складывается, затем сумма делится на делитель, который в 1994 г. составлял 1,314. В последние годы этот делитель многократно изменялся для того, чтобы учесть изменения курсов акций ряда компаний.

Индексы акций — цифровые показатели, которые связывают воедино информацию об изменении курсов отдельных акций, котирующихся на бирже, и тем самым делают возможным обоснованный прогноз об изменении стоимости множества этих акций.

Индивидуализм (individualism) — концепция, отдающая приоритет личным целям по сравнению с целями группы. При этом самоидентификация осуществляется на основе личностных атрибуций, а не посредством отождествления себя с группой.

Инстинктивное поведение (instinctive behavior) — врожденная, не связанная с научением модель поведения, проявляющаяся у всех представителей данного вида.

Инструментальная агрессия (instrumental aggression) — агрессия, являющаяся средством достижения какой-либо иной цели.

Интегральное соглашение (integrative agreement) — соглашение типа «я выиграл — ты выиграл», в котором совмещаются интересы обеих сторон к их взаимной выгоде.

Интерес экономический — форма действия власти собственности на волю субъекта хозяйствования и источник хозяйственной активности. Развивается на основе мотива, но под регуляторным воздействием норм.

Информационное влияние (informational influence) — конформизм, возникающий вследствие принятия суждений других людей о реальности.

Исследование инцидентов (accident research) — систематический анализ и оценка случаев и факторов, представляющих угрозу для здоровья.

Карьера (career) — индивидуально осознанная последовательность изменений во взглядах, позиции и поведении, связанных с опытом работы и деятельности в течение трудовой жизни.

Качество трудовой жизни (quality of work life) — степень удовлетворения важных личных потребностей через деятельность в трудовой организации.

Квалификационная характеристика (job description) — краткое изложение основных задач, навыков и умений, прав и обязанностей, предъявляемых к различным специальностям в организации.

Классическая школа управления (classical school of management) — подход к управлению, сложившийся на раннем этапе и основанный на идентификации общих принципов для их рационального использования в организации. Теоретики классической школы полагали, что можно отыскать лучшую систему организации путем определения основных функций данного бизнеса.

Коммуникация (communication) — обмен информацией и смыслом информации между двумя и более людьми.

Канал коммуникации (channel of communication) — способ, которым передается сообщение, — лицом к лицу, письменно, на киноплёнке или каким-либо другим образом.

Катарсис (catharsis) — эмоциональная разрядка. С позиции катарсиса агрессия находит следующее объяснение: агрессивное побуждение ослабляется, когда индивидуум «высвобождает» энергию агрессии либо посредством агрессивного действия, либо за счет воображаемой агрессии.

Когнитивный диссонанс (cognitive dissonance) — напряжение, которое появляется при осознании несовместимости каких-либо двух знаний. Например, диссонанс возникает, когда мы осознаем, что действовали, без достаточных на то оснований, в противоречии со своими установками или приняли решение в пользу одного варианта, а логика требует другого.

Коллективизм (collectivism) — концепция, отдающая приоритет целям той или иной группы (как правило, семьи или рабочей группы) по сравнению с личными целями. В соответствии с этим происходит самоидентификация.

Качество исполнения (quality of performance) — концепция качества, отражающая ту степень, в которой товары или предоставляемые организацией услуги фактически удовлетворяют нужды клиентов.

Контакты равного статуса (equal-status contact) — контакты на основе равенства. Отношения между людьми с неравным статусом порождают установки, закрепляющие их отношения, то же самое верно и для отношений людей с равным статусом. Таким образом, чтобы ослабить предубежденность, межрасовые контакты должны иметь место между лицами равного статуса.

Конфликт (conflict) — воспринимаемая несовместимость действий или целей.

Конформизм (conformity) — изменение поведения или убеждений в результате реального или воображаемого давления группы.

Корреляционное исследование (correlation research) — изучение естественно возникающих связей между переменными.

Косвенный способ убеждения (peripheral route persuasion) — убеждение, имеющее место в том случае, когда на людей влияют случайные факторы, например привлекательность оратора.

Кредитность (credibility) — убедительность. Кредитный коммуникатор воспринимается одновременно и как эксперт, и как заслуживающий доверия.

Комиссионный дом — посредническая фирма, специализирующаяся на выполнении поручений на покупку или продажу контрактов на фьючерсной бирже за комиссионное вознаграждение. За свой счет сделок не заключает. Как правило, комиссионный дом осуществляет операции по поручению частных лиц (мелких спекулянтов), а не торговых фирм.

Комиссия (комиссионное вознаграждение) — вознаграждение брокеру или агенту, установленное либо как процент от стоимости сделки, либо как единообразная ставка по каждому контракту.

Комитент — сторона договора комиссии, которая дает поручение комиссионеру на совершение за вознаграждение одной или нескольких сделок от имени комиссионера за свой счет.

Комитет по листингу — комитет биржи, который рассматривает заявки на включение акций в биржевой список и имеет право их аннулировать по решениям персонала биржи.

Консигнация — условие продажи товаров через консигнационные склады посредников, когда право собственности на товар, поступивший на склад консигнатора, остается за поручителем (например, за экспортером) до момента продажи товара покупателю.

Консолидация государственного займа — изменение первоначальных условий займа, касающееся его сроков. Часто государство превращает краткосрочные обязательства в средне- и долгосрочные. Консолидация государственного займа, как правило, проводится одновременно с его унификацией, в результате образуется консолидируемый долг.

