

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

www.orgpsyjournal.hse.ru

От становления к развитию: по итогам IV международной конференции «Бизнес-психология: теория и практика»

ИВАНОВА Наталья Львовна ШТРОО Владимир Артурович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Аннотация. В статье излагаются основные итоги Четвертой Международной научно-практической конференции «Бизнес-психология: теория и практика» (НИУ ВШЭ, Москва, Россия), которая проходила с 16 по 19 ноября 2017 года. Конференция была подготовлена и проведена силами преподавателей магистерской программы департамента психологии НИУ ВШЭ «Психология в бизнесе». Она явилась важной вехой в развитии психологии бизнеса (business psychology) — нового направления прикладной психологии, которое приобретает все больше сторонников среди ученых и практиков на протяжении последних 20 лет. Представленные доклады и их обсуждение показали, что в научно-исследовательской деятельности, реализуемой в предметном поле психологии бизнеса, обозначились области исследований, которые можно отнести к разряду традиционных, а также наметились новые тенденции развития этой дисциплины. Всё это позитивно влияет на укрепление связей психологической науки и практики бизнеса и, как следствие, способствует разработке новых психологически фундированных подходов в управленческом и организационном консультировании, управлении персоналом, маркетинге, рекламе.

Ключевые слова: конференция, бизнес-психология, психология бизнеса, традиции и тенденции развития психологии бизнеса.

Международные научно-практические конференции по психологии бизнеса уже стали визитной карточкой магистерской программы «Психология в бизнесе» департамента психологии НИУ ВШЭ. Они проводятся ежегодно с 2013 года. Основная цель проведения этих конференций направлена на обеспечение становления психологии бизнеса в нашей стране и её развития путём создания дискуссионной и образовательной площадки для реализации сотрудничества бизнес-психологов мирового уровня. Кроме того, конференции призваны способствовать профессиональной рефлексии, направленной на идентификацию современного состояния, а также на обнаружение новых тенденций развития бизнес-психологии в общемировом контексте. Они позволяют участникам за короткий срок обменяться своими научными достижениями и результатами их практического применения в сфере предпринимательства и бизнеса. Все это каждый год привлекает большое количество ученых и практиков из разных регионов нашей страны.

В работе конференции 2017 года приняли участие психологи, менеджеры, предприниматели, преподаватели вузов и студенты — все те, кто изучает бизнес с психологической точки зрения, кто работает в бизнесе в роли практиков — руководителей, консультантов, тренеров и

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20. **E-mail:** sinec@inbox.ru

т.п. Среди выступавших были из Москвы, Санкт-Петербурга, Ярославля, Самары, Красноярска, Костромы. Благодаря международным связям магистерской программы «Психология в бизнесе» гостями конференции стали управленческие консультанты и бизнес-психологи из Великобритании, Ирана, Канады, Франции, Украины.

Особенностью конференции этого года явилось обращение к фундаментальным психологическим категориям — деятельность, способности, мотивация, когнитивные процессы и т.д. Наряду с этим в фокусе внимания оказались и прикладные научные исследования, которые способствуют развитию бизнес-психологической теории и практики в современных социально-экономических условиях. Кроме того, более чётко была обозначена специфика психологии бизнеса, роль бизнес-психологической практики в повышении эффективности бизнеса, развития общества в целом.

Исторический контекст конференции, связанный с развитием психологии бизнеса

Психология бизнеса относится к новым направлениям прикладной психологии. Подчеркнем, что психология бизнеса (business psychology) как маркер профессиональной идентичности психологов появилась в Великобритании в конце XX века, затем она распространилась во многих странах мира (Иванова, 2015). Именно в Великобритании сложились основные подходы к пониманию целей и задач психологии бизнеса, а также функциональных задач бизнес-психологов, появление которых явилось реакцией на новые требования к подготовке психологов, запросы крупных компаний и организаций среднего и малого бизнеса. На начальных этапах своего становления психология бизнеса столкнулась с проблемами самоопределения относительно других прикладных направлений, прежде всего, организационной и экономической психологии. Активность бизнес-психологов в решении практических задач привела к тому, что во многих странах эти специалисты становятся всё более востребованными, благодаря их профессиональным компетенциям.

В России, как и других странах, бизнес-психология развивалась, оперативно откликаясь на запросы практики. В разные годы актуальными становились психологические проблемы подбора и подготовки кадров в промышленности, государственном управлении, военном деле, космической сфере, для системы вузовского и последипломного образования. В 1990-х гг. в России появился новый социальный и профессиональный ресурс развития психологии — бизнес (предпринимательство), который в современных условиях играет важнейшую роль практически во всех сферах жизнедеятельности человека и общества. По мере своего становления российский бизнес претерпел значительные изменения, превратился в важный социальный институт, в котором растет осознание значимости гуманистических принципов и ценностей как основы успеха. Это повлияло на повышение у руководителей бизнес-организаций интереса к психологическим исследованиям, использованию гуманистических технологий в бизнесе, новым психологическим инструментам, способствующим повышению эффективности бизнес-организаций.

Все это послужило становлению в нашей стране новой современной отрасли прикладной психологии — психологии бизнеса, — которая возникла на стыке организационной, социальной, экономической психологии, психологии труда и психологии личности, а также экономики, социологии и менеджмента под влиянием процессов социального и экономического развития общества (Иванова, Михайлова, Штроо, 2008). В последние годы у нас в

стране появились работы, отражающие логику формирования этого нового направления: «Психология бизнеса» (Емельянов, Поварницына, 1998), «Экономическая психология» (Дейнека, 2000; Журавлев, Купрейченко, 2004), «Бизнес-психология» (Бардиер, 2002), «Бизнес — это психология» (Мелия, 2006), «Экономика и психология бизнеса» (Самоукин, Самоукина, 2001). В зарубежной литературе наиболее известным является учебное пособие Е. Маккены «Бизнес-психология и организационное поведение», которое выдержало несколько изданий (МсКеnna, 2000).

