

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»

Научно-исследовательская лаборатория
социально-экономических проблем предпринимательства

II МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ:
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»

24–26 ноября 2009 г.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2009

II Международная научно-практическая конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития». 24–26 ноября 2009 г.: Материалы конференции. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 332 с.

II Международная научно-практическая конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития» посвящена продвижению экономической психологии в России и является традиционной для Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов. В опубликованных материалах рассматриваются актуальные проблемы российской экономической психологии.

В материалах конференции нашли отражение исследования, проведенные сотрудниками научно-исследовательской лаборатории социально-экономических проблем предпринимательства СПбГУЭФ в 2008–2009 гг. по темам: «Разработка концепции социально-экономической адаптации и конкурентоспособности молодежи в современных рыночных условиях»; «Исследование адаптационного потенциала молодежи в современных социально-экономических условиях»; «Разработка концептуальных основ экономико-психологических аспектов формирования толерантных мультикультурных отношений в мегаполисе».

Материалы могут быть использованы в учебной, научной и практической деятельности.

Мнение редакторов не всегда совпадает с мнением автора.

Под научной редакцией:

засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Е. Карлика
канд. экон. наук Э.Х. Локшиной

Конференция проведена при поддержке ЗАО «Инновационно-маркетинговый центр “Наука высшей школы – Санкт-Петербургу”»

ISBN 978-5-7310-2530-0

© Издательство СПбГУЭФ, 2009

Содержание

<i>И. А. Максимцев</i> ЕЩЕ РАЗ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ	11
<i>Д. Р. Айрапетян</i> САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ИГРА: ПАРАДОКС И УРОВЕНЬ ПРИТЯЗАНИЙ ЛИЧНОСТИ	16
<i>В. И. Александров (Натаров)</i> ОСНОВНАЯ ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА XXI ВЕКА: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРЫ – ОТ УПРАВЛЕНИЯ КАДРАМИ К РУКОВОДСТВУ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	19
<i>Е. В. Анкудинова, И. В. Цевелева</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН	24
<i>Ю. М. Антошкина</i> ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТА ТРУДОВОГО ПРОЦЕССА	29
<i>Е. В. Бабкина</i> О НЕКОТОРЫХ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ	33
<i>Г. Л. Бардиер</i> ТОЛЕРАНТНОСТЬ И КОНФЛИКТ: КОНЦЕПЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ, ПРАКТИКА	36
<i>Е. Н. Башук, А. В. Орлов</i> СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ЛОЯЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ К ОРГАНИЗАЦИИ	42
<i>Л. А. Белоусова</i> НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ С ПОЗИЦИИ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕКА	46
<i>А. К. Бондарев, Н. П. Константинова</i> КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНЫХ РЕШЕНИЙ	51

<i>Т. М. Узденов, Д. А. Китова</i> ОТНОШЕНИЕ СТАРШЕКЛАССНИКОВ К ИМУЩЕСТВЕННОМУ РАССЛОЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ	288
<i>Г. Р. Федотова</i> ИЕРАРХИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ НАДЕЖНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЖАРНЫХ	291
<i>Е. Б. Филинкова</i> ПРЕДПОЧТЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ВЫБОРЕ ВИДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	296
<i>Н. С. Фонталова</i> КАРМАННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕРТ ЛИЧНОСТИ	299
<i>К. С. Черемухина</i> МОТИВАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ-ЮРИСТОВ	303
<i>В. Е. Чигрова</i> ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ К ДЕНЬГАМ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ В ВОЗРАСТЕ 20–25 ЛЕТ	308
<i>Е. О. Шалашова</i> НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ПЕРСОНАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	312
<i>И. В. Шершень</i> К ПРОБЛЕМЕ АДАПТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МИГРАНТОВ К УСЛОВИЯМ ОБУЧЕНИЯ В РОССИИ	315
<i>В. А. Штроо, Е. С. Искандарова</i> СЛИЯНИЕ И ПОГЛОЩЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ	319
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	324

ЕЩЕ РАЗ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

На сегодняшний день в развитии науки все большее значение придается междисциплинарному подходу, в частности, в области общественных и гуманитарных знаний. Такой подход важен при рассмотрении экономических, социальных и межкультурных, политических, правовых и межэтнических отношений в современной России. И с этой точки зрения большой интерес представляет собой именно экономическая психология, т.к. в ней помимо экономики и психологии аккумулируются такие науки, как юриспруденция, политология, социология, философия, этнопсихология, социальная психология, эконометрика и др. А главным предметом ее изучения являются экономическое сознание и поведение.

По мнению В.П. Познякова, «одной из характерных особенностей современного состояния российской психологической науки является формирование и интенсивное развитие экономической психологии – нового научного направления» [1].