Контанго — соотношение цен, при котором цены по сделкам на срок превышают цены на наличный товар, цены на товар с отдаленными сроками поставки выше, чем с ближ-

ними (антоним — бэквордшн). Особенностью такого соотношения цен является то, что цена более отдаленного срока поставки не может превышать цену ближнего на величину, чем расходы, связанные с хранением товара от одного срока поставки до другого.

Контингентный заказ — заказ, предусматривающий одновременную покупку одних и продажу других акций.

Контракт — соглашение обязательного характера, по которому одна сторона берет на себя обязательство купить у другой стороны или продать ей обусловленное количество товара. В специальном контексте термин обозначает основные типовые условия, которые составляют фьючерсный контракт.

Корнер — действия группы фирм (одной фирмы) или лиц по созданию нехватки товара на рынке путем скупки биржевых контрактов и реального товара с определенным сроком поставки. В результате те, кто ранее продал биржевые контракты, в состоянии выполнить свои обязательства, только откупив контракты по заметно возросшим ценам у тех, кому они их продали.

Котирование цен — публичное предложение цен покупателем и продавцом с их последующей регистрацией. На биржах реального товара существовали специальные котировальные комитеты, которые выводили цену по заключенным за день сделкам и сообщали ее вне биржи. На фьючерсной бирже регистрируется и сообщается вне биржи цена по каждой заключенной сделке или при отсутствии торговли — цены покупателей и продавцов. Регистрация цен необходима для проведения расчетов по сделкам. Котирование цен обеспечивает открытость и поддержание конкурентных условий торговли.

Курсовая разница — разница, возникающая в результате изменения курса валюты или ценных бумаг. При повышении курса К. р. выражается в курсовой прибыли для держателей ценных бумаг, а при понижении — в курсовой потере. Риски потерь, связанных с курсовой разницей, могут быть застрахованы заключением сделок на срок.

Куртаж — вознаграждение за посредничество, получаемое маклером при совершении сделок на бирже. Обычно исчисляется в промиллях к сумме заключенной сделки и уплачивается маклеру как продавцом, так и покупателем. Ставки куртажа зависят от категории ценных бумаг и товаров, а также от объема сделок. Размер куртажа определяется уставом биржи или по соглашению между участниками сделки и маклером.

Культура (culture) — понятия, установки, обычаи и особенности поведения, общие для большой группы людей и передающиеся от поколения к поколению.

Контроль (controlling) — процесс, обеспечивающий достижение организацией поставленных целей.

Косвенные факторы окружающей среды (indirect environment) — факторы окружающей среды, которые могут не оказывать немедленного и непосредственного воздействия на деятельность организации, но тем не менее влияют на ее деятельность.

Критерии для принятия решения (decision criteria) — нормы, с которыми можно сопоставить альтернативные варианты решения.

Критический путь (critical path) — самая длительная последовательность событий при выполнении проекта. Последовательность событий, обеспечивающая завершение проекта в возможно кратчайшее время.

Либеральный руководитель (laissez-faire leader) — руководитель, который дает своим подчиненным почти полную свободу в выборе рабочих задач и контроле за своей работой.

Лидер в организации (organizational leader) — человек, эффективно осуществляющий формальное и неформальное лидерство.

Лидерство (leadership) — процесс, посредством которого определенные члены группы мотивируют и ведут за собой группу.

Личностное пространство (personal space) — буферное пространство, которое мы предпочитаем сохранять вокруг себя. Размер этого пространства зависит от степени нашей близости с лицом, находящимся рядом.

Локус контроля (locus of control) — степень, в какой люди воспринимают свою жизнь как контролируемую «изнутри», посредством собственных усилий и действий или контролируемую «извне» случаям или внешними силами.

Любовь — дружба (companionate love) — нежность, которую мы чувствуем к тому человеку, жизнь которого тесно переплетена с нашей собственной.

Любовь — страсть (passionate love) — состояние мощного влечения к союзу с другим человеком. Страстные любовники целиком погружаются друг в друга, приходят в экстаз, когда добиваются любви своего партнера, и безутешны, когда ее теряют.

Личность (personality) — характерный способ мышления, поведения приспособления к окружающей действительности. Этот способ включает внутренние черты, ценности, интересы, генетические склонности, взгляды, возможности и стандарты поведения.

Матричная организация (matrix organization) — тип адаптивной структуры, в которой члены сформированной группы несут ответственность за свою деятельность и перед руководителем данного конкретного проекта, где они работают постоянно.

Межличностный стиль решения конфликтов (interpersonal styles for conflict resolution) — пятизвенная классификация подходов к разрешению конфликтов: недопущение конфликтных ситуаций, сглаживание конфликтов, искусственное форсирование, использование компромиссов, решение сути конфликтных проблем.

Ликвидный рынок — Характеризующийся частными сделками, узким разрывом между ценой продавца и ценой покупателя и небольшим колебанием цен от сделки к сделке. Биржа стремится поддерживать ликвидность.

Манипулирование (от лат. manipulus — пригоршня, горсть) — система способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам.

Метод парных сравнений — один из основных методов изучения предпочтений (наряду с методом балльных оценок, ранжирования, множественных сравнений). Состоит в том, что респондентам предъявляются все возможные сочетания по два объекта (из числа всех объектов, подлежащих упорядочению) и предлагается по каждой паре указать предпочтительный.