На факультете психологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), психология бизнеса развивается с 2004 года, благодаря открытию на базе кафедры организационной психологии магистерской программы «Психология в бизнесе». Благодаря инициативе и организаторскому потенциалу преподавателей магистерской программы «Психология бизнеса» НИУ ВШЭ в России проводятся конференции, семинары, зимние и летние школы по данному направлению, а в 2014 году была создана Ассоциации бизнес-психологов (АБП). Оригинальный подход к психологии бизнеса, развиваемый на программе, нашел отражение в учебниках и монографиях, опубликованных учёными НИУ ВШЭ: «Введение в психологию бизнеса» (Иванова, Михайлова, Штроо, 2008), «Психология бизнеса: теория и практика» (Иванова, Штроо, Антонова, 2014, 2017), «Бизнес-психология в международной перспективе» (Иванова, 2017).

В рамках этого подхода бизнес рассматривается как сложно организованная система, направленная на создание продуктов и услуг, обладающих свойствами, востребованными обществом или отдельными группами людей (Иванова, Михайлова, Штроо, 2008). Психологическое изучение бизнеса базируется на междисциплинарном фундаменте предметных областей психологии труда, социальной и организационной психологии, психологии личности, но она открыта также и для других направлений в психологии и гуманитарных дисциплин.

Все это определяет концептуальный характер конференции, что дает возможность уделить внимание различным аспектам бизнеса как среды социального и профессионального развития личности, принципам проектирования и технологиям реализации психологического сопровождения функционирования бизнес-организаций, конкретным технологиям работы с личностью и группой и т.д.

Бизнес-психологическое содержание конференции

Традиционно программа конференции включает в себя научную и практическую части. Научная составляющая Программы конференции 2017 года включала в себя доклады приглашенных спикеров — известных специалистов, чьи работы содержательно обогащают бизнеспсихологию, придают ей новые импульсы развития, а также доклады о результатах научноисследовательской деятельности участников конференции. Практическая часть включала мастер-классы известных практиков, бизнес-психологов, которые работают с отечественным и зарубежным бизнесом.

Открыла конференцию председатель оргкомитета конференции, академический руководитель магистерской программы «Психология в бизнесе» НИУ ВШЭ, соучредитель Ассоциации бизнес психологов России профессор *Наталья Львовна Иванова*. Она рассказала об истории создания бизнес-психологии в России, направлениях исследовательской деятельности и воплощении результатов исследований на практике, о значении и проблемах профессиональной подготовки психологов, способных решать задачи повышения эффективности организаций и бизнеса в целом. Н. Л. Иванова подчеркнула, что в современных неста-

бильных социально-экономических условиях психологам важно владеть знаниями и технологиями выявления психологически обусловленных проблемных точек развития бизнеса. Кроме того, им необходимо уметь на основе системных знаний и выстраивания психологически-грамотных коммуникаций с бизнесменами создавать благоприятные условия управления компаниями, повышения эффективности их деятельности. Поэтому в НИУ ВШЭ предъявляются высокие требования к подготовке бизнес-психологов, формировании их профессиональной идентичности, прояснения целей и задач их деятельности и т.д. Согласно развиваемому в НИУ ВШЭ подходу, бизнес-психологи рассматриваются как специалисты, которые, зная психологию, могут помочь бизнесменам быть способными к эффективным коммуникациям с разными людьми, к управлению организациями с учетом человеческого фактора, к работе над собой, личностному развитию для повышения конкурентоспособности и сохранению психического благополучия.

С приветственным словом участникам выступила *Ольга Игоревна Ходзинская*, Вицепрезидент Ассоциации бизнес-психологов России, член Ассоциации бизнес-психологии Великобритании (АВР), бизнес-психолог, консультант, коуч, которая подчеркнула важность развития профессионального сообщества бизнес-психологов, создания творческой и продуктивной среды профессионального становления этих специалистов. Она рассказала о современном состоянии и развитии АБП, тех преимуществах, которые дает членство в этой организации практикам.

В докладах спикеров был представлен широкий спектр предметных областей: деятельность и личность бизнесмена (структура бизнес-деятельности, психология успеха в бизнесе, психологические аспекты принятия решений, профессиональное самоопределение и развитие и т.д.); организация как инструмент бизнеса (психология управления персоналом, организационная культура, развитие, коммуникации, обучение в организации и т.д.); рынок и культура как факторы развития бизнеса (потребительское поведение, психология межкультурного взаимодействия и т.д.).

Первый доклад *Тахира Юсуповича Базарова*, доктора психологических наук, профессора МГУ им. М. В. Ломоносова, президента Ассоциации бизнес-психологов России, научного руководителя Института практической психологии НИУ ВШЭ, был посвящён очень злободневной теме преодоления экономического кризиса и был озаглавлен так: «Ответы бизнеспсихологии на вызовы перманентного кризиса». Можно сказать, что Т. Ю. Базаров придал особый тон всей конференции, озадачив участников вопросами: «Будущее — это то, что надо построить или к чему надо приспособиться?», «Если будущее уже наступило, что с ним делать организациям, руководителям, профессионалам, специалиста по управлению персоналом?». Он привёл данные эмпирических исследований, которые помогают психологам понять, как люди воспринимают будущее, к чему они готовятся. Оказалось, что большинство опрошенных считают, что они создают будущее, готовы к вызовам кризиса, при этом они видят тенденции развития организаций, пытаются включаться в работу с ними на новых условиях и с применением новых технологий. В то же время возникает много новых факторов, которые влияют на образ жизни и мысли людей, таких как перманентность кризиса, усложнение решаемых человеком задач, скоростные перегрузки и т.д. Поэтому главными направлениями подготовки в кризисному будущему автор выделил: субъектность и транспозиционность, осознанность, сотрудничество и ключевую парадигму.

В докладе «Социально-психологическая детерминация отношения к технологическим инновациям и новые вызовы для бизнеса», который сделал Тимофей Александрович Нестик, исполнительный директор Ассоциации бизнес-психологов России, доктор психологических наук, заведующий лабораторией социальной и экономической психологии Института

психологии РАН, обсуждалась проблема новых вызовов, стоящих перед бизнес-психологами. Опираясь на данные масштабного эмпирического исследования, автор показал, что прогнозирование технологического развития представляется человеку легче, чем будущих отношений между людьми. В то же время в проблеме оценки технологического развития тоже возникает много вопросов, имеющих непосредственное отношение к бизнес-психологическим практикам, связанными с психологическим сопровождением создания и использования новых технологий. Автор показал, что особенности отношения людей к технологиям могут варьироваться от технооптимизма и технофилии до технопессимизма и технофобии. При этом возникновение любого отношения невозможно объяснить только личностными характеристиками, требуется учёт более широкого спектра факторов. Технологии участвуют в подтверждении групповой идентичности, что делает их релевантными для межгруппового взаимодействия и подстёгивает формирование технофобий. Наряду с индивидуальными факторами на формирование технофобий оказывают влияние межличностные факторы (столкновение интересов различных социальных групп в связи с появлением новых технологий, групповые стереотипы — представления о типичных пользователях данной технологии и т.д.). Ключевым фактором принятия новых технологий и в конечном итоге технооптимизма является вовлечённость личности в коммуникацию с другими пользователями, в ходе которой разрешаются проблемы, происходит обмен опытом, конструируются социальные нормы использования технологий.