С нашей точки зрения, неправомерно говорить о формировании экономической психологии как нового научного направления, т.к. экономическая психология – это явление такое же, как и земное притяжение или инерция. Даже в первобытнообщинном строе, в котором был примитивный способ ведения хозяйствования, имел место психологический фактор распределения добычи, и это можно рассматривать как элемент экономической психологии.

Элементы экономической психологии можно легко обнаружить в науке и культуре древних миров, где они существуют в форме этнических норм хозяйственной деятельности, наибольшее внимание которым уделяли Аристотель, Конфуций, Каутильо.

Экономико-психологические принципы хозяйственной практики легли в основу хозяйственного права древних цивилизаций от Китая до Рима и получили свое развитие и в Средние века.

Вообще основными источниками анализа эволюции экономической психологии в древности и в Средние века служат нормативные документы хозяйственного права, а также литературные тексты и фольклор. Экономическая психология фактически существует, но она еще не оформлена и не осознана.

Проблема истории любой научной дисциплины всегда сложна и двойственна. С одной стороны, возникновение какой бы то ни было

В симулирующей игре применяется моделирование ситуации, но источником проблемы выступает не реальная этническая общность, а некая вымышленная культура (народ *bafa-bafa* у Ширлза).

Достоинством ролевых игр является то, что они провоцируют эмоциональное вовлечение в ситуацию и активное экспериментирование с обретенными навыками.

Атрибутивный тренинг акцентирует вопрос: каким образом представители разных народов и культур интерпретируют причины поведения и результаты деятельности, приходя в заключение к пониманию причин поведения друг друга?

Сказкотерапевтическая работа является относительно новым направлением в психологическом сопровождении адаптации образовательных мигрантов, но уже доказавшим свою эффективность, особенно при применении в полиэтнических студенческих группах. В рамках сказкотерапии предполагается анализ любимых участниками национальных сказок с акцентированием внимания на исследовании личности героев, мотивационной подоплеку, декларируемых ценностях. Особенность сказок заключается в том, что их сюжеты, в большинстве, интернациональны, похожи, преобладают гуманные моральные установки, превозносятся достойные личностные качества (доброта, справедливость, любовь и т.п.). Проводится ролевая игра по сказочным сюжетам. Как реализация одной из методик, возможно написание своей оригинальной сказочной истории группой в целом с распределением всех персонажей и проигрывание ее, последующий просмотр видеосъемки, обсуждение без критики.

В процессе адаптации образовательных мигрантов нередко актуализируется проблема превалирования коммерческих целей над образовательными, т.к. многие студенты-мигранты активно занимаются коммерцией в ущерб образовательному процессу. Целесообразно использование поведенческих тренингов командообразования, эксплуатирующих идею игротерапии для формирования сплоченной группы, а также анализа соответствия личности роли. Оценка мотивации студентов, психологического климата в группе, структуры коллектива и отношений внутри группы осуществляется посредством специальных игр (гигантский слалом, башня из бумаги, герб команды и т.п.) или проигрывания сюжетов наиболее известных и композиционно сложных авторских сказок («Огниво», «Дюймовочка», «Серая Шейка» и т.п.). Участникам тренинга предоставляются возможности творческого подхода к редакции сказочных событий, вживания в образы героев с целью осознания мотивов их поступков, коррекции поведения в проблемных ситуациях. Исход игр

не определен заранее, а целиком зависит от поворотов фантазии участников, а также их творческих и коммуникативных способностей.

Обыденный событийный поток, ситуации, происходящие в деловой повседневности, т.е. слагаемые сюжета жизни человека, зачастую соответствуют мотивам сказочных историй об искушениях, победах, взглядах на мир. Ценность сказок состоит также в особом стиле преподнесения информации — не директивном, а живом, образном, носящем философский оттенок. При анализе сказочных историй стимулируются ресурсы правого полушария головного мозга, что побуждает личность к творческому осмыслению проблемы и поиску нетривиальных путей ее решения с использованием опыта сказочного персонажа (в качестве примера сказок для философских размышлений о личностном росте можно привести «Шагреневую кожу» О. Бальзака, «Крошку Цахес по прозванию Циннобер» Э.Т.А. Гофмана и подобные авторские сказочные истории).

Очевидно, что, кроме групповых тренинговых занятий, необходимо осуществление индивидуальной работы со студентами-мигрантами для своевременного выявления и уточнения возникающих проблем бытового и психологического характера.