Методы размещения ценных бумаг — продажа ценных бумаг публике по извещению (проспекту), заверенному государственной комиссией по ценным бумагам, или приватное размещение, исходящее из предусмотренных законом исключений и без публикации проспекта.

Миграция населения — (от лат. migratio — переселение) — социально-экономический и демографический процесс, представляющий собой совокупность перемещений, совершаемых людьми между странами, районами, поселениями. Виды территориальных перемещений: маятниковые, сезонные. К маятниковым относятся регулярные передвижения населения из одного населенного пункта в другой на работу или учебу (они появились в условиях развития городских агломераций); к сезонным — временное территориальное перемещение людей, имеющее экономические (сезонные перемещения на строительные, сельскохозяйственные и другие виды работ) и социально-культурные причины (туризм, лечение, поездки на учебу и т.д.).

Множественный валютный курс — использование страной нескольких валютных курсов для разных операций. Так, иностранные инвестиции, иностранный туризм и импорт сырья могут осуществляться по льготному курсу, в то время как менее важные статьи — по более высокому курсу иностранной валюты.

Мотивы экономические — особая категория мотивов, имеющих экономическую направленность, а именно, относящиеся к накоплению богатства, конкуренции, эгоизму и альтруизму, погоне за прибылями, склонности к риску и сделкам.

Налоговый менталитет — это нормы, отношения и убеждения, разделяемые налоговыми властями и налогоплательщиками в каждой нации.

Народ — в обычном смысле — население государства, страны; в социальной философии это субъект истории, совокупность тех классов и социальных групп данного обще-

ства, которая является его основной производительной и преобразующей силой, главной движущей силой общественного развития.

Научное управление — сознательное использование субъектом управления отношений власти, материальных и человеческих ресурсов, научных знаний для получения результатов, в которых как можно полнее реализуются цели, выражающие потребности общества на данном этапе его развития.

Новация — 1) замена старого обязательства или контракта новым; 2) употребляется при смене покупателей и продавцов, которая имеет место по расчетным соглашениям, когда фьючерсный контракт ликвидируется путем поставки реального товара.

Нововведение (инновация) — комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием закономерного развития общества, а также сопряженные с данным новшеством изменения в социальной и вещественной среде.

Нормы экономические — вид социальных норм, регулирующих экономическое поведение, которые, как правило, закрепляются юридически, приобретая статус правовых, и наделяются соответствующими средствами контроля (санкциями) за их соблюдением.

Номинальная цена акции — цена, обозначенная на акции. В соответствии с существующим положением о ценных бумагах минимальная номинальная цена акции составляет 100 рублей. Номинальная цена акции более 100 рублей должна быть кратной минимальной.

Объединение — разделение риска с компаньонами. По форме может быть партнерством или корпорацией. Позволяет объединить капиталы при организации дела и разделить риск.

Объект экономической психологии — хозяйствующий субъект на микро-, мезо- и макроэкономическом уровнях (индивидуум, семья, фирма, государство, нация).

Обращающаяся акция — выпущенная акция, остающаяся в руках держателя. Если корпорация не производит выкупа акций, то число выпущенных акций равно числу обращающихся акций.

Обращающийся капитал корпорации — обращающиеся акции, т.е. выпущенные акции, которые остаются в руках держателей. Периодически корпорация может выкупать часть или все акции какого-то класса, что снижает размер обращающегося капитала корпорации. Если выкупа не происходит, то обращающийся капитал корпорации равен выпущенному капиталу.

Общество с дополнительной ответственностью — товарищество, уставной фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. При недостаточности имущества товарищества участники товарищества отвечают по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех участников кратном размере к сумме их вкладов.

Ограниченные акции — акции, которые обеспечивают держателю участие в выручке компании и долю активов при ее ликвидации, но ограничивают его в праве голоса. Ограниченные акции бывают неголосующими, подчиненными, акциями с ограниченным правом голоса.

Односторонний рынок — рынок, на котором только курс покупателя или только курс продавца является котируемым.

Отношение к деньгам — субъективно-оценочное, осознанно-избирательное представление о деньгах, проявляющееся в экономическом поведении.

Отсроченные акции — акции, дивиденд по которым выплачивается только тогда, когда прибыль акционерного общества превысит определенный уровень.

Оферта — формальное предложение определенному лицу заключить сделку с указанием всех необходимых для ее заключения условий.

Официальный дилер — банк или другой финансовый институт, уполномоченный правительством или центральным банком на совершение сделок с ценными бумагами, товарами и валютой на соответствующих биржах.

Парафирование — форма подтверждения согласия с выработанным в результате переговоров путем нанесения представителями сторон своих инициалов в конце согласованного текста, а иногда на каждой его странице.

Переговоры — процесс поиска соглашения между людьми, имеющими на первый взгляд различные интересы. Коммерческие переговоры — это переговоры по поводу любых ресурсов (деньги, материальные ценности, временные и людские ресурсы и т.д.). В узком смысле под коммерческими переговорами понимаются переговоры по поводу сбыта и поставок, купли и продажи, т.е. торговые сделки.

Потребность аффилиативная (или потребность в аффилиации) — стремления к установлению эмоциональных контактов, оказанию и поиску поддержки.

Предмет экономической психологии — отражение хозяйственных отношений в сознании и поведении человека.