Доклад, посвящённый способностям и одарённости — фундаментальной проблеме современной мировой психологии — представил Владимир Дмитриевич Шадриков, доктор психологических наук, профессор, академик РАО, научный руководитель департамента психологии НИУ ВШЭ. Он представил свое видение эволюции взглядов в психологии на природу способностей, признаки, функции этого психологического явления и собственный подход, в котором способности выступают атрибутом функциональных систем, реализующих определённую психическую функцию. В докладе В. Д. Шадриков показал своё понимание и проблемы одарённости. Развивая подходы Б. М. Теплова и С. Л. Рубинштейна, он создал модель одарённости как комплекса определённых способностей, в которых проявляется качественно-своеобразное сочетание трёх измерений: природного, субъективно-деятельностного и личностного. Данный подход позволяет представить деятельность с позиции реализующей её системы способностей. Деятельность предстает как постоянно меняющаяся по составу и мере взаимодействия структуру способностей, каждая из которых имеет своё оперативное проявление. Этот подход очень продуктивен для проведения исследований и практики бизнес-психологов, в частности, в связи с развитием технологий обучения, консультирования, коучинга.

Ольга Сергеевна Дейнека, профессор Санкт-Петербургского университета, доктор психологических наук, исполняющая обязанности заведующего кафедрой политической психологии, представила доклад на тему «Психологические факторы экономико-управленческих решений в условиях модернизации». О. С. Дейнека, которая стояла у истоков экономической психологии в нашей стране, призывает бизнес-психологов к применению не только психологического, но и экономического уровня анализа для понимания принимаемых человеком решений. Для психологии бизнеса большое значение имеют системный и уровневый подходы, которые хорошо зарекомендовали себя как в теории, так и на практике экономической психологии. Системный подход позволяет четко развести понятия «экономика» и «бизнес» с учетом их специфики, а также объяснить возможные причины антагонизма между ними.

Она показала, что экономическая модернизация касается широкого спектра явлений, в частности, методов управления экономикой, развитием менеджмента и технологий, ростом рациональной бюрократии. При этом частные инновации и модернизация усиливают чувство неопределённости и состояние психического напряжения, что способствует тенденции иррациональности выбора и упрощения решений. Важнейшими условиями стратегической концептуализации принятия решений менеджерами выступают осведомлённость, обучение и тренировка. На примере интересных экономических задач О. С. Дейнека показала, как работает временной фактор неопределённости управленческих решений и выделила ряд закономерностей, связанных с нормой временных предпочтений.

Интересным для психологов, работающих с проблемой оптимизации процесса принятия решений, было познакомиться с выделенными в докладе особенностями принятия решений и поведения в условиях неопределённости. Это, например, фиксация на первоначальном решении, ошибки восприятия, предвзятое мнение, иррациональное соперничество, стиль управления «произвести впечатление», нерациональное развертывание действий. Практически полезной оказалась и представленная в докладе модель корпоративной психологии, построенная на основе параметров: энергия (эмоциональная связь), информация (выгодность отношений), время (перспективность и долговременность отношений), а также пространство (открытость, прозрачность, транспарентность).

Доклад «Нейро-предсказание как метод оптимизации решений в области бизнес-практики», который сделал Василий Андреевич Ключарёв, кандидат биологических наук, профессор, директор Института когнитивных нейронаук НИУ ВШЭ, также был посвящён проблеме принятия решений. В. А. Ключарёв является вдохновителем развития в нашей стране нейроэкономики — новой науки о том, как наш мозг принимает решения. Исследования в этой области позволяют понять, как наш мозг делает выбор, причём, иногда это происходит осознанно, но мы также можем и не отдавать себе отчёта в том, что происходит. Особенно это важно для понимания основных факторов принимаемых решений, таких как полезность, то есть способность товара удовлетворять какую-то потребность человека, или, в теории принятия решений, мера того или иного решения или действия. С точки зрения нейроэкономики, субъективные ценности выступают как среднее значение активности нейронов в специализированных областях мозга, кодирующих наши предпочтения.

Участники конференции узнали много нового о современных технологиях изучения мозговой активности в процессе принятия решений, проведённых в этой области экспериментов и полученных результатах. В докладе с опорой на работы Б. Кнутсона, А. Дамацио и других учёных мирового уровня, было показано, что мозг и ценности связаны, и то, как в мозге кодируются ценности принятия решений. Более того, оказалось, что влияние социальных факторов на предпочтения в процессе принятия решений человеком также связано с кодированием в мозге определённых сигналов. Существуют области мозга, которые кодируют ожидаемую ценность решения, при этом активность пропорциональна вознаграждению, которое ожидает получить человек. Это наблюдение связало нейробиологию с экономическими теориями принятие решений, которые строятся на анализе субъективных ценностях или полезности.

Кроме этого, в докладе были представлены данные о роли различных областей мозга в принятии решений. Например, орбитофронтальная кора интегрирует информацию за и против решения, лобные области коры ответственны за самоконтроль. Интересно было узнать, что области мозга, отвечающие за самоконтроль человека, особенно активны у людей, которые устойчиво находятся на диете, могут противостоять соблазну. Для психологии эта информация важна при построении прогнозов поведения человека в ситуации выбора, опре-

делении опций с наибольшей субъективной ценностью, и во многих других направлениях практики работы с людьми и оргнизациями.

Большой интерес участников вызвал доклад *Стивена Армстронга* (Stephen Armstrong), профессора Университета Торонто (Канада) и научного консультанта магистерской программы Психология в бизнесе» НИУ ВШЭ, посвящённый теме «*Content Knowledge Versus Process Knowledge in Managing Change*». В своём докладе С. Армтронг показал, что современные подходы к управлению инновациями формируются в междисциплинарном поле. Бизнеспсихология становится новым ресурсом для обогащения практики консалтинга идеями и подходами для реализации инноваций в производственных компаниях. На примере своего профессионального пути он показал, какие преимущества для проведения изменений может иметь междисциплинарный подход к системе управления знаний. Особенно это важно для оптимизации принятия решений и построения эффективной системы коммуникаций по передаче знаний.