В. А. Штроо, Е. С. Искандарова **СЛИЯНИЕ И ПОГЛОЩЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ** **В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ**

В стремлении приспособиться к быстро меняющейся среде в условиях глобальной экономики бизнес-организации все чаще прибегают к слияниям и поглощениям. Это позволяет им использовать новые возможности для быстрого роста прибыли, выхода на новые рынки, диверсификации бизнеса, достижения эффекта синергии. Область слияний и поглощений в США и Европе в настоящее время продолжает расширяться. Последняя волна слияний, начавшаяся в 1990-е годы, характеризуется мегаслияниями, основное количество сделок реализуется на международном уровне. Российский рынок слияний и поглощений также активно растет. В 2007 г. итоговое количество сделок в несколько раз превысило показатели предыдущих лет. В 2008 г., несмотря на экономический кризис, число заключенных сделок, достигнув 1184, было всего на 150 меньше показателя 2007 г.

Вместе с тем большинство слияний и поглощений представляет собой разовые мероприятия, требующие от управляющих ими людей огромных усилий. Таким образом, интеграция рассматривается не как

управляемый процесс, а как нечто неизбежное и требующее лишь доведения до конца с целью обеспечения дальнейшей работы компании. Более того, если финансовым и юридическим аспектам слияний и поглощений уделяется хоть какое-то внимание, поскольку сама сделка без этого не может состояться, то вопросы внутренней среды организации, ее изменений, а также влияния интеграционного воздействия на персонал компании изучаются крайне слабо.

Слияния и поглощения как организационные изменения

Сегодня под «слиянием» подразумевается любое объединение хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется экономическая единица из двух или более ранее существовавших структур. И хотя структура объединения организаций в каждом случае очень отличается, как правило, равных объединений не бывает, т.е. всегда есть «компания-поглотитель» и поглощаемая компания. В связи с этим важно отличать термин «слияние» от термина «консолидация», означающего соединение предприятий, при котором происходит объединение двух или более компаний с целью создания совершенно новой компании с образованием нового юридического лица.

Выделяют горизонтальное, вертикальное и конгломеративное слияние. Горизонтальное слияние происходит, как правило, при объединении двух бывших конкурентов, оно приводит к увеличению рыночной силы. Вертикальное слияние является объединением компаний, находящихся в отношениях покупателя и продавца. Конгломеративное слияние имеет место тогда, когда объединяемые компании не являются ни конкурентами, ни покупателем-продавцом. Чаще всего — это объединение компаний разных отраслей промышленности, связанных технологическим процессом производства готового продукта. В зависимости от позиции, занимаемой менеджерами компаний, и их целей различают дружественные и враждебные слияния.

Одной из самых фундаментальных целей, преследуемых при слиянии, безусловно, является рост. Внутреннее развитие организации — довольно длительный и трудоемкий процесс, тогда как рост посредством слияния может быть гораздо более быстрым, хотя и несущим определенные риски. Другой важной целью слияния становится стремление достичь синергетического эффекта. Здесь синергия означает способность объединенной корпорации стать более прибыльной, чем суммарно объединяемые компании. Двумя главными типами синергии считаются операционная и финансовая. Другими целями, достигаемыми в слиянии, являются диверсификация как рост компании за пределы своей отрасли, горизонтальная и вертикальная интеграция.

Однако, несмотря на убедительную статистику рекордных сумм и количества сделок, совершенные в последние годы слияния ком-

паний далеко не всегда приводят к достижению поставленных стратегических целей, заявленных перед началом объединительного процесса. Только в четверти случаев поглощения оправдывали понесенные на них затраты, около половины топ-менеджеров поглощенной компании увольняются в течение года после сделки и до 75% — в течение трех лет. Синергетический эффект от объединений в 70% случаев не достигается (Rhodes).

Динамика организационной приверженности персонала в процессе слияния организаций

Слияния и поглощения представляют собой одну из самых сложных форм менеджмента инноваций, они происходят на основе различных стратегий и могут затрагивать разные организационные уровни. Однако, без сомнения, подобные изменения влекут за собой острейшие проблемы психологического характера. Среди социально-психологических аспектов деятельности организаций, подвергаемых существенным воздействиям в процессе интеграции компаний, можно выделить систему внутриорганизационных коммуникаций, человеческий капитал, корпоративную культуру, мотивацию и удержание ключевых сотрудников. Одним из центральных, на наш взгляд, факторов является приверженность персонала своей организации. Организационная приверженность является сложносоставным и неконстантным конструктом, поэтому в процессе взаимодействия сотрудника с организацией она подвергается всевозможным влияниям как со стороны внешней, так и внутренней среды. В процессе слияния компаний изменение или резкое падение уровня приверженности персонала может привести к снижению производительности труда, потере ценных сотрудников, что отразится на успешности проведенной сделки и создаст проблемы, связанные с восстановлением психологического климата в компании.