Психоанализ — направление, созданное З. Фрейдом и его последователями, объясняющее развитие личности иррациональными, антагонистическими сознанию психическими факторами.

Платежное поручение — платежный документ, содержащий поручение плательщика банку о перечислении (переводе) с его определенной суммы на счет получателя.

Платежное требование — платежный документ, содержащий требование получателя средств к плательщику об уплате определенной суммы через банк; кредит на оплату расчетных документов при наличии у плательщика временных финансовых затруднений, возникающих в связи с несоблюдением сроков поступления средств и платежей и по другим причинам.

Полное товарищество — объединение нескольких граждан и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности на основании договора между ними. Все участники полного товарищества несут неограниченную солидарную ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом. Полное товарищество не является юридическим лицом. Юридические лица — участники полного товарищества сохраняют самостоятельность и права юридического лица.

Построение пирамиды — увеличение спекулянтами числа биржевых контрактов путем использования части прибыли по существующим контрактам для уплаты депозита по дополнительным контрактам.

Права на увеличение стоимости акций — форма опциона, при которой менеджеру, корпорации предоставляется право получить наличными разницу между рыночной стоимостью акции и ценой, по которой корпорация зачислила на его счет эти бумаги.

Привилегированная акция — акция, гарантирующая их держателям получение дивидендов в фиксированных процентах от номинальной стоимости акции независимо от результатов хозяйственной деятельности акционерного общества, а также дающая им преимущественное по сравнению с другими акционерами право на получение части имущества, оставшегося после ликвидации акционерного общества. Привилегированные акции не дают их держателям права на участие в управлении делами акционерного общества, если иное не предусмотрено его уставом.

Потребительство — социальное явление, характеризуемое выдвиганием потребления и потребительских благ в качестве высших ценностей, господствующих над другими ценностями человеческой жизни. Потребительство как элемент сознания и поведения индивидов и социальных групп выступает в многообразных формах. К нему относятся: 1) утилитаристский индивидуализм, направленный на достижение непосредственной выгоды за счет других индивидов и общества; 2) собственничество, стремление к присвоению и накоплению максимума потребительских благ; 3) социальный паразитизм и праздный стиль жизни, связанные со стремлением потреблять, не создавая ничего взамен; 4) культ вещей («вещизм»); 5) ориентация на те виды престижа в потреблении, которые связаны с потребительским соперничеством, тщеславием и т.п.

Поведение — присущее живым существам взаимодействие с окружающей средой, опосредованное их внешней (двигательной) и внутренней (психической) активностью.

Пол — совокупность контрастирующих генеративных признаков особей одного вида; комплекс соматических, социокультурных и поведенческих характеристик, обеспечивающих индивида личным, социальным и правовой статус мужчины и женщины.

Понятие — одна из логических форм мышления, высший уровень обобщения, характерный для словесно-логического мышления.

Потребность — состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития, и выступающее источником его активности. Потребности человека обусловлены процессом его воспитания, т.е. приобщения к миру человеческой культуры, представленной как предметно (материальные потребности) и функционально (духовные потребности).

Представления — образы предметов, сцен и событий, возникающие на основе их припоминания или же продуктивного воображения. В отличие от восприятий, относящихся только к настоящему, представления относятся к прошлому и возможному будущему. Чувственно-предметный характер представлений позволяет классифицировать их по модальности (представления зрительные, слуховые, обонятельные, тактильные и др.).

Профессиография — технология изучения требований, предъявляемых профессией к личностным качествам, психологическим способностям, психолого-физическим возможностям человека. Используются в целях разработки информационных, диагностических, коррекционных и формирующих методических пособий и практических рекомендаций по обеспечению взаимодействия человека и профессии.

Простые сделки на срок — «твердые» сделки, по которым обязательства должны быть выполнены в определенные сроки, т.е. продавец обязан сдать, а покупатель принять бумаги или товары в установленный срок по фиксированным при заключении сделки курсам или ценам.

Протест — юридически оформленный отказ от оплаты или акцепта векселя; опротестованные векселя не принимаются к учету или в обеспечение.

Прямая котировка — курс иностранной валюты, выраженный в единицах местной валюты.

Реальный товар — товар с немедленной поставкой, на складе или с поставкой в будущем, обладающий индивидуальными свойствами, в противоположность фьючерсному контракту, завершаемому, как правило, офсетной сделкой.

Реинвестирование дивидендов — компания употребляет часть дивидендов на покупку своих же дополнительных акций. Реинвестированные дивиденды облагаются налогом, хотя они не выплачиваются наличными. Акционерам периодически высылаются сводки о количестве и цене купленных акций.

Ригидность (от лат. — жесткий, твердый) — затрудненность (вплоть до полной неспособности) в изменении намеченной субъектом программы деятельности в условиях, объективно требующих ее перестройки.

Роль — социальная функция личности; соответствующий принятым нормам способ поведения людей в зависимости от их статуса или позиции в обществе, в системе межличностных отношений.

Риск экономический — деятельность субъектов хозяйственной жизни, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность оценить вероятности достижения желаемого результата, неудачи и отклонения от цели, содержащиеся в выбираемых альтернативах.

Самонаблюдение — наблюдение человека за внутренним планом собственной психической жизни, позволяющее фиксировать ее проявления (переживания, мысли, чувства и др.).

Самооценка — оценка личностью самой себя, своих возможностей качеств и места среди других людей. Относясь к ядру личности, самооценка является важным регулятором ее поведения.