Кроме того, С. Армстронг затронул проблему подготовки специалистов для успешного проведения изменений в организации. Опираясь на собственный опыт, он раскрыл секреты успеха в управленческом консультировании, рассказал о пути своего профессионального становления от инженера до консультанта, ученого и общественного деятеля. Как управленческий консультант он работал в крупнейших консалтинговых компаниях мира, таких как *КРМG*. Его клиентами были представители крупного бизнеса, прежде всего военно-промышленного, связанного с производством самолетов (*Boeing, Bombardier, British Aerospace* и др.). Он показал, как формируется личность консультанта через новые задачи, которые ставит перед собой консультант по мере личностного и профессионального развития, включаются в практику новые методы и в конечном итоге, формируется собственный консалтинговый подход. Это очень особенно важно для тех студентов, которые собираются после окончания программы работать в сфере кадрового консалтинга, поскольку профессиональное развитие специалистов в этой сфере также требует личностной зрелости и широкого кругозора.

Тема «Управленческие инновации» была представлена в докладе Елены де Превиль, кандидата наук, научного сотрудника департамента организационных изменений Бизнес школы ESSEC,(Сержи, Франция), ассоциированного научного сотрудника Иинститута психологии РАН (Москва). Она представила материал, разработанный совместно с Давидом Отиссье HDR, директором Департамента организационных изменений Бизнес-школы ESSEC (Сержи, Франция) и преподавателя Школы Менеджмента IAE Gustave Eiffel Университета Paris-Est Créteil (Кретей, Франция). В докладе показано, что необходимость управленческих инноваций вызвана тем, что многие методы менеджмента, основанные на организационных и поведенческих моделях, унаследованных из прошлого, не являются полностью адекватными в современных условиях глобализации, усиливающейся конкуренции и быстро меняющихся потребностей клиентов.

Опираясь на опыт обучающих сетей в Национальном обществе французских железных дорог (SNCF), она рассматривает обучающие сети в качестве инновационного метода менеджмента. Этот метод, соответствующий целям повышения производительности, способствует проявлению инициатив и созданию инноваций, повышает организационную вовлечённость, удовлетворённость и качество жизни на работе. Использование обучающих сетей создает условия для обмена опытом и коллективного обучения в процессе деятельности, а также развитию духа предпринимательства в ходе работы над совместными проектами. Основным из результатов использования обучающих сетей является выработка решений и их внедрение в производство. Их функционирование базируется на доверии и взаимопони-

мании между участниками, что способствует кооперации и характеризуется особой моделью отношений.

Приглашённый преподаватель магистерской программы «Психология в бизнесе» Михаил Аркадьевич Иванов, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник факультета психологии МГУ, сертифицированный консультант по управлению, вице-президент НИСКУ посвятил свой доклад теме: «Управленческое консультирование: современные подходы и методы». Поскольку бизнес-психологи могут работать не только в поле индивидуального психологического консультирования, но и управленческого консалтинга, взгляд одного из наиболее известных консультантов нашей страны на тенденции развития этой отрасли представлял большой интерес для слушателей.

Докладчик рассказал, какие модные тенденции проявляются в отношении организаций и к чему они могут привести. Приведя пример из книги М. Р. Семлера о компании Semco, он продемонстрировал, что становится модным искать такие модели организаций, которые пытаются строить свою работу без должностей, дресс-кода, бизнес-планов, графиков и режима работы, что необходимо учитывать консультанту. Кроме того, тенденции консалтинге проявляются в том, что бизнес становится международным и консультант идёт за клиентами в различных странах; проявляется больший запрос из малого бизнеса; скорость становится важнейшим фактором консалтинга, поскольку всё быстро устаревает, необходимо успевать за клиентом; возрастают требования к сотрудникам и клиентам. В заключение М. А. Иванов выделил те особенности управления, которые будут важны в связи с выделенными тенденциями. Это субъектность, осознанность, компетентность во влиянии (согласовывать, а не приказывать), новое понимание стратегичности, командообразование, этическое управление. И главное, что подчеркнул докладчик, — это значение для управления диалогичности, которая останется, несмотря на то, что многое в компании может устареть и стать автоматизированным.

Совместный доклад Петра Константиновича Власова, доктора психологических наук, руководитель исследовательских и издательских проектов в ИПП «Гуманитарный центр», члена международных профессиональных ассоциаций IAAP, EAWOP и *Анны Аркадьевны* Киселёвой, кандидата филологических наук, заместителя директора ИПП «Гуманитарный центр» (Харьков) был посвящён теме «Реконструкция образа предпринимателя: дискурс и ценности». По мнению докладчиков, образ предпринимателя — это значимый элемент общественного сознания, который стимулирует динамику современного общества, как по активности, так и по морфологии. Социальное значение «предпринимателя» стимулирует специфические интенции в обществе, которые создают дискурс предпринимательства и стимулируют предпринимательство определённого типа и стиля. Образ «предпринимателя» был изучен с помощью специально разработанного метода реконструкции смысла, основанного на иерархической модели описания Г. В. Суходольского, методов структурной семантики и интенционального анализа высказываний. В результате анализа обнаружилось, что 73% суждений не связаны с компанией и с её реальной деятельностью на рынке. Кроме того, 25% суждений — позитивны, 60% — негативны, 9% — нейтральны, 6% — формальны. Основной итог: образ предпринимателя нереален и стереотипен.

Можно говорить о существовании положительного и отрицательного образов предпринимателей. Положительный образ — рачительный и рациональный хозяин, который умеет правильно распорядиться финансами, делает вклады в базовые отрасли промышленности, производство и добычу. Работает с размахом и мощью. Его деятельность направлена на пользу государству, в смысле круга, общности людей. Действует открыто, честно, доступно; во взаимодействие с ним могут вступать все. Именно поэтому его бизнес надёжен и долгове-

чен. Отрицательный образ — занимается непрестижным и простым делом типа перепродажи (коммерческая деятельность), перемывания денег (финансовая деятельность). Поскольку деятельность проста и нерациональна, поэтому у неё нет размаха, и если есть успех, то только за счёт обмана, жульничества, шарлатанства, обдуривания остальных. Такая компания не может присоединять окружающих. Поэтому она не доступна, замкнута и обособлена, не включена в то, что происходит, не является частью общности, чужеродна. Поскольку проста, без размаха, на себя у неё ограничен финансовый ресурс, т.е. она ненадёжна, недолговечна, временна, и всё равно разорится. Такая компания не может ничего сделать для окружающих. Если делает, то в целях саморекламы, чтобы лучше обмануть и скрыть свои интересы.

