

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Магистерская программа «Психология в бизнесе»

Ассоциация бизнес-психологов (Великобритания)

Ассоциация бизнес-психологов (Россия)

## БИЗНЕС-ПСИХОЛОГИЯ – ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ

Международной  
научно-практической конференции  
30 ноября – 1 декабря 2018 г.,  
Москва, Россия



## Содержание

<b>Ifraz Adeel.</b> The inter-linkage of corporate governance between credit risk and bank spread: empirical evidence from banking sector of Pakistan	4
<b>Агжитова В.Т., Штроо В.А.</b> На чем базируется позитивное отношение сотрудников к организационным изменениям?	4
<b>Беркетова Е.С.</b> Прокрастинация: незначительное явление или опасный феномен 21 века?	6
<b>Бондарева О.Г.</b> Зачем строить личный бренд сотрудников в социальных сетях?	7
<b>Васильева И.И.</b> Демократия как распределенное лидерство: деятельностные основания, перспективы и ограничения	8
<b>Власов А.В., Богданенко Е.В.</b> Психогенетическое исследование предпринимателей сообщества «Национальной Технологической Инициативы»	10
<b>Грязева-Добшинская В.Г., Дмитриева Ю.А.</b> Прогноз успешности дифференцированного обучения менеджеров на основе моделирования ресурсов и барьеров инновационного лидерства	11
<b>Дементий Л.И.</b> Обратная связь как инструмент развития бизнеса и личности	12
<b>Зорина В.А.</b> Специфика личностных кризисов у предпринимателей малого бизнеса и среднего бизнеса	13
<b>Иванов Р.В.</b> Коучинг как технология разрешения конфликтов между сотрудниками организации	14
<b>Китова Д.А.</b> Представления молодежи о личностных характеристиках коррупционера	15
<b>Кларин М.В.</b> Вызовы для организаций, лидеров и их коучей	16
<b>Кривунец Е.А., Думич О.А.</b> Психологические барьеры, возникающие на начальном этапе создания собственного бизнеса	17
<b>Курусъ Т.О.</b> Воздействие на психику человека онлайн и офлайн рекламы	18
<b>Лыскова И.Е.</b> Социально-психологические аспекты менеджмента качества человеческих ресурсов современной организации	18
<b>Махмутова Е.Н.</b> Ценностно-психологические характеристики личности женщин-предпринимателей	19
<b>Махмутова Е.Н.</b> Роль интернальности в развитии коммуникативной компетентности магистрантов-менеджеров	20
<b>Парамузов А.В.</b> Профессиональная временная перспектива будущего как предиктор здоровья и мотивации работников	20
<b>Патоша О.И., Нюхалов Д.А.</b> Технология «Интернет-вещей»: мотивация и угрозы использования	21
<b>Письменюк Е.С.</b> Социально-ролевые и ценностно-смысловые факторы корпоративного обучения	23
<b>Пошехонова Ю. В.</b> Метакогнитивный подход к развитию малого и среднего бизнеса	24
<b>Серединская Н.В.</b> Психологические аспекты потребительского поведения в процессе совершения покупки с участием ребенка	26
<b>Ситников М.А.</b> Проблемы принятия групповых решений в контексте эмоционального интеллекта руководителей	27
<b>Сулагаева Э.А.</b> Современные технологии повышения личной эффективности и развития личностного потенциала собственников бизнеса	28
<b>Соколова Е.А., Широких Б.А.</b> Нейропсихологические исследования как основа создания маркетинговой стратегии	29
<b>Федорова А.А.</b> Взаимосвязь креативности и конфликтного поведения сотрудников российских организаций	30
<b>Храмцова Н.И., Плаксин С.А., Энс М.А., Белякова О.С.</b> Психологический портрет клиента клиники эстетической хирургии	31
<b>Чхутиашвили Л.В.</b> Психологические аспекты социальной ответственности бизнеса	32
<b>Штроо В.А., Савинова И.А.</b> Соотношение организационных и индивидуальных ценностей при найме талантливого сотрудника: соответствие или согласование?	33
<b>Юровская Н.В.</b> Телесные паттерны и невербальное восприятие во время переговоров и публичных выступлений	35

сти добровольно откликаться на проблемы своих работников, контрагентов, клиентов и общества в целом в соответствии со своими социальными и нравственными ценностями. Ответственность тесно связана с осознанием смысла своей жизни и выступает как совокупность моральных требований общества к предпринимателям.

Психологическими аспектами ответственного поведения предпринимателей являются нравственность, позволяющая сделать выбор между ответственным и безответственным поведением, и воля управлять деятельностью и интеллект.