Самочувствие — ощущение физиологической и психологической комфортности внутреннего состояния (самочувствие хорошее, плохое, бодрость, недомогание и др.).

Сбережения — источник инвестиционного капитала, возникают в том случае, если доходы корпораций правительства или отдельных граждан превышают их расходы.

Сбор клиринговый (регистрационный) — сбор, взимаемый расчетной палатой за регистрацию контракта. Уплачивается только при покупке или только при продаже кон-

тракта. При офсетной операции, т.е. при ликвидации или откупе контракта, сбор не взимается.

Свич — перенос срока поставки с одного месяца на другой. Достигается путем ликвидации существующего контракта и одновременного приобретения нового с желаемым, более отдаленным сроком поставки.

Свободный остаток — сумма средств на отдельном брокерском счете клиента, которая может быть использована для покупки или продажи новых контрактов или снята со счета.

Свойства нервной системы — устойчивые особенности нервной системы, влияющие на индивидуальные психологические особенности человека. Наиболее общее психологическое проявление свойства нервной системы — особенности темперамента человека, однако существуют корреляции и с индивидуальными особенностями познавательных процессов, формирования навыков и др. Выделяют три основных свойства нервной системы: сила, подвижность, уравновешенность.

Связка — два и более выпусков корпоративных ценных бумаг, предложенных инвестиционным дилером на продажу за совокупную, общую цену.

Сделка — действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав или обязанностей.

Сензитивность (от лат. — чувство, ощущение) — характерологическая особенность человека, проявляющаяся в повышенной чувствительности к происходящим с ним событиям, обычно сопровождается повышенной тревожностью, боязнью новых ситуаций, людей, всякого рода испытаний и т.п. Предельно выраженная сензитивность представляет собой одну из форм психопатий.

Сессия — время, в течение которого ведется биржевая торговля.

Синие корешки — акции крупных компаний, регулярно выплачивающих дивиденды.

Система непрерывного сличения — вид торговли на бирже, когда происходит сличение предложений и заявок. Сличение может быть при помощи книги заказов или табло.

Совесть — способность личности осуществлять нравственный самоконтроль, самостоятельно формировать для себя нравственные правила, требовать от себя их выполнения и производить самооценку совершаемых поступков.

Совместимость межличностная — взаимное приятие партнеров по общению и совместной деятельности, основанное на оптимальном сочетании ценностных ориентации, социальных установок, интересов, мотивов, характеров, темпераментов и других значимых для межличностного взаимодействия индивидуально-психологических характеристик.

Сознание — высший уровень психического отражения и саморегуляции, присущий только человеку. Сознание характеризуется: активностью, способностью к рефлексии, самонаблюдению; мотивационно-ценностным характером; различной степенью (уровнями) ясности.

Социализация — процесс и результат усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта, осуществляемый в общении и деятельности.

Социогенез — происхождение, развитие высших психических функций личности, межличностных отношений, обусловленные особенностями социализации в разных культурах и общественно-экономических формациях.

Способности — индивидуально-психологические особенности личности, являющиеся условием успешного выполнения той или иной продуктивной деятельности. Они тесно связаны с общей направленностью личности, с тем, насколько устойчивы склонности человека к определенной деятельности, формирование способностей происходит на основе задатков.

Спот-рынок — рынок, на котором ведется торговля реальным товаром, а сделки улаживаются в течение нескольких дней со дня заключения.

Справочная цена — цена, опубликованная в биржевом бюллетене на те товары или ценные бумаги, с которыми в данный день сделок не заключалось.

Спрэд — разница между ценами.

Ссуда под ценные бумаги — ссуды представляемые банками под залог акций и облигаций. Ссуды под ценные бумаги используются для «закладывания пирамиды» — приобретение за счет ссуды новой партии ценных бумаг.

Старший трейдер — трейдер, назначаемый в случае, если биржа имеет несколько работников в торговом зале. Старший трейдер обычно бывает еще и зарегистрированным трейдером или специалистом.

Страхование — перекладывание риска на страховую компанию или распределение рисков через компании взаимного страхования; предполагает покупку страховой защиты.

Страсть — сильное, стойкое, всеохватывающее чувство, доминирующее над другими побуждениями человека и приводящее к сосредоточению на предмете страсти всех его устремлений и сил.

Страх — эмоция, возникающая в ситуациях угрозы биологическому или социальному существованию индивида и направленная на источник действительной или воображаемой опасности.

Стыд — эмоция, возникающая в результате осознания человеком реального или мнимого несоответствия его поступков принятым в данном обществе и разделяемым им самим нормам, требованиям морали.

Субъект (от лат. — подлежащее) — индивид или группа как источник познания и преобразования действительности; носитель активности (см. Деятельность).

Сэтлмент— 1) расчет по биржевым операциям; 2) частота, с которой подсчитываются расчетные цены и взимается маржа, т.е. ежедневный или недельный ликвидационный период.

Талант (от греч. — вес, мера, уровень способностей) — высокий уровень развития способностей. О наличии таланта следует судить по результатам деятельности человека, которые должны отличаться принципиальной новизной, оригинальностью подхода, выраженной потребностью в творчестве.