Ключевое понятие «хозяин» в образе предпринимателя говорит о том, что группа чувствует себя в безопасности, когда кто-то о ней заботится и опекает (потребность в защите и опеке). Предприниматели реализуют для общества социальную (не функциональную) роль. Их ценность для общества — безопасность и забота о группе; от предпринимателя ожидают защиту, а не инновации, развитие, творчество и изменение. Следует отметить, что социальная ориентация компании важнее, чем его объективно деятельностные характеристики, и показатель её успешности вообще. Социальная ориентация — это проявление этнической философии и социальных ожиданий. Всё это существенно влияет на тип и стиль предпринимательства отношений, и способ экономического поведения. С одной стороны, задает социальные требования к бизнесу, а с другой искажает суть предпринимательского замысла, преобразуя предпринимательскую активность в «бегство от бедности», «борьбу за актуальность», «претензии на неординарность», «коллекционирование раритетов», «бизнес как социальный проект».

В этом году гостем конференции была **Фатима Бахериан** (Fatemeh Bagherian), профессор, руководитель Центра социально-психологических исследований Департамента психологии Университета имени Шахида Бехешти (Тегеран). Она представила доклад на тему: «Современные социально-психологические исследования в Иране: новые тенденции в фокусе бизнеса». Надо отметить, что впервые на нашей конференции участники получили возможность пообщаться с коллегой из этой страны. Оказывается, что в университете Шахида Бехешти создана научно-практическая группа исследователей, которые занимаются социально-психологическими и организационными исследованиями. Бизнес-психологам было интересно познакомиться с данными об особенностях поведения мужчин и женщин в государственных и частных организациях Ирана, проявлениями и причинами нечестного поведения, например, списывания. В своем выступлении Ф. Бахериан выразила надежду на то, что благодаря контактам с НИУ ВШЭ в университете Шахида Бехешти работа исследовательской группы будет более эффективной.

Среди секционных выступлений были представлены все основные направления научных исследований современной психологии бизнеса: методология психологии бизнеса, особенности деятельности и личность бизнесмена, организация как инструмент бизнеса, проблемы рынка и культуры как факторов развития бизнеса. Модератором сессий стали преподаватели магистерской программы профессор В. А. Штроо, доценты О. И. Патоша и Н. В. Антонова.

Бизнес-психологические мастер-классы

Мастер-классы были посвящены технологиям работы с личностью и организацией, применяемых бизнес-психологами на практике.

Кристофер Бентон (Cristopher Benton), наш коллега из Лондона, который ведёт занятия на программе Business Psychology в Университет Вестминстера, бизнес психолог, бизнес и

организационный консультант, познакомил участников с интересным методом диагностики личности *Lumina Spark*. Эта методика широко применяется в практике бизнес-психологов не только Великобритании и многих других стран. Методика позволяет быстро и в то же время достаточно глубоко проникнуть в особенности личности человека. Востребованность этой методики в бизнесе подкрепляется ещё и тем, что позволяет получить информацию о восьми аспектах личности, важных для профессионального развития и построения эффективных коммуникаций, достижения успеха. Кроме того, процедура проведения методики позволяет получить групповую картину, что важно для понимания людей, с которыми человек работает. Мастер-класс прошёл очень интересно и непринуждённо.

Тимофей Александрович Нестик, исполнительный директор Ассоциации бизнес-психологов России, доктор психологических наук, заведующий лабораторией социальной и экономической психологии ИП РАН, провёл мастер-класс, посвящённый разработке сценариев стратегических сессий. Участники конференции получили возможность включиться в разработку сессии вместе с одним из лучших специалистов по использованию этого метода для развития организаций. За несколько часов, которые продолжалась сессия, были представлены десятки приёмов, которые можно использовать для проведения стратегических сессий в самых разных организациях. Кроме того, Т. А. Нестик показал блестящий пример работы бизнес-психолога с большой группой людей. В лёгкой, свободной манере он организовал внимание всех участников, включил их в активный процесс знакомства с методами вовлечения людей в работу над анализом состояния организации, принятия управленческих решений стратегического характера.

Елена де Превиль, кандидат психологических наук, научный сотрудник департамента организационных изменений Бизнес школы ESSEC из французского города Сержи и ассоци-ированный научный сотрудник ИП РАН (Москва) не в первый проводит мастер-классы на конференции по бизнес-психологии. Она активно работает с французскими компаниями, где психологические подходы внедряются в практику управления. В этом году на своём мастер-классе, посвящённом знакомству с моделью коллективного интеллекта для повышения эффективности бизнеса, она представила результат совместной работы с *Рэнаром Тьерри* (SNCF, Париж), ведущим специалистом по использованию коллективного интеллекта в работе с организациями.

Анна Аркадьевна Киселёва, кандидат филологических наук, заместитель директора ИПП «Гуманитарный центр» (Харьков), которая ежегодно участвует в конференциях бизнеспсихологов НИУ ВШЭ, в этом году провела мастер-класс «Управление по ценностям». Эта модель управления становится очень востребованной сегодня в компаниях. Но её внедрение требует бизнес-психологической подготовки, а именно, широкого психологического кругозора и умения включения психологических знаний в решение практических задач. Управление по ценностям — глубоко психологический процесс, поскольку он связан с разработкой и внедрением в корпоративную культуру таких взглядов и ценностей, которые способствуют успешному развитию компании и сотрудников в долгосрочной перспективе. А. А. Киселёва, как автор популярной среди бизнес-психологов книги «Управление по ценностям. Методические материалы по тренингу», представила авторское видение на работу с ценностями и убеждениями сотрудников, определяющих основу их поступков.

