



ՓՈՐՁԱՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԲՅՈՒՐՈ

ՀԱՄԱՐ 10
2023

ԴԱՏԱԿԱՆ ՓՈՐՁԱՔՆՆՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՔՐԵԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՀԱՆԴԵՍ

Հիմնադրված է 2019 թվականին
2021թ-ից պարբերականն ընդգրկված է ՀՀ բարձրագույն որակավորման կոմիտեի կողմից
հաստատված ատենախոսությունների հիմնական արդյունքների և դրույթների
հրատարակման համար ընդունելի պարբերական գիտական հրատարակությունների
ցուցակում

Խմբագրական խորհուրդ
Գլխավոր խմբագիր
Ա.Ն. Հովսեփյան

Պատասխանատու քարտուղար
Ա.Թ. Մոսիկյան

Խմբագրական խորհրդի անդամներ

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| Ա.Վ. Աղասյան | Ռ.Վ. Աղուզումցյան |
| Ա.Ի.Ուսով (Ռուսաստան) | Ա.Պ. Գահնապետյան |
| Ա.Ն. Կյուն (Ուկրաինա) | Վ.Գ. Ենգիբարյան |
| Վ.Բ.Շաբանով (Բելառուս) | Ի.Ա.Մորոզ (Բելառուս) |
| Օ.Գ. Դյակոնովա (Ռուսաստան) | Ս.Պ. Ժդանով (Ռուսաստան) |
| Ա.Պ. Ղուկասյան | Ա.Ս. Չախոյան |
| Ս.Ա. Մինասյան | Ա.Գ. Ռուվին (Ուկրաինա) |
| Պ.Ս. Ոսկանյան | Դ.Ն.Վիեռա (Պորտուգալիա) |
| Ա.Վ. Պապոյան | Վ.Գ. Սահակյան |

Խմբագրական կոլեգիա

- | | |
|-----------------|-----------------|
| Պ.Ս. Ոսկանյան | Ա.Թ. Մոսիկյան |
| Կ.Հ. Մամիկոնյան | Լ.Ա. Ավոյան |
| Հ.Ա. Սահակյան | Ս.Ա.Առուստամյան |
| Թ.Վ. Մելքոնյան | Ա.Տ.Մարտիրոսյան |

ԲԻԶՆԵՍԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ
ԿԱՄ՝ ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ՎԱՐՄԱՆ ՆՈՐ ԿԱՆՈՆՆԵՐ
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՀԱՆՑԱԳՈՐԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿԱՆԽԱՐԳԵԼՄԱՆ
ՀԱՄԱՏԵՔՍՏՈՒՄ

Մամիկոնյան Կ.Հ., Գալստյան Է.Լ.

*Փորձաքննությունների ազգային բյուրո,
Երևան, Հայաստան*

Հողվածում դիտարկվել են տնտեսական հանցագործությունների կանխարգելման համատեքստում ձեռնարկատիրության վարման որոշ սկզբունքային կանոններ, որոնք առավելապես ներկայացվում են բիզնեսի հոգեբանության ոլորտում: Բիզնեսում արդյունավետ կառավարման համակարգի ստեղծումը, կայուն կորպորատիվ վարկանիշը, մրցակցային առավելությունների ձեռք բերումը, հուսալի գործընկերային կապերի ստեղծումը որպես գործոնային վերլուծություն, թեկուզ և ոչ մասնագիտորեն՝ դիտարկվելով հոգեբանության շրջանակներում, տանում է «անձի» դերի բարձրացմանը՝ վերը նշված գործարարության նպատակներին հասնելու համար, ինչպես նաև ձեռնարկատիրական խնդիրների լուծման կամ որոշումների կայացման բարդ իրավիճակների դեպքում անձնական գործողությունների հնարավորինս ուղղորդմանը: «Անձի» դերի բարձրացումը բարոյաև հոգեբանական առումով պահանջում է նաև պարբերաբար ներդրումներ և շարունակական հետաքրքրություն գործարար միջավայրի վրա իր ազդեցության կատարելագործման նկատմամբ՝ այդպիսով պահանջելով ուսումնասիրությունների առանձին ոլորտ, ինչպիսին է բիզնեսի հոգեբանությունը:

Բանալի բառեր. *բիզնես, բիզնեսի հոգեբանություն, տնտեսական հանցագործություններ, ձեռնարկատիրություն, ձեռնարկատիրության վարման կանոններ:*

Տնտեսական հանցագործությունների կանխարգելումը պետական տնտեսական քաղաքականության իրականացման ռազմավարության կարևորագույն սկզբունքներից է: Հայաստանի Հանրապետությունում՝ անկախ պետականության սկզբնավորումից ի վեր, բիզնես միջավայրն ուղղորդվել է, կարելի է ասել, «առավելագույնս ձգտել շահույթի ստացմանը, և որ այդ նպատակի համար բոլոր միջոցներն արդարացված են» հիմունքներով: Ինչ խոսք, ներկայումս առավել ևս պարզ է դարձել, որ վերոնշյալ ուղենիշն ի սկզբանե վնասել է հասարակությանը՝ գլխավորապես հարվածելով պետության շահին: Այսինքն, կախված ժամանակաշրջանի տեխնոլոգիական վերազինման աստիճանից և իրականացվող վերահսկողական մեխանիզմների արդյունավետությունից, համարժեքորեն զարգացել է տնտեսական հանցագործությունների կատարման բնույթը և շոշափելի ծավալների հասցրել պետությանը պատճառված վնասի ու հասարակության վրա վերջինիս ազդեցության չափը:

Տնտեսական օրինաչափություններից մեկը կարելի է դիտարկել այն, երբ տնտեսվարող սուբյեկտն իր առջև նպատակադնում է տնտեսության զարգացմանը համահունչ ապահովել

Թղթակցական հասցեն՝ Մամիկոնյան Կարեն Հովհաննեսի, տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ, ՀՀ ԳԱԱ «Փորձաքննությունների ազգային բյուրո» ՊՈԱԿ-ի գիտական հետազոտությունների և տեխնիկական փորձարկումների համակարգման բաժնի պետ, տնտեսագիտական և հաշվապահական փորձաքննությունների բաժնի փորձագետ, Հայաստան, ք.Երևան, Իսակովի պող., 24, e-mail: mamikonyankaren@gmail.com

Ժամանակակից գործարար (բիզնես) միջավայրի կազմակերպումը, որի գործոններից առնվազն պետք է համարվեն՝

ա) արդյունավետ կառավարման համակարգի ստեղծումը, որը կաշխատի արագ և արդյունավետ, բարձր վերահսկողությամբ ու ավելի քիչ ծախսատարությամբ,

բ) կայուն կորպորատիվ վարկանիշը և մրցակցային առավելությունների ձեռք բերումը,

գ) հուսալի գործընկերային կապերի ստեղծումը:

Նշված գործոնների վերլուծությունը, թեկուզ և ոչ մասնագիտորեն՝ դիտարկվելով հոգեբանության շրջանակներում, ընդհանուր առմամբ, տանում է «անձի» դերի բարձրացմանը վերը նշված գործարարության նպատակներին հասնելու համար, ինչպես նաև ձեռնարկատիրական խնդիրների լուծման կամ որոշումների կայացման բարդ իրավիճակների դեպքում անձնական գործողությունների հնարավորինս ուղղորդմանը:

«Բիզնես և անձ» հասկացությունն ամբողջական վերցրած, լինելով տնտեսական հարաբերությունների անբաժանելի մաս, բարոյահոգեբանական առումով պահանջում է նաև պարբերաբար ներդրումներ և շարունակական հետաքրքրություն գործարար միջավայրի վրա իր ազդեցության կատարելագործման նկատմամբ՝ այդպիսով պահանջելով ուսումնասիրությունների առանձին ոլորտ, ինչպիսին է բիզնեսի հոգեբանությունը:

Բիզնեսի հոգեբանությունն ի սկզբանե առաջացել է սոցիալ-տնտեսական հարաբերությունների զարգացման արդյունքում, մասնավորապես՝ հոգեբանության, սոցիոլոգիայի և տնտեսագիտության համակցումից: Բիզնեսի հոգեբանությունը հոգեբանության ժամանակակից գիտության և պրակտիկայի մի ոլորտ է, որը հանդես է գալիս որպես կամուրջ՝ կապելով հոգեբանությունը բիզնեսի գործնական դրսևորումների հետ: Այն ուսումնասիրում է բիզնեսի բազմակողմ և բարդ երևույթները, գործիքներ տրամադրում գործարար միջավայրի և հասարակության միջև արդյունավետ փոխգործակցության համար, գնահատում է ընկերության նպատակները, ռազմավարությունը, աշխատակիցների ունակությունները, բացահայտում այն ուղենիշերը, որոնցով հնարավոր է բարելավել և արդյունավետ դարձնել բիզնեսը: Ըստ որոշ հեղինակների՝ «*Այս նոր ուղղության կայացումը հոգեբանական գիտության մեջ պատասխան է փոքր և միջին բիզնեսի և դրա ներկայացուցիչների առջև ծառայած բազմաթիվ այն խնդիրներին, որոնք պահանջում են պրոֆեսիոնալ հոգեբանների մասնակցություն: Հենց սոցիալ-տնտեսական նոր հարաբերությունների զարգացումը բերում է նրան, որ գործնական հոգեբանությունն ակտիվորեն ներգրավվում է բիզնես տիրույթ* [1, էջ 7]:

Բիզնեսի հոգեբանության գործընթացի առարկան է համարվում բիզնես միջավայրի տեղեկատվության ըմբռնումն ու գիտակցումը, ճանաչողության ընկալումը, տարբեր ոչ ստանդարտ, ինչպես նաև կոնֆլիկտային իրավիճակներում արդյունավետ ուղիներ փնտրելը, մարդու անընդհատ ձևավորվող և զարգացող մտավոր գործընթացների ճանաչումն ու մարդկային փոխազդեցության կառավարումը: Պետք է ըմբռնել ընկերությունների կառավարիչների, շահագրգիռ այլ կողմերի և աշխատողների միջև ծագած խնդիրների արդյունավետ լուծման ուղիները, աշխատողների գիտակցական առանձնահատկությունները, դրսևորվող վարքագծերը, և, ընդհանուր առմամբ, մարդկանց միջև հարաբերությունների առանձնահատկությունները՝ բիզնեսի էթիկայի վրա ազդող մոտեցումների, ինչպես նաև թիմում բարենպաստ մթնոլորտի և վստահության փոխհարաբերությունների ստեղծման նպատակով:

Հարկ է նշել, որ բիզնեսի հոգեբանությունը դեռևս ամբողջովին ձևավորված գիտություն չէ, և գտնվելով իր զարգացման փուլում, առանձին գիտական փաստեր է փոխառնում այնպիսի հոգեբանության ոլորտներից, ինչպիսիք են տնտեսական հոգեբանությունը, աշխատանքի հոգեբանությունը, սոցիալական հոգեբանությունը, ինչպես նաև՝ կախված բիզնեսի տեսակից և միջավայրից անհրաժեշտաբար ուսումնասիրում է հոգեբանության այլ ոլորտների օբյեկտներ: Այնուամենայնիվ, հարկ է առանձին դիտարկել բիզնեսի հոգեբանության և վերը նշված հոգեբանության ոլորտների միջև ընդհանրական մոտեցումները:

Տնտեսական հոգեբանություն. ուսումնասիրում է տնտեսական և մարդկային հոգեբանական վարքագիծը, դրանց օրինաչափությունները, մեխանիզմները, որոնք ազդեցություն ունեն տնտեսական գործունեության՝ ապրանքների և ծառայությունների արտադրության, բաշխման, փոխանակման և սպառման վրա: Տնտեսական հոգեբանության նպատակն է ուսումնասիրել տնտեսական իրականությունը գնահատելու հոգեբանական մոտեցումը, նրա վրա ազդելու, ինչպես նաև համապատասխան դրույթներն ու հիմունքները մշակելու համար: Տնտեսական հոգեբանության ուսումնասիրություններով զբաղվել են այնպիսի հայտնի հեղինակներ, ինչպիսիք են՝ Ջ.Կատոնան, Վ.Ֆ.ՎանՌայը, Ա.Լ.Ժուրավյովը, Վ.Պ.Պոզնյակովը, Յու.Վ.Շչերբատիխը, Ն.Լ.Իվանովը և այլք:

Պետք է ընդունել, որ բիզնեսի զարգացումը հիմնված չէ միայն տնտեսական առաջընթացն ապահովող օրենքների և ձեռնարկատիրության վարման կանոնների պահպանման վրա, երբեմն մեծ դեր են խաղում կառավարիչների հուզական և հոգեբանական գործոնները: Շատ ժամանակ անխոհեմ տնտեսական որոշումները կայացվում են ոչ այնքան տրամաբանության, որքան զգացմունքների ազդեցության ներքո՝ անկանխատեսելիությունն արհամարելու, գործընկերների և մրցակիցների տնտեսական վարքագիծը չուսումնասիրելու արդյունքում, ինչն էլ անմիջականորեն իր ազդեցությունն է թողնում բիզնես գործընթացների ընթացքի վրա:

Աշխատանքի հոգեբանություն. հոգեբանության այն ոլորտն է, որն ուսումնասիրում է աշխատանքային գործունեության հոգեբանական բնութագրերի և աշխատանքային հմտությունների զարգացման օրինաչափությունները՝ կախված սոցիալ-տնտեսական և արտադրական հատուկ պայմաններից, աշխատանքի գործիքներից, աշխատանքային ուսուցման մեթոդներից և աշխատող անձի հոգեբանական որակներից՝ ձևավորելով աշխատանքի նկատմամբ համապատասխան վերաբերմունք: Աշխատանքի հոգեբանության ուսումնասիրություններով զբաղվել են այնպիսի հայտնի հեղինակներ, ինչպիսիք են՝ Ա.Ս.Գուրմանը և Ա.Ս.Ռազինը, Վ.Ա.Շամիսը, Վ.Գ.Ասենը, Ա.Վ.Կարպովը, Ե.Ա.Կլիմովը, Յու.Վ.Կոտելովան և այլք:

Աշխատանքի հոգեբանության ուսումնասիրության օբյեկտը մարդն է, որը խրախուսում, ուղղորդում և կարգավորում է մարդու աշխատանքային գործունեությունը, ինչպես նաև վեր է հանում նրա անհատականության գծերը, որոնց միջոցով էլ իրականացվում է այդ գործունեությունը: Աշխատանքի հոգեբանության առարկան աշխատանքային գործունեության հոգեբանական էությունն է, աշխատողի անձի առանձնահատկությունները, մասնագիտական կարողությունները և նրա փոխազդեցությունը աշխատավայրում մյուս աշխատակիցների և ղեկավարների հետ: Մարդու գործունեության կատարողականությունը մշտապես փոփոխվում է՝ կախված տարբեր գործոնների ազդեցությունից, որոնք աշխատանքային բարենպաստ պայմանների ստեղծման առումով առանձնահատուկ հետաքրքրություն են ներկայացնում:

Սոցիալական հոգեբանություն. հոգեբանության այն ոլորտն է, որն ուսումնասիրում է մարդկանց կամ նրանց խմբերի վարքի և գործունեության փոխազդեցությունը, հոգեկան երևույթների առաջացման և դրսևորման օրինաչափությունները, որոշում է նրանց սոցիալական խմբերում ընդգրկվածությունը, ինչն էլ հանդիսանում է մարդկանց փոխազդեցության, սոցիալական վերաբերմունքի, անհատի նախատրամադրվածության արդյունք: Այստեղ շատ կարևոր է, թե ինչպես են սոցիալական ճանաչողական խնդիրներն ընկալվում, ինչպիսիք են մարդկանց փոխըմբռնումն ու գնահատումը միմյանց նկատմամբ: Սոցիալական հոգեբանության ուսումնասիրություններով զբաղվել են այնպիսի հայտնի հեղինակներ, ինչպիսիք են՝ Դ.Ջ.Մայերսը, Ռ.Չալդինին, Վ.Ն.Մյասիշևը, Բ.Դ.Պարիզինը, Գ.Մ.Անդրեանն և այլք:

Սոցիալական հոգեբանությունը փորձում է բացահայտել, թե ինչպես են մարդիկ ներազդում միմյանց վրա տարբեր իրավիճակներում, ինչպես է սոցիալականացումն ազդում նրանց վարքի առանձնահատկությունների վրա, ինչպես է այն ազդում անհատի հոգեբանացման, անհատի համոզմունքների, բարոյական չափանիշների և սովորույթների վրա:

Այսպիսով, վերլուծելով վերը շարադրվածը, կարելի է ենթադրել, որը բիզնեսի հոգեբանությունն իր մեջ ընդգրկում է հոգեբանության տարբեր ոլորտների ընդհանրացումներ՝ ներառելով տնտեսական և մարդկային հոգեբանական վարքագծի օրինաչափությունները, վարքագծի կանոնները, «անձի» հարաբերությունները շրջապատի հետ, աշխատակիցների վարքի և գործունեության փոխազդեցությունը, հոգեկան երևույթների առաջացման և դրսևորման պատճառները, անհատների և անձանց խմբերի միջև հոգեբանական բնութագրերի տարբերությունները, դրանց ազդեցությունը և օրինաչափությունները, որոնք վերջիվերջո ազդում են ընկերություններում տնտեսական որոշումների կայացման և աշխատանքային փոխհարաբերությունների վրա:

Տնտեսական հանցագործությունների բնութագրականներում հանդիպում են այնպիսի դեպքեր, երբ բիզնեսի հոգեբանության գիտականներն, ուսումնասիրելով և օգտագործելով գործընկերների և մրցակից կազմակերպությունների հոգեբանական նկարագրերը, աշխատակիցների ինտելեկտուալ, հուզական բնավորությունները, կախված սոցիալ-տնտեսական և հոգեբանական վիճակներից, կարողանում են իրենց գործունեության արդյունքում գեր շահույթներ կորզել՝ օգտագործելով աշխատակիցների սոցիալ-տնտեսական և հոգեբանական վիճակը, իսկ գործընկեր կազմակերպություններին՝ չարաշահելով տրված վստահությունը, հացն ելով սնանկության եզրին:

Հարկ է նշել, որ բիզնեսի հոգեբանության առանձին գործիքների կիրառումը ներկայումս մեծ տարածում է ստանում, մասնավորապես՝ բուրգային սխեմաներով գործող և աշխատող ընկերություններում, որոնց գործունեության բնույթը ֆինանսական խախտումների մարմնավորման վառ օրինակ է: Այստեղ տարբեր հոգեբանական ներգործությունների արդյունքում մարդկանց ներգրավելով խոստումների և վստահության ձևավորման միջոցով, խաբեությամբ կազմակերպում են ֆինանսական բուրգի գործունեություն՝ ստանալով մեծ շահույթներ՝ մինևույն ժամանակ խուսափելով հարկերից:

Այդուհանդերձ, պետք է փաստել, որ բիզնեսի հոգեբանությունը որպես ձեռնարկատիրության վարման, անձնակազմի կառավարման ու հոգեբանության

համատեղում, ներկայացնում է մարդու հոգեբանությունը գործնականում բիզնեսի կազմակերպման նույն գիտահեն հարթությունում: Այս առումով արտահայտվում է, ընդհանուր առմամբ, աշխատողների համար աշխատանքային միջավայրը բարելավելու, ճիշտ կառավարչական որոշումներ ընդունելու կամ որոշումների վրա ազդելու և ձեռնարկատիրական գործունեության արդյունավետությունը բարձրացնելու մեջ:

Այստեղ միաժամանակ կարելի է գուգահեռներ մեջբերել կոմերցիոն հոգեբանության հայեցակարգի բնութագրից. նախ այն ամենից առաջ ենթադրում է գործընկերոջ, մատակարարի, գնորդի վրա բարենպաստ տպավորություն թողնելու կարողությունների համակարգ: Այս համատեքստում պետք է նշել, որ գործարարի հաջողությունը կախված է ոչ միայն ընդհանուր մասնագիտական պատրաստվածությունից, այլ նաև կոմերցիոն հոգեբանության իմացությունից: Կոմերցիոն հոգեբանության հետ սերտորեն կապված են էթիկայի (էթիկետի) հասկացությունները: Էթիկան մարդու բարոյական վարքի նորմերի կամ նրա բարոյական վարքի սկզբունքների համակարգ է: Մարդկային բարոյական վարքագծի այս նորմերում կարող են ներառվել ազնվությունը, պատրաստակամությունը, նվիրվածությունը, վեհանձնությունը, հավատարմությունը սեփական խոսքին և այլն [2, էջ 35-36]:

Ինչ վերաբերում է տարբեր ազգերի մոտ ձեռնարկատիրության վարման և բիզնես փոխհարաբերությունների հաստատման հոգեկերթվածքի կամ լեզվամտածողության առանձնահատկություններին, ապա պատմականորեն, ըստ ամենայնի, տարբեր մոտեցումներ կարելի է վերհանել, օրինակ.