Тесты креативности — (от лат. creatio — «сотворение», «создание») — совокупность методик для изучения и оценки творческих способностей личности. Способность порождать необычные идеи, отклоняться от традиционных схем мышления, быстро решать проблемные ситуации была выделена среди интеллектуальных способностей в особый тип и названа креативностью. Изучение факторов творческих достижений ведется в двух направлениях: анализ жизненного опыта и индивидуальных особенностей творческой личности (личностные факторы); анализ творческого мышления и его продуктов (факторы креативности — беглость, четкость, гибкость мышления, чувствительность к проблемам, оригинальность, изобретательность, конструктивность при их решении).

Товарный фонд — объединение капиталов инвесторов, как правило, мелких, по принципу взаимных фондов. Средства аккумулируются в виде взносов или путем продажи паев (акций) для вложения в биржевые операции, в запасы товаров, сделки на фондовых и валютных биржах.

Торги — состязательная форма закупки, при которой покупатель объявляет конкурс для продавцов на товар с определенными характеристиками.

Торги закрытые — торги, к участию в которых приглашается ограниченное количество фирм.

Торги открытые — торги, к участию в которых приглашаются все желающие фирмы. Объявления об их проведении публикуются в периодической печати.

Торговля с самим собой — процедура, посредством которой брокер регистрирует покупку и продажу по одной и той же цене.

Торговый дом — брокерская фирма, которая в основном занимается сделками с реальным товаром за собственный счет или за счет производителей, потребителей или других групп, занятых торговлей данным товаром.

Траст-компания — учреждения, создаваемые для управления по доверенности имуществом и ценными бумагами корпораций и отдельных лиц.

Трансфер (от лат. transfere — «переносить», «переводить») — применяемый в психоанализе З. Фрейда термин, обозначающий перенос на психотерапевта эмоционального от-

ношения пациента к значимым для него людям (отцу, матери и др.). Чувства любви, восхищения, уважения (позитивный трансфер), а также ненависти, страха, отвращения (негативный трансфер) спонтанно возникают у пациента в психоаналитическом сеансе при отсутствии в поведении психотерапевта объективных причин, которыми они могли бы быть объяснены. З. Фрейд рассматривал трансфер как феномен переноса, присущий любым человеческим отношениям и проявляющийся не только в терапевтическом сеансе, но и в обыденной жизни субъекта.

Тратта— переводной вексель. Один из основных расчетных документов во внешней торговле, представляющий собой безусловный письменный приказ одного лица другому уплатить по предъявлении этого документа или в назначенный срок определенную сумму денег предъявителю или указанному в документе лицу.

Треjder (атторней торгового зала) — непосредственный исполнитель заказов на куплю-продажу ценных бумаг в торговом зале биржи, работник брокерской фирмы.

Тренд — направление, в котором изменяются цены.

Трудолюбие — черта характера, заключающаяся в положительном отношении личности к процессу трудовой деятельности. Проявляется трудолюбие в активности, инициативности, добросовестности, увлеченности и удовлетворенности самим процессом труда. В психологическом плане трудолюбие предполагает отношение к труду как к основному смыслу жизни, потребность и привычку трудиться. Для воспитания трудолюбия необходимо, чтобы человек видел и понимал смысл и результаты своего труда. Формирование трудолюбия у каждого человека социалистического общества — одна из главных задач воспитательной работы.

Уличный сертификат — акционерный сертификат, зарегистрированный на имя фирмы, работающей с ценными бумагами. Уличный сертификат популярен среди инвесторов, так как купля-продажа не осложнена формальностями. Дивиденды по акциям, зарегистрированным в форме уличного сертификата поступают сначала посреднической фирме, а затем от нее — держателю акций.

Уош — примитивная форма расчетного соглашения в ранний период деятельности бирж, по которому двусторонние расчеты по продажам и покупкам совершались между парами брокеров, с совершением платежа только в виде разницы.

Уошаут — сведение на нет расчетной палатой обязательств по контрактам путем зачета взаимных требований при подсчете чистой позиции брокера.

Упрямятво — особенность поведения (в устойчивых формах — черта характера) как дефект волевой сферы индивида, выражающийся в стремлении поступать по-своему вопреки разумным советам, доводам, просьбам. Упрямятво может вызываться чувствами обиды, злобы, гнева, мести.

Установка — готовность, предрасположенность, возникающая при предвосхищении появления определенного объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к данному объекту.

Уставной капитал — предусмотренное уставом максимальное число обычных и привилегированных акций, которые корпорация может выпустить.

Участники торгов на бирже — брокеры, биржевые маклеры, старший маклер, помощники брокеров и биржевых маклеров. Кроме участников торгов в операционный зал допускаются лица: персонал биржи, Главный управляющий, Председатель Правления, Ответственный член Биржевого Совета, а также лица, присутствие которых на бирже разрешено Биржевым Советом.

Учетный процент — процент, взимаемый банками при учете векселей, т.е. при покупке их банком до наступления срока платежа.

Учредительские акции — акции, дающие право нескольких голосов и преимущественное право на получение новых акций в случае их выпуска.

Фанатизм (от лат. — жертвенник) — непоколебимая и отвергающая альтернативы приверженность индивида определенным убеждениям, которая находит выражение в его деятельности и общении.

Фантазия — синоним или продукт воображения.

Физиогномика (от греч. — природа и знающий) — учение о связи между внешним обликом человека и его принадлежностью к определенному типу личности, благодаря чему по внешним признакам могут быть установлены психологические характеристики этого типа. На протяжении веков физиогномика служила предпосылкой многих типологий характеров.