Мастер-класс, посвящённый теме: «Коучинг команд в организации. Сила команды», провела самый авторитетный коуч нашей страны Светлана Юрьевна Чумакова, первый российский Мастер Сертифицированный коуч ICF (МСС ICF), генеральный директор Международной Академии Коучинга, основатель и первый президент Представительства ICF в России. На мастер-классе, как говорится, «из первых рук» была представлена методо-

логия вовлечения всех звеньев организации в общий процесс, без которой сегодня трудно гарантировать успех работы с командой в бизнесе. Участники поэтапно познакомились с целями и примерами применения коучинга в бизнесе, проработали семь шагов развития корпоративной культуры в организации и вышли на механизмы развития вовлечённости через командный коучинг.

Коучингу в бизнесе был также посвящён мастер-класс, который вели *Талина Маратовна Венгржновская*, кандидат технических наук, основатель и директор Института креативного мышления, РСС ІСГ; приглашённый преподаватель магистерской программы «Психология в бизнесе» НИУ ВШЭ, и *Свердлов Геннадий Семенович*, основатель и генеральный директор центра коучинга и консалтинга «Доктум», преподаватель и коуч программ DBA, EMBA. В приятной, непринужденной манере ведущие мастер-класса вовлекли участников конференции в серьезный процесс решения современных бизнес-задач. Они показали, как коучинг может способствовать развитию творческого состояния, креативности при решении сложных задач. Отметим, что Т. М. Венгржновская строит свой подход на принципах соединения логики и воображения, активно работает с арт-коучингом — одним из самых современных инструментов в области коучинга (развития) креативного мышления. Овладение этим подходом — важнейшая задача подготовки бизнес-психологов для работы с бизнесом в условиях так называемого VUCA-мира¹, когда многие люди и организации оказываются перед необходимостью решения таких задач, которые требуют новых команд и способов мышления.

Бизнес-психологам необходимо овладевать различными подходами в работе с личностью. Поэтому мастер-классы касались различных подходов и технологий. Уникальный мастер-класс провел Виталий Петрович Третьяков, доктор психол. наук, профессор кафедры эргономики и инженерной психологии факультета психологии Санкт-Петербургского государственного университета, эксперт МАГАТЭ. Тема мастер-класса: «Порождающие игры в организациях». Включившись в интересную игру, требующую принятию решений в ситуации неопределённости, участники познакомились с оригинальным методом раскрытия творческого потенциала и обучения принятию сложных решений. Уже в ходе игры все почувствовали, что у них появляется новый ракурс восприятия сценария своей жизни и организации. Подобные игры — незаменимый инструмент бизнес-психолога, поскольку применение таких игр ведет к устойчивому навыку упреждать опасные события, повышая готовность к действиям в сложных ситуациях жизни.

В этом году формат проведения конференции обновился благодаря включению в программу защиты сертификационного кейса консультирования организации, проводимой Национальным институтом сертифицированных консультантов по управлению (НИСКУ). Отметим, что это единственная сертифицирующая организация, которая работает в рамках международного стандарта по управленческому консультированию (Certified Management Consultant). Организатором и первым Президентом НИСКУ является Аркадий Ильич Пригожин. Участники конференции получили уникальную возможность познакомиться с реальной работой этой организации на примере защиты кейса «Разработка стратегии компании в момент кризиса» Андрея Вахина, кандидата философских наук, старшего научного сотрудника ИП РАН, сертифицированного консультанта по управлению, генерального директора ООО «Эксити группа» («ExC&T Group»).

Поскольку конференция направлена на развитие бизнес-психологии и повышения качества подготовки бизнес-психологов в нашей стране, в программу обязательно включаются мероприятия, посвящённые осмыслению роли бизнес-психологии в организации и обществе

¹ VUCA — акроним, часто используемый для характеристики современной среды функционирования бизнеса, что означает изменчивость (volatility), неопределённость (uncertainty), сложность (complexity) и двусмысленность (ambiguity) этой среды. Прим. ред.

и собственно деятельности бизнес-психологов. В этом году соответствующую данной цели мастерскую «Бизнес-психологи в ценностно-смысловых измерениях» проводили специалисты, которые являются преподаватели вузов и в то же время являются организаторами и руководителями консалтинговых компаний. Это Елена Николаевна Дубиненкова, кандидат психологических наук, доцент ЯрГУ и Александр Сергеевич Елисеенко, бизнес-психолог, преподаватель магистерской программы «Психология в бизнесе» НИУ ВШЭ. Они вовлекли участников в интереснейший процесс исследования этического самосознания, мотивации и поведения психолога, включённый в ситуацию с этическим контекстом. В результате участники выявили этические противоречия, этические проблемы и дилеммы в деятельности бизнес-психолога. На этой основе проработали важные вопросы: «Как соотносятся задачи бизнеса и задач бизнес-психолога?», «Какую роль играют этические вопросы в построении горизонтальной и вертикальной карьеры бизнес-психолога?», «По каким критериям можно оценить результаты деятельности психолога в бизнесе?», «Какой бизнес-психолог может считаться успешным?», «Какими ключевыми компетенциями должны обладать бизнеспсихологи будущего?», «Какие качества, знания, мотивация будет у успешного психолога в будущем?», «С какими вызовами встречается бизнес-психолог в публичном пространстве?».

Общие итоги конференции

Конференция показала, что в современной психологии бизнеса проявляются особенности, которые выделяют данное направление среди других ветвей современной прикладной психологии и касаются позиционирования психологии бизнеса в научной среде и бизнессообществе. Они придают определённость этой сфере деятельности психологов, поэтому мы их отнесли к разряду наметившихся традиций, придающих психологии бизнеса внутреннюю устойчивость, как бы завершающую процесс становления этой прикладной дисциплины. Прежде всего, отметим междисциплинарный характер бизнес-психологического подхода. Бизнес в рамках этого подхода выступает как целостное явление, которое на системном уровне продуцирует в исследованиях и практике взаимосвязанные между собой бизнеспсихологические предметные области, такие как: деятельность и личность инициатора бизнеса, структура и развитие организации, рынок как среда реализации проявления эффективности бизнеса и так далее.