Именно поэтому наше эмпирическое исследование было сосредоточено на изучении динамики организационной приверженности персонала на протяжении трех основных фаз интеграционного процесса. Под организационной приверженностью, вслед за Дж. Мейером и Н. Аллен, мы понимаем психологическое состояние, характеризующее степень взаимосвязи сотрудника и организации и проявляющееся в его стремлении оставаться ее членом. В данной теоретической модели, объединяющей в себе поведенческий и аттитудинальный подходы к описанию организационной приверженности, выделяются ее структурные компоненты: аффективная, континуальная и нормативная приверженность.

Исследование было проведено на материале объединения в 2008-2009 гг. двух компаний телекоммуникационного сектора (торговые марки «Голден Телеком» и «Билайн»), в результате которого компания «ВымпелКом» приобрела 100% акций компании «Совинтел». Таким образом, одна из компаний выступала покупателем, вторая была компанией-целью, т.е. поглощаемой.

В течение шести месяцев было осуществлено три замера уровня организационной приверженности персонала на одной и той же выборке испытуемых ($n = 120$; по 60 сотрудников из каждой компании). В качестве инструментария для сбора эмпирических данных были использованы адаптированная к русскоязычной популяции методика Дж. Мейера и Н. Аллен «Шкала организационной приверженности» и полуструктурированное интервью с руководящим звеном трех дирекций в каждой компании. Замеры проводились на каждом этапе интеграционного процесса. Первый этап характеризует положение дел до начала слияния организаций — достигнуто соглашение о поглощении, осуществлена сделка по приобретению одной компанией 100% акций, принадлежащих другой компании, однако реальных структурных и управленческих изменений пока не происходит. На втором этапе происходит реальное объединение департаментов, меняются иерархия и структура соподчинения, в некоторых департаментах изменяются функции и зоны ответственности сотрудников. Третий этап знаменует собой постреорганизационную стадию. Объединение фактически произошло, реструктуризация и интеграция департаментов завершена, установлены новые или преобразованные зоны ответственности и функции сотрудников, которые теперь все вместе работают «от имени» единой компании «ВымпелКом».

Полученные результаты позволяют «нарисовать» следующую картину происходящего с организационной приверженностью персонала на различных этапах интеграционного процесса. На первом этапе сотрудники обеих организаций демонстрируют довольно высокий уровень своей приверженности (среднее по всей выборке значение интегрированного показателя равно 4,44 для 7-балльной шкалы). Это свидетельствует о преданности своей организации, гордости за нее, принятии ее целей и ценностей, о готовности продолжать работать в компании и прилагать дополнительные усилия на ее благо. Любопытным фактом явилось то, что средние значения показателя приверженности различались между компаниями, а именно: приверженность персонала «Совинтел» (поглощаемая компания) оказалась на этом этапе выше (4,57), чем у сотрудников «ВымпелКо-

ма» (компания-покупатель) (4,25). На втором этапе объединения отмечается существенное снижение уровня организационной приверженности персонала (среднее по всей выборке значение интегрированного показателя равно 3,96). На третьем, завершающем, этапе отмечается возрастание общего уровня приверженности, значение которого (4,15), однако, не достигает прежнего. Различия средних значений уровня организационной приверженности на различных этапах слияния-поглощения в целом по выборке, по каждой организации, а также по каждому компоненту приверженности оказались статистически значимыми, что подтверждает неслучайный характер нарушенной динамики. Из трех компонентов организационной приверженности, выделяемых в модели Мейера — Аллен, наибольшая амплитуда колебаний от первого этапа к третьему была отмечена, как и ожидалось, у аффективной приверженности (4,84 → 4,19 → 4,50), предикторами для которой являются ощущения работником поддержки и заботы о нем со стороны компании.

Однако, как показали расчеты, различия между двумя организациями в динамике общего уровня приверженности в целом и ее компонентов в частности оказались статистически незначимыми. Дело в том, что покупка 100% акций, по сути, отражает процедуру поглощения одной компанией другой. В реальном процессе все оказалось не столь однозначным. Анализ данных, полученных в ходе интервью, позволил обнаружить, что в реальном процессе интеграции не всегда прослеживалось противопоставление компании доминирующей и компании поглощаемой. Например, в ходе структурно-функционального объединения Дирекций по международным продажам, а также Дирекций по исследованиям и бизнес-анализу фактически происходило присоединение команд компании «ВымпелКом» к более мощным и опытным командам «Совинтел». Объединение же двух финансовых департаментов, сопровождаемое ликвидацией дублирующих структур, перемещением работников на менее привлекательные для них позиции, снижением размера компенсационного пакета и т.п. происходило наиболее трудно. Более того, за период интеграции произошел существенный отток сотрудников из обеих компаний, в ряде подразделений — до 50%.

Таким образом, проведенное нами исследование позволило установить некоторые организационно-психологические закономерности в процессе слияния компаний, выраженные в динамике уровня организационной приверженности персонала. Это дает необходимую основу для разработки специальных программ психологического сопровождения персонала в ходе слияния и поглощения компаний.