Существуют исследования, устанавливающие тесную взаимосвязь нравственно-психологических составляющих экономического самоопределения. Однако психологические механизмы социально-ответственного поведения бизнеса недостаточно изучены на сегодняшний день. Чтобы расширить представления о природе и механизмах социальной ответственности бизнеса, необходимо выявить взаимосвязь социальной ответственности и индивидуально-типологических особенностей тех людей, которые принимают экономические решения.

## Соотношение организационных и индивидуальных ценностей при найме талантливой сотрудника: соответствие или согласование?

**Штроо Владимир Артурович**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва  
vstroh@hse.ru

**Савинова Ирина Анатольевна**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва  
isavinova@hse.ru

«Война за таланты» (*War for Talent*), объявленная в самом начале 21 века консультантами компании Мак-Кинси Эдвардом Майклзом, Хелен Хэндфилд-Джонс и Элизабет Аксельрод, обостряется в условиях расширяющейся социально-экономической глобализации и возрастания трудовой миграции (Michaels, Handfield-Jones, Axelrod, 2001). Стремление победить в конкурентной борьбе за высококвалифицированные кадры заставляет руководителей изменить подход к выстраиванию отношений с сотрудниками. При этом для достижения конкурентного преимущества компании стремятся наращивать свой нематериальный актив – человеческий потенциал, который представляют высококвалифицированные сотрудники (HQE) и сотрудники с высоким потенциалом (HiPo). Именно такие сотрудники сегодня видятся самым главным и ценным

активом в организациях, функционирующих в инновационных сферах, интернет-технологий, строительстве, химической промышленности, энергетике, менеджменте, маркетинге, ритейле и логистике. Попытки обращения к оценке эффективности подбора персонала, основываясь на анализе ценностей, посредством валидных и эффективных измерений, начались сравнительно недавно (Petrova, Dale, Fulford, 2016; Rankin, 2013). Этот подход опирается на идею о том, что ценности связаны с производительностью сотрудника в конкретной работе. Выявление индивидуальных ценностей как критерия при найме сотрудников нашло свое воплощение в практике подбора персонала, основанного на ценностях (*values-based recruitment, VBR*) в медицинских учреждениях Великобритании. Концепция ценностных предложений сотруднику

(*employee value proposition, EVP*) реализуется как ориентированный на сотрудников подход, который согласуется с существующими, интегрированными стратегиями планирования найма сотрудников. По своему наполнению ценностное предложение должно быть уникальным, актуальным и убедительным, если оно выступает в качестве ключевого фактора привлечения и удержания талантов.

Важным аспектом для формирования ценностного предложения является возможность его обсуждения, корректировки и согласования. В такой ситуации отправной точкой для согласования является определение степени соответствия личности и организации по целому ряду параметров, которые отражаются в концепции «*Person-Organization Fit, POF*», которое определяется как сходство между характеристиками людей и соответствующими характеристиками организаций (Мандрикова-Овчинникова, Сафиуллина, 2013; Chatman, 1989; Kristof, 1996). Концепция активно включается в практику управления персоналом на этапе подбора или этапе обучения с целью формирования приверженности сотрудников организации, где соответствие личности организации выполняет функцию социализации на основании ценностей, обеспечивая более легкое переживание адаптационного этапа сотрудником. В российской практике управления персоналом соответствие личности и организации преимущественно сводится к ценностному соответствию (Кабалина, Чеглакова, 2013; Кабалина, Решетникова, 2014, Решетникова, Предводителя, 2014) или конгруэнтности ценностей организации и личности (Кабалина, Пахомова, 2014).

Однако при всем многообразии теоретических концепций и практических реко-

мендаций «по умолчанию» принимается, что во всех этих ситуациях приоритет отдается ценностям организации, которым «должны соответствовать» ценности личности. Вместе с тем, обсудить ожидания высококвалифицированных (талантливых) сотрудников и достичь договоренности при найме можно при помощи двухсторонней коммуникации в рамках собеседования.

В контексте найма высококвалифицированных сотрудников решающим является момент инициации отношений, когда происходит собеседование соискателя с руководителем организации. Качество первой коммуникации и характеристики ее эмоционального наполнения формируют ориентировочное представление у соискателя о формате будущих отношений в организации и управленческом стиле руководителя. Руководители, вовлеченную в «войну за таланты» понимают важность первого собеседования, во время которого открывается возможность не только оценить кандидатуру соискателя, но и произвести благоприятное впечатление на потенциального высококвалифицированного сотрудника.

Следовательно, имеет право на существование гипотеза о том, что в процессе собеседования с талантливым соискателем акцент с диагностики «соответствия организационных и индивидуальных ценностей» переносится на согласование ценностей данной конкретной личности и «нашей организации». Другими словами, собеседование фактически превращается в переговоры, в ходе которых ценности личности могут занять доминирующее положение, а организация в лице ее руководителя будет вынуждена пойти на определенные уступки.