Филогенез (от греч. — род, племя и происхождение) — историческое формирование группы организмов. В психологии **Ф.** понимается как процесс возникновения и исторического развития, (эволюции) психики и поведения; возникновения и эволюции форм сознания в ходе истории человечества.

Фобии (от греч. — страх) — навязчивые неадекватные переживания страхов конкретного содержания, охватывающих субъект в определенной (фобической) обстановке и сопровождающихся вегетативными дисфункциями (сердцебиение, обильный пот и т.п.). Фобии встречаются в рамках неврозов и органических заболеваний головного мозга. Различают: нозофобии (страх заболевания — канцерофобии, кардиофобии и т.д.), социофобии (страх публичных выступлений, страх покраснеть и т.д.), боязнь пространства (клаустрофобия — боязнь закрытых помещений, агрофобия — страх открытого пространства) и др.

Фьючерсная сделка (фьючерс) — основной вид сделки на товарных биржах, при которой покупка партии товара осуществляется по цене, сложившейся на момент совершения сделки, а там товар отгружается продавцом спустя некоторое время.

Фьючерсный опцион — вид биржевой сделки, при которой товар приобретается с целью последующей перепродажи на бирже.

Хедж— 1) страховка от ценовых рисков; 2) фьючерсный контракт, который служит для страховки от ценовых рисков.

Хеджер — любой субъект, осуществляющий операции на фьючерсной бирже.

Хеджирование — операция по купле-продаже биржевых контрактов, осуществляемая одновременно с торговлей реальным товаром, с целью страхования от возможного неблагоприятного изменения цен в период между заключением сделки и поставкой товара.

Харизма (от греч. —charisma — подарок) — наделение личности свойствами, вызывающими преклонение перед ней и безоговорочную веру в ее возможности. Этот феномен характерен для малых и особенно для больших групп, склонных персонифицировать свои идеалы в процессе сплочения. Харизма чаще возникает в экстремальных исторических обстоятельствах. Харизматическому лидеру приписываются все успехи его сторонников, даже явные неудачи обращаются его прославлением (бегство воспринимается как спасение, любые потери — как необходимые жертвы, абсурдные утверждения — как непостижимая мудрость). Способности харизматического лидера, выступающего на религиозной или политической арене, мистифицируются; для него типична функция избавителя. Харизма возникает, когда складывается соответствующая социально-психологическая потребность.

Целеобразование — процесс порождения новых целей в деятельности человека, одно из проявлений мышления. Целеобразование может быть как произвольным, так и произвольным, характеризоваться временной динамикой. Существует ряд механизмов целеобразования: превращение полученного требования в индивидуальную цель, выбор одного из имеющихся требований, превращение мотивов в мотивы-цели при их осознании, превращение побочных результатов действия в цель, преобразование неосознанных предвосхищений в цель, выделение промежуточных целей, переход от предварительных к окончательным целям, образование иерархии и временной последовательности целей.

Черты личности — устойчивые, повторяющиеся в различных ситуациях особенности поведения индивида. Наиболее широко исследованы такие черты личности, как экстраверсия — интроверсия, тревожность, ригидность, импульсивность.

Честолюбие — выраженность в личности мотивов достижения первенства, стремление к славе, к получению наград, к почетному положению в какой-либо области или сфере деятельности. Гипертрофированное честолюбие усиливается тщеславием — высокомерным отношением к другим.

Чистая покупательская способность — свободный остаток средств за вычетом возможных потерь при движении цен в неблагоприятном направлении.

Член расчетной палаты — полный член биржи. Через него осуществляются все взаимоотношения заключающих сделки на бирже с расчетной палатой, и на нем лежит обеспечение финансовой устойчивости расчетной палаты.

Эгоизм — (от лат. ego — я) — ценностная ориентация субъекта, характеризующая преобладанием в его жизнедеятельности своекорыстных личных интересов и потребностей безотносительно к интересам других людей и социальных групп. Проявлениям эгоизма присуще отношение субъекта к другому человеку как к объекту и средству достижения своекорыстных целей.

Эйфория — повышенное радостное, веселое настроение, состояние благодушия и беспечности, не соответствующее объективным обстоятельствам, при котором наблюдается мимическое и общее двигательное оживление, психомоторное возбуждение.

Экспрессия (от лат. — выражение) — выразительность; сила проявления чувств, переживаний. Экспрессивные реакции являются внешним проявлением эмоций и чувств человека (в мимике, пантомимике, голосе и жестах). Избыточная или недостаточная экспрессия, ее неадекватность конкретной ситуации может служить одним из источников конфликтов во взаимоотношениях людей.

Экс-дивидендные акции — акции, которые продаются в экс-дивидендный срок. Экс-дивидендные акции сохраняют право на дивиденды продавцу акций, а покупатель получит это право после окончания экс-дивидендного срока. Экс-дивидендные акции иногда продаются по цене, уменьшенной на величину дивиденда. Лицо, купившее акцию в день их превращения в экс-дивидендные акции, не получает уже объявленного дивиденда.

Экс-дивидендный срок — время, в течение которого акции продаются как экс-дивидендные, т.е. продавец сохраняет право на дивиденды, а покупатель его еще не получил. Экс-дивидендный срок начинается обычно за 4 деловых дня до момента дивидендной переписи.

Экстра-дивиденд — премия, начисленная к регулярным дивидендам и выплачиваемая, как правило, в конце года.