Конференция показала обоснованность подхода к психологии бизнеса, развиваемому на магистерской программе «Психология в бизнесе» в отношении к основным психологическим аспекта бизнеса, которые лежат в поле зрения бизнес-психологов: деятельностный (профессиональный), организационный и средовой аспекты (Иванова, Михайлова, Штроо, 2008). В этом контексте бизнес предстает, прежде всего, как особая экономическая деятельность, направленная на получение прибыли, и предъявляющая определённые требования к личности исполнителя. Бизнес также функционирует на основе особых создаваемых организационных структур, поэтому в организационном контексте он имеет свои закономерности возникновения, функционирования и развития. Бизнес относится к числу наиболее важных социальных институтов общества, поэтому он, с одной стороны, зависит от наличного уровня социально-политического и культурного развития общества, экономической ситуации на рынке и тому подобного, с другой стороны, оказывает существенное влияние на социальные структуры и порядок в обществе, социализацию граждан и стандарты общественного поведения. С опорой на эти аспекты задаются направления изучения жизнедеятельности и личности субъектов бизнеса. Бизнесмен разрабатывает идею своего бизнеса, строит организацию, определяет ее миссию и стратегию, и в конечном итоге определяет облик бизнеса как социального института. Всё это определяет основные задачи бизнес-психолога в профессиональной деятельности, а также в эффективности в управлении собой, организацией, развитии бизнес-коммуникации, делового имиджа.

Кроме того, за годы существования психологии бизнеса наметилась достаточно устоявшаяся система ценностей, правил, которые могут быть основой профессиональной деятельности и взаимоотношений психологов, работающих в русле бизнес-психологического подхода. Поэтому упрочилась ценностная и этическая основа деятельности бизнес-психологов. Эти специалисты, развивающиеся в рамках бизнес-психологического подхода, нацелены на повышение эффективности бизнеса через современные психологические технологии, а также на реализацию в бизнесе гуманистических задач создания таких условий деятельности и жизни субъектов бизнеса, которые позволят им сохранить «человеческое лицо». Все это, безусловно, будет способствовать субъективному благополучию людей, их личностному и профессиональному развитию.

Как показывает проведённый нами анализ, в современном бизнесе особенно востребованы специалисты в области работы с персоналом, организационного и кадрового консалтинга. Растёт спрос на психологические услуги со стороны банков, крупных промышленных холдингов, средних и малых предприятий, торговых организаций, работающих как в отечественном, так и в зарубежном бизнесе. В то же время наблюдается дефицит специалистов-психологов, в достаточной мере подготовленных к работе в бизнесе. Классическое университетское психологическое образование не направлено на формирование у студентов компетенций, необходимых для работы в бизнесе. Особенно это касается компетенций, обеспечивающих эффективную адаптацию в бизнес-среде, коммуникации с различными представителями бизнес-организаций, адекватную профессиональную идентификацию и траекторию развития психологов в бизнесе. Конечно, надо отметить, что психолог любого профиля после окончания вуза должен научиться применять приобретенные теоретические знания в своей практической профессиональной деятельности. Но от психолога в бизнесе с первых дней работы требуется практическая отдача, умение самому ставить и решать профессиональные задачи, порой не связанные напрямую с профилем полученного образования. Ему приходится расширять методологически и технологически систему собственных профессиональных знаний, осмысливать свою социальную (профессиональную) идентичность, элементы которой могут входить в противоречие с представлениями о работе психолога, его месте в организации и тому подобное. Поэтому перед высшими учебными заведениями нашей страны, занимающимися подготовкой психологов, встает проблема переориентации образования с учетом требований новых профессиональных и социальных условий современной жизни.

Среди тенденций развития психологии бизнеса в нашей стране отметим те, которые проявились в ходе предыдущих конференций и подтвердились на последней конференции. Во-первых, проявилась тенденция поиска теоретических подходов, которые могут быть основой бизнес-психологической практики. Несмотря на то, что это направление возникло в ответ на запросы практики и начинало свое становление с поиска новых инструментов и технологий в работе с личностью и организацией, представленные доклады и их обсуждение продемонстрировали интерес бизнес-психологов к фундаментальным научным исследованиям в рамках предметного поля психологии бизнеса как направления прикладной психологии. Исследовательская составляющая играет всё большую роль в деятельности бизнес-психолога. В поиске за теоретическим обоснованием наблюдаемых на практике явлений бизнес-психологи обращаются к фундаментальным работам учёных. Наблюдается повышение интереса бизнес-психологов к подходам и теоретическим моделям не только

зарубежных, но и отечественных ученых, исследования которых отражающих специфику развития организаций и людей в нашей стране. Конференция показала, что обращение к исследованиям в русле академической отечественной психологии может быть великолепным ресурсом бизнес-психолога во всех аспектах его деятельности.

Во-вторых, проявилась тенденция поиска новых предметных областей исследований и практической деятельности бизнес-психологов, связанных с реалиями современного общества. Сегодня многим становится понятно, что успех организации будет зависеть от различных факторов, в том числе, и от принципиально новых по сравнению с прошлыми веками. Это связано с интенсивным движением, появлением новых общественных парадигм, обращением общества к человеческому фактору и так далее. В соответствии с этим тенденцией развития психологии бизнеса является выход на новые уровни анализа, новые подходы, где сочетаются векторы прошлого и будущего, личности и технологий, эмоций и интеллекта. Формируется новый ракурс рассмотрения проблем организаций и личности, специфики принятия решений, коммуникаций внутри и вне организации. Всё это отражается на требованиях к профессиональным компетенциям бизнес-психологов, в которых должны сочетаться фундаментальные знания и личностные качества, связанные, прежде всего, с особенностями мышления, субъектностью, осознанностью, коммуникативными способностями и так далее.

Усилился запрос на ценностно-этическую основу деятельности бизнес-психолога, его личностный и профессиональный уровень. Поскольку этот специалист «работает на развитие» руководителя, персонала, организации, он должен обладать высоким уровнем профессионализма, широтой кругозора, гуманным отношением к человеку и миру в целом. Все участники конференции были едины в понимании значения для бизнес-психолога его направленности на постоянный рост и развитие. Для решения стоящих перед ним задач, ему необходимо владеть не только классическими инструментами и техниками практического психолога, но и осваивать инновационные методы. В этом смысле проявляется тенденция развития психологии бизнеса в направлении поиска инструментов, способствующих развитию личности и организации.

Хочется еще раз подчеркнуть, что процесс формирования психологии бизнеса в нашей стране и мире требует объединения усилий психологов различных школ, а также сотрудничества с бизнесменами и практикующими психологами. Конференция показала, что позиционирование психологии бизнеса и психологов, работающих в этом направлении, происходит повсеместно. Этому способствует как появление бизнес-психологических традиций, так и тенденции развития, которые определяют гибкое движение вперед данного направления прикладной психологии.