- Ամերիկացի գործարարների հետ աշխատանքը պահանջում է առավել օպերատիվություն և ձևակերպումներում հստակություն: Ավելի հավանական է հանդիպել շիտակ մարդկանց, ովքեր գնահատում են ազնվությունն ու անկեղծությունը մարդկանց մեջ, արագ անցնում են գրույցի բուն էությանը և ժամանակ չեն վատնում ձևականությունների վրա:

- Անգլիացի գործարարներն ունեն արդարության բարձր գգացում, հետևաբար ձեռնարկատիրության վարման ընթացքում հավատ են դավանում արդար խաղի նկատմամբ և չեն հանդուրժում խորամանկությունն ու խաբեությունը: Ուստի, բանակցությունների ընթացքում հազվադեպ կարելի է լսել ասվածի կատեգորիկ և անմիջական գնահատականներ, փոխարենը՝ օգտագործում են «հնարավոր է», «միգուցե», «ինձ թվում է», «կարծում եմ» և այլ արտահայտություններ:

- Ֆրանսիացի գործարարներն ուշադրությամբ պատրաստվում են առաջիկա բանակցություններին: Նրանք սիրում են մանրակրկիտ ուսումնասիրել ներկայացված առաջարկների բոլոր կողմերն ու հետևանքները: Արդյունքում, նրանք նախօրոք որոշում են իրենց բանակցային դիրքորոշումը, ապա համառորեն պաշտպանում են այն՝ չընդունելով փոխզիջումներ: Ֆրանսիացիներն ավելի նրբակիրթ են, քան քաղաքավարի, թերահավատ և հաշվենկատ, խորամանկ և հնարամիտ, և միևնույն ժամանակ՝ խանդավառ, սրամիտ և առատաձեռն: Երբեմն նրանք ցուցաբերում են վերաբերմունքի պարզություն, երբեմն նրանք ամբարտավան են: Եթե Անգլիայում խոսելու արվեստը հաճախ հանգում է լռելու ունակությանը (անգլիացիները դա տեսնում են զսպվածության և կոռեկտության մեջ), ապա Ֆրանսիայում, որտեղ սիրում են ճարտարախոսել և բառերով փայլել, լուռ մարդը տարակուսանք է առաջացնում և նույնիսկ՝ արհամարհանք:

- Գերմանացի գործարարներն առանձնանում են ճշտապահությամբ, աշխատասիրությամբ, խնայողությամբ, ռացիոնալությամբ, կազմակերպվածությամբ,

խոհեմությամբ և կարգապահություն հաստատելու ցանկությամբ: Շփման ընթացքում գերմանացի գործընկերների հարգանքին կարող են արժանանալ միայն այս հատկանիշներն ընդօրինակողները, ինչը և բարենպաստ ազդեցություն է ունենում բանակցությունների ընթացքի և հետագայում որոշումների կայացման վրա:

- Չինացի գործարարները երբեք որոշումներ չեն կայացնում առանց պայմանադիր բոլոր ասպեկտները մանրակրկիտ ուսումնասիրելու: Սկզբնական փուլում նրանք փորձում են որոշել բանակցողներից յուրաքանչյուրի կարգավիճակը, նրանց հոգեբանական առանձնահատկություններն ու նախասիրությունները: Ըստ այս երկրում տիրող տեսակետների՝ բիզնեսը, դիվանագիտությունը և պատերազմը շատ ընդհանրություններ ունեն: Ամենուր պետք է ուշադիր լինել մանրուքների նկատմամբ, ամենուր պետք է կառուցել ռազմավարություն և նրբանկատ և հետևողական լինել մարտավարության մեջ: Հետևաբար, բանակցությունների առաջին փուլում չինացի գործարար շրջանակների ներկայացուցիչները հիմնականում ուսումնասիրում են իրենց հակառակորդներին (գործընկերներին)՝ չբացելով սեփական խաղաքարտերը և խուսափելով հստակորեն սահմանել համատեղ բիզնեսի գներն ու պայմանները:

- Ճապոնացի գործարարներն առանձնանում են աշխատասիրությամբ, խմբային նորմերին ու ավանդույթներին մնալով հավատարիմ, զարգացած գեղագիտական զգացումով, կարգապահությամբ, պարտքի զգացումով, քաղաքավարությամբ և ինքնատիրապետմամբ [3, էջ 252-259]:

Ինչպես երևում է՝ զարգացած երկրներում գործարար հարաբերությունների կառուցման ազգային հոգեբանական առանձնահատկությունների հիմքում ընկած է կարգապահությունը, քաղաքավարիությունը, նրբանկատությունը, ազնվությունն ու արդարամտությունը:

Բիզնեսի հոգեբանության ուսուցումը և հրապարակայնացումը, մասնավորապես՝ մարդկային կապիտալի առանցքային դերի մասին, ձեռնարկատիրության վարման և որոշումների կայացման հոգեբանական սկզբունքների, անձնակազմի արդյունավետ կառավարման լավագույն փորձի և անձի հոգեկերթվածքի գնահատման միջավայրերի վերաբերյալ յուրովի կարևորություն են ներկայացնում յուրաքանչյուր ժամանակաշրջանի համար, քանզի բիզնեսի հոգեբանության ուսումնասիրությունների սահմանները, տվյալ իրականությանը հատուկ հիմնախնդիրներով և առանձնահատկություններով, ժամանակին գուզընթաց ընդլայնվում են [4,5,6]:

Սակայն և, ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն, բիզնեսի հոգեբանությունը կարող է օգտագործվել ինչպես ձեռնարկատիրության վարման գրեթե բոլոր ասպեկտները բարելավելու համար, այնպես էլ տնտեսական հանցագործությունների կատարումը վաղաժամ կանխելու նպատակով: Այս առումով, կարծում ենք, հատկանշական են վաղուց հայտնի, սակայն և այժմեական կանոնների ընդունումը և ներառումը բիզնեսի կազմակերպման ներկայիս օրակարգ, որով և բիզնեսի ստեղծման պահից ընկերության հիմնադիրների, մասնակիցների, կառավարիչների, շահագրգիռ այլ անձանց և անձնակազմի գործողություններում հնարավոր է ներդնել տնտեսական հանցագործությունների կատարումը վաղաժամ կանխելու առումով նոր հոգեկերտվածք՝ բարելավելով Հայաստանի Հանրապետությունում ձեռնարկատիրության վարման աշխարհընկալումը, մասնավորապես՝

1. Բիզնեսի կազմակերպման մեջ պետք է լինել օրինապաշտ, կարգապահ և սկզբունքային.

2. Ձեռնարկատիրությունն անհրաժեշտ է վարել գրագետ և բարեվարք հաղորդակցության միջոցով.
3. Եկամուտների վերահսկման և պլանավորման ժամանակ պետք է խուսափել ժլատություն, ազահություն, դրամապաշտություն (ընչաքաղցություն) ցուցաբերելուց.
4. Աշխատել թիմային սկզբունքով, մասնավորապես՝ ծանր իրավիճակներում դժվարագույն խնդիրների լուծման ժամանակ ոգևորել և հավատ ներշնչել աշխատակիցներին.
5. Շահույթի ավելացմանը զուգահեռ վերանայել աշխատակիցների աշխատավարձերի և պարգևավճարների վճարման համակարգերը, քանզի աշխատակիցներին վճարվող եկամուտը՝ աշխատանքի բարելավմանը շահադրդելու առումով համարվում է առաջնային շարժառիթ.
6. Անձնակազմի կառավարման սկզբունքներում առաջնային տեղ հատկացնել աշխատակիցների մասնագիտական և մարդկային որակների գնահատմանը, ինչպես նաև նրանց սոցիալական հոգածությանը, քանզի մարդն իրեն գնահատված զգալով, բարձրացնում է իր աշխատանքի արդյունավետությունը.
7. Ազնվություն ցուցաբերել գործընկերների, համասեփականատերերի նկատմամբ, նրանց հետ համագործակցել իրենց լավ մտահղացումների շուրջ, գնահատել առաջարկված գաղափարները և նորույթները.
8. Պետական շահը հավասարեցնել ձեռնարկատիրության շահին, եկամուտների ստացման թափանցիկությունը և շահույթը չթաքցնելը դիտարկել առաջին պլանում.
9. Բարեխղճորեն վճարել պետական հարկերը, պարտաճանաչ կերպով կատարել փոխատուների և պայմանադիրների հանդեպ ունեցած պարտավորությունների մարումները:

Ինչ խոսք, վերը թվարկվածներն առավելապես բիզնեսի հոգեբանության ոլորտի դրույթներ ընդունելով, պետք է տնտեսական հանցագործությունների կանխարգելման համատեքստում անհրաժեշտաբար դիտարկել որպես ձեռնարկատիրության վարման սկզբունքային կանոններ, քանզի նոր աշխարհընկալման ներգործությունը և այս առումով գործողությունների համակարգման վաղ փուլում տնտեսական հանցագործությունների կանխումը, ընդհանուր առմամբ, նվազեցնում է հանցագործությունների կատարումը: Այսինքն, վերստին կարելի է ամրապնդել այն ընդունված կարծիքը, որ հանցագործության կանխարգելումը շատ ավելի արդյունավետ է, քան հանցագործության դեմ պայքարի այլ մեթոդներ:

Գրականության ցանկ

1. Психология бизнеса. Теория и практика: учебник для магистров / под общ. ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 509 с. Шербатых Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса: Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2008. - 304 с.
2. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 500 с.

3. Business Psychology in Practice: Edited by PAULINE GRANT, Whurr Publishers 2005.
4. Thinking, Fast and Slow (Hardcover) by Daniel Kahneman (shelved 19 times as business-psychology) published 2011
5. McKenna, Eugene F., Business psychology and organizational behaviour : an introductory text / Eugene McKenna. 2012 Psychology Press (2020 - 6th ed).

ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕСА. ИЛИ - НОВЫЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Мамиконян К.О., Галстян Э.Л.

В статье, в контексте предотвращения экономических преступлений рассмотрены некоторые основные правила ведения бизнеса, которые в большей степени представлены в области психологии бизнеса. Создание эффективной системы управления в бизнесе, надежных партнерских отношений, устойчивой корпоративной репутации, а также получение конкурентных преимуществ, в качестве факторного анализа, пусть даже непрофессионально, рассматриваясь в рамках психологии, для достижение вышеупомянутых бизнес-целей влекут за собой повышение роли «личности» в бизнесе, максимально направляя в сложных ситуациях личностные действия при решении бизнес-задач или принятии решений. Для повышения морально-психологической роли «личности» также необходимы регулярные инвестиции и постоянное внимание к улучшению ее влияния на бизнес-среду, что в свою очередь требует специальных исследований, в такой области, как психология бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, психология бизнеса, экономические преступления, предпринимательство, правила ведения бизнеса.

PSYCHOLOGY OF BUSINESS: OR - NEW BUSINESS RULES IN THE CONTEXT OF THE PREVENTION OF ECONOMIC CRIMES

Mamikonyan K., Galstyan E.

In the article, in the context of the prevention of economic crimes, some basic rules of doing business were considered, which are more represented in the field of business psychology. Creating an effective management system in business, reliable partnerships, a stable corporate reputation, as well as obtaining competitive advantages, as a factor analysis, even if not professionally, considered within the framework of psychology, to achieve the above-mentioned business goals entails increasing the role of the "personality" in business, maximally directing personal actions in difficult situations when solving business problems or making decisions. To increase the moral and psychological role of the "personality", regular investments and constant attention to improving its impact on the business environment are also necessary, which in turn requires specialized research in such an area as business psychology.

Keywords: business, business psychology, economic crimes, entrepreneurship, rules of doing business.

Ներկայացվել է խմբագրության 15.08.2023

Ընդունվել է տպագրության 01.12.2023