Эмитент — предприятия, кооперативы, банки, акционерные общества и другие организации, которым разрешено выпускать ценные бумаги.

Эргономика (от греч. ergon — работа и nomos — закон) — общее название группы наук, занимающихся комплексным изучением человека в производственной деятельности и оптимизацией средств и условий труда. В состав эргономики включают прикладные разделы инженерной психологии, психологии, физиологии и гигиены труда, антропологии, некоторые аспекты научной организации труда, технической эстетики, кибернетики, общей теории систем, теории автоматического управления и др. Предметом эргономики является изучение и оптимизация систем «человек — машина — среда».

Экстраверсия — интроверсия (от лат — вне или внутрь и поворачивать, обращать) — характеристика индивидуально-психологических различий человека, крайние полюсы которой соответствуют преимущественной направленности личности либо на мир внешних объектов, либо на явления его собственного субъективного мира. Понятие экстраверсии — интроверсии были введены К. Юнгом для обозначения двух противоположных типов личности.

Экономический человек — концепция рационального индивида, имеющего стабильные предпочтения и стремящегося к максимизации собственной выгоды в условиях абсолютной полноты информации, свободы выбора и количественной оценки альтернатив.

Экономический эгоизм — стремление субъекта к максимизации собственной выгоды.

Эмоции акизитивные — эмоции, окрашивающие процесс приобретения, коллекционирования, заготовливания, накопления. Насыщение потребностей накопления дает человеку ощущение материальной свободы и безопасности от «черного дня». Когда же оно переходит границы, человек превращается в скупого рыцаря.

Эффект «бэндвэгон» (эффект присоединения) — состоит в том, что товар покупается не в силу необходимости, а в силу желания не отстать от других.

Эффект «сноба» — выражает стремление отличаться от других, выделиться из «толпы», поэтому не приобретается необходимый товар, когда его приобретают другие.

Эффект Веблена — свойствен показательному потреблению (с опорой на мнение других людей) и связан с влиянием цены, причем парадоксально, когда с повышением цены увеличивается спрос на него и, наоборот, снижение цены снижает количество покупок.

Эмоциональность — свойства человека, характеризующие содержание, качество и динамику его эмоций и чувств. Эмоциональность является одной из основных (наряду с активностью) составляющих темперамента.

Эмпатия (от греч. — сопереживание) — постижение эмоционального состояния, проникновение в переживания другого человека. Эмпатическая способность индивидов возрастает, как правило, с ростом жизненного опыта.

Этнические установки — готовность личности воспринимать те или иные явления национальной жизни и межэтнических отношений и в соответствии с этим восприятием действовать определенным образом в конкретной ситуации. Этнические установки фокусируют во взгляды, мнения людей относительно истории и современной жизни их этнической общности и взаимосвязей с другими народами, людьми иных национальностей. В современных условиях усилия ученых направлены на выявление механизмов, способных гармонизировать межэтнические отношения, оптимизировать этнические установки.

Язык — система знаков, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности, передачи от поколения к поколению и хранения информации. Язык существует и реализуется через речь.

Яма — участок помещения биржи, пол которого находится на более низком уровне, чем пол всего зала. Это место, где разрешено заключать сделки членам биржи.

Предисловие	3
Введение	9
Глава 1. Введение в экономическую психологию, ее роль и место в обществе	21
1.1. Политическая и экономическая психология власти как особой формы социальных отношений и проблемы формирования политического и экономического сознания социума...	23
1.2. Национальная экономическая психология, экономическая безопасность государства и качество жизни населения.....	43
1.3. Эволюция экономико-психологических идей в истории развития человечества.....	61
1.4. Предмет, объект и методы экономической психологии как междисциплинарной области знания.....	81
Глава 2. Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности	99
2.1. Экономическое сознание и отношение людей к собственности как базовые понятия экономической психологии....	101
2.2. Экономико-психологические проблемы инновационных стратегий научно-технического развития и охраны интеллектуальной собственности.....	128
2.3. Экономико-психологические проблемы моделирования экономических процессов принятия решений.....	155
2.4. Экономико-психологические проблемы организации управления предприятием в рыночных условиях хозяйствования.....	188
Глава 3. Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда	211
3.1. Экономическая психология восприятия доходов и сбережений и особенности финансового поведения населения.....	213
3.2. Экономико-психологические факторы функционирования финансовых рынков и биржевое поведение на рынке ценных бумаг.....	243
3.3. Экономическая психология субъектов отношений на рынке труда и проблемы управления занятостью населения и предпринимательской деятельностью.....	281
3.4. Экономическая психология менеджмента с учетом революционных изменений в технологиях, организации и лидерстве. . .	334

Заключение. Методологические принципы экономической психологии и некоторые перспективы ее развития в России	361
Библиография.	376
Экономическая психология. Контрольные задания и вопросы к экзамену для студентов заочного отделения.....	394
Вопросы для контроля знаний по курсу «Экономическая психология».....	412
Библиографические источники для написания рефератов, курсовых и дипломных работ, выполнения контрольных заданий по курсу «Экономическая психология».....	415
Тематика и краткое содержание рефератов, курсовых и дипломных работ по экономической психологии для студентов очного отделения по специальностям: 02 04 00 — экономическая психология, 06 04 00 — финансы и кредит, 06 05 00 — бухгалтер, анализ и аудит, 06 11 00 — менеджмент организации.....	420
Основные термины и понятия (глоссарий).....	425