Итоги конференции позволяют сказать, что в НИУ ВШЭ формируется уникальный стиль бизнес-психологии, который становится всё более привлекательным для исследователей и практиков. Его смысл определяется общей направленностью на то, чтобы сделать бизнес более эффективным и в то же время более «человечным», способствующим субъективному благополучию людей, их личностному и профессиональному развитию. Как отметили участники: «Бизнес-психология приносит пользу практикам и обществу, она будет востребована всё больше в будущем».

Литература

Антонова, Н. В., Иванова, Н. Л., Штроо, В. А. (ред.). (2014). Психология бизнеса. Теория и практика: учебник для магистров. М.: Юрайт.

Бардиер, Г. Л. (2002). Бизнес-психология. М.: Генезис.

Дейнека, О. С. (2000). Экономическая психология. СПб.: Изд-во СПбГУ.

Емельянов, Е. Н., Поварницына, С. В. (1998). Психология бизнеса. М.: АРМАДА.

Журавлев, А. Л., Купрейченко, А. Б. (2004). *Проблемы экономической психологии. Том 1*. М.: Институт психологии РАН.

Иванова, Н. Л. (2015). Бизнес-психология — современный ресурс развития организаций. Итоги конференции. *Организационная психология*, *5*(4), 74-81.

Иванова, Н. Л. (отв. ред.) (2017). Бизнес-психология в международной перспективе: коллективная монография. М.: Университетская книга.

Иванова, Н. Л., Бентон С. (2017). Бизнес-психология сегодня: в поисках подходов / Н. Л. Иванова (отв. ред.). Бизнес-психология в международной перспективе: коллективная монография (7–24), М.: Университетская книга.

Иванова, Н. Л., Штроо, В. А., Михайлова, Е. В. (2008). *Введение в психологию бизнеса*. М.: Изд. дом ВШЭ. Мелия, М. (2006). *Бизнес* — *это психология*. М.: Альпина бизнес букс.

Самоукин, А. И., Самоукина, Н. В. (2001). Экономика и психология бизнеса. Ростов-на-Дону: Феникс. Штроо, В. А., Иванова, Н. Л., Антонова, Н. В. (ред.). (2011). Психологические проблемы современного бизнеса. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ.

McKenna, E. F. (2000). *Business Psychology and Organizational Behavior: A Student's Handbook*. New York: Psychology Press.



Фото 1. Доклад Т. А. Нестика



Фото 2. Зарубежные гости конференции — Фатима Бахериан и Кристофер Бентон



Фото 3. Доклад Стефана Армстронга



Фото 4. Участники конференции и её организаторы



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Business Psychology Trends: The report of the International Conference «Business Psychology: Theory and Practice 2017»

Natalia L. IVANOVA Wladimir A. STROH

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The article presents the main results of the International scientific-practical conference «Business Psychology: Theory and Practice» (HSE, Moscow, Russia), which took place from 16 to 19 November 2017. The Conference was prepared and carried out at the initiative of the master's program «Psychology in Business» and was an important milestone in the development of business psychology — a new area of applied psychology. The presentations and discussions are demonstrated the scientific importance and practical utility of business psychology. Currently, there is a trend to find basic theoretical approaches for business psychology as a practice. The new area of research and practice for business psychologists were outlined. Such contemporary hot topics as organizational flexibility and knowledge management are increasingly penetrate into the area of research and practice of business psychologists and became more concretized. As a consequence, a tendency to search for psychological solutions in management and organizational consulting is developing.

Keywords: conference, business psychology, new trends in business psychology.

References

Antonova, N. V., Ivanova, N. L., Stroh, W. A. (Eds.). (2014). *Psikhologiya biznesa. Teoriya i praktika: uchebnik dlya magistrov* [Psychology of business. Theory and practice: a textbook for masters]. M.: Yurait.

Bardier, G. L. (2002). Biznes-psikhologiya [Business psychology]. M.: Genezis.

Deineka, O. S. (2000). *Ekonomicheskaya psikhologiya* [Economic psychology]. SPb.: Izd-vo SPbGU.

Emel'yanov, E. N., Povarnitsyna, S. V. (1998). *Psikhologiya biznesa* [Psychology of business]. M.: ARMADA.

Ivanova, N. L. (2015). Biznes-psikhologiya — sovremennyi resurs razvitiya organizatsii. Itogi konferentsii [Business psychology is a modern resource for the development of organizations. Results of the conference]. *Organizatsionnaya psikhologiya*, *5*(4), 74-81.

Ivanova, N. L. (otv. red.) (2017). *Biznes-psikhologiya v mezhdunarodnoi perspektive: kollektivnaya monografiya* [Business psychology in the international perspective: a collective monograph]. M.: Universitetskaya kniga.

Address: 20 Myzsnitskaya, Moscow 101000, Russia. E-mail: sinec@inbox.ru

- Ivanova, N. L., Benton S. (2017). Biznes-psikhologiya segodnya: v poiskakh podkhodov [Business psychology today: in search of approaches]. In: N. L. Ivanova (Resp. ed.). *Biznes-psikhologiya v mezhdunarodnoi perspektive: kollektivnaya monografiya* (7–24), M.: Universitetskaya kniga.
- Ivanova, N. L., Stroh, W. A., Mikhailova, E. V. (2008). *Vvedenie v psikhologiyu biznesa* [Introduction to the psychology of business]. M.: Izd. dom GU HSE.
- McKenna, E. F. (2000). *Business Psychology and Organizational Behavior: A Student's Handbook.* New York: Psychology Press.
- Meliya, M. (2006). Biznes eto psikhologiya [Business is psychology]. M.: Al'pina biznes buks.
- Samoukin, A. I., Samoukina, N. V. (2001). *Ekonomika i psikhologiya biznesa* [Economics and psychology of business]. Rostov-na-Donu: Feniks.
- Stroh, W. A., Ivanova, N. L., Antonova, N. V. (red.). (2011). *Psikhologicheskie problemy sovremennogo biznesa* [Psychological problems of modern business]. M.: Izd. dom NIU VShE.
- Zhuravlev, A. L., Kupreichenko, A. B. (2004). *Problemy ekonomicheskoi psikhologii [Problems of economic psychology]. Tom 1.* M.: Institut psikhologii RAN.