

L.G. Desfontaines, A.V. Snigir

STEREOTYPES IN BUSINESS: TYPES AND INFLUENCE ON BEHAVIOR

Larisa Desfontaines – senior lecturer, Higher School of Service and Trade, Institute of Industrial Management, Economics and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, PhD in Psychology, associate professor, St. Petersburg; e-mail: lja2@yandex.ru.

Alexandra Snigir – assistant, Higher School of Service and Trade, Institute of Industrial Management, Economics and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg; e-mail: alexandra_snigir@mail.ru.

We analyze the influence of social stereotypes on people involved in business. We introduce a classification of stereotypes affecting the behavior of people in business. Each of the business stereotype types is characterized and its influence on human consciousness is described.

Keywords: social stereotypes; roles; business; influence of stereotypes; management; classification of stereotypes.

Л.Г. Десфонтейнес, А.В. Снигирь

СТЕРЕОТИПЫ В СФЕРЕ БИЗНЕСА: ВИДЫ И ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ

Лариса Григорьевна Десфонтейнес – доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кандидат психологических наук, доцент, г. Санкт-Петербург; e-mail: lja2@yandex.ru.

Александра Васильевна Снигирь – ассистент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, г. Санкт-Петербург; e-mail: alexandra_snigir@mail.ru.

В статье приведен анализ влияния социальных стереотипов на людей, чья деятельность связана с бизнесом. Представлена классификация стереотипов, влияющих на поведение людей в сфере бизнеса. Приведена характеристика каждого из выделенных типов бизнес-стереотипов и описано их воздействие на сознание людей.

Ключевые слова: социальные стереотипы; роли; бизнес; влияние стереотипов; управление; классификация стереотипов.

Стереотипом называется упрощенное представление, которое формируется в сознании и реализуется в деятельности без использования собственного опыта. В книге «Психология влияния» Роберт Чалдини отмечает, что люди не могут проанализировать и продумать детально каждое свое решение, поэтому они акцентируют свое внимание на использовании стереотипов [6, с. 11]. Однако это может привести к ошибочным решениям.

Сtereотипы можно разделить на три группы: связанные с личностными осо-

бенностями человека, связанные с финансами, а также те, которые имеют отношение к конкурентам и клиентам.

К стереотипам, которые зависят от особенностей человека, относится суждение, что предпринимателями невозможно стать, нужно родиться ими. Существует также мнение, что отсутствие уверенности в себе, низкая самооценка могут быть препятствием к успеху в бизнесе.

К стереотипам, связанным с конкурентами и клиентами, относится мнение, что сложно придумать то, чего нет у дру-

гих, что существует трудность удивить покупателя [7]. К области финансов относится стереотип о поиске инвестора. Сложно найти инвестора, который бы заинтересовался идеями, был бы готов вложить свои средства в новый бизнес [7]. Этот стереотип вводит в заблуждение человека, желающего стать предпринимателем, что приводит его к отказу от задуманного плана и тем более его воплощения. Еще одним важным стереотипом является вседозволенность в отношениях с подчиненными [4, с. 105]. Этот стереотип заключается в убеждении, что руководитель может принимать любые карательные меры и способы поощрения по отношению к сотрудникам, так как он обладает властью, статусом, превосходит других в структуре организации. Существует «стереотип трудоголика» [4, с. 106], суть которого заключается в том, что работник постоянно концентрирует внимание на собственной деятельности.

Стереотипы могут иметь положительное и отрицательное воздействие на человека. С одной стороны, следование стереотипам блокирует проявление индивидуальности как бизнесмена, так и того, кто им хочет стать. С другой – следование стереотипам облегчает жизнь, позволяет экономить время, не подключать дополнительные ресурсы [5]. Это может привести либо к проблемам ведения бизнеса для управляемца, либо начинающий предприниматель так и не сможет начать свое дело, поскольку у него пропадет мотивация [2].

Сtereотипы в сфере бизнеса затрагивают как предпринимателей, так и тех, кто намеревается начать свой бизнес [1]. Стереотипное мышление заставляет действовать по установленным «шаблонам поведения», тем самым блокируя проявление

индивидуальности, вызывая страх и занижая самооценку. Личность руководителя влияет на ценности корпоративной культуры и ее нормы [3], что будет отражаться в показателях устойчивости предприятия. Это негативно влияет на реализацию намерений, которые могут так остаться планами, что приводит к неблагоприятным последствиям как для самого предпринимателя, так и для его окружения и бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Десфонтеинес Л.Г. Психологические аспекты деятельности менеджера // Международный технико-экономический журнал. 2015. № 3. С. 70–73.
2. Корчагина Е.В. Разработка модели анализа устойчивого развития компании // Проблемы современной экономики. 2011. № 4 (40). С. 133–136.
3. Корчагина Е.В. Роль корпоративной культуры в обеспечении эффективного управления и перехода к устойчивому развитию компании // Проблемы современной экономики. 2009. № 1 (29). С. 255–259.
4. Одинцов А.А. Менеджмент организаций: введение в специальность. М.: Экзамен, 2004. 320 с.
5. Рысеева А.С., Антропова И.Ю. Стереотипное мышление и его влияние на человека // LXV INTERNATIONAL CORRESPONDENCE AND PRACTICAL CONFERENCE. 2019. С. 84–86.
6. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
7. 10 стереотипов бизнеса, которые мешают вам стать крутым бизнесменом // Генеральный директор. Персональный журнал руководителя. 2019: [сайт]. URL: <https://www.gd.ru/articles/10221-stereotipy-biznesa> (дата обращения: 27.11.2020).