

ОСОБЛИВОСТІ МАНІПУЛЯТИВНИХ ВПЛИВІВ ПІД ЧАС ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Розкрито сутність поняття «маніпуляції» та проводиться його розрізнення з процесом актуалізації в розрізі особливостей використання у процесі прийняття інвестиційних рішень; аналізуються основні типи маніпуляторів.

Вступ та постановка задачі

У сфері економічних дій часто виникає ситуація, у якій психологічні аспекти економічної діяльності чинять вплив на вирішення того, «що», «як» і «для кого» виробляти, які є ключовими питаннями економіки, або щось, що характеризує результати цих рішень. У цьому випадку менеджерам потрібні знання про психологічні аспекти поведінки та життєдіяльності людини.

Досить поширеним в здійсненні впливів останнім часом у бізнесі стало використання маніпуляцій. Мала дослідженість психологічних механізмів в економіці викликає необхідність глибшого та комплексного аналізу маніпуляцій у процесі прийняття інвестиційних рішень.

Вивчення проблем і сутності інвестування та інвестиційних рішень в економічному плані достатньо широко розкрито у роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців (І. Бланк, Л. Борщ, В. Федоренко, Р. Кемпбелл, Дж.-М. Кейнс, І. Ліпсиць, К. Макконел, А. Мертенс). Розглядаючи дослідження науковців стосовно психологічних впливів у бізнесі варто відмітити праці Е. В. Ігнатова, В. В. Павловського, Т. П. Куриленко, В. В. Хрустальову, Е. В. Сидоренко, В. В. Мухортова та ін.

Звертання до дослідження особливостей маніпулятивних впливів, крім поширеності маніпуляцій, зумовлене також малою дослідженістю психологічних механізмів в прийнятті інвестиційних рішень як в економіці загалом, так і в діяльності менеджера зокрема.

Основна частина

В економічній взаємодії поведінка однієї людини нерідко сприяє змінам у діях і почуттях іншої людини, тобто справляє на неї певний вплив. Спеціалісти з менеджменту зазначають, що вплив — це будь-яка поведінка одного індивіду, яка вносить зміни в поведінку, взаємини, почуття, іншого індивіду. Психологи вважають, що індивідуальний вплив — це процес і результат зміни однією людиною поведінки іншої людини (її установок, уявлень, думок, оцінок тощо) під час взаємодії з нею. Будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів або дій.

У спілкуванні, в тому числі й діловому, ми маємо справу з різними видами впливу. Можна розглядати індивідуальний вплив двох суб'єктів один на одного, лідера та будь-якого члена групи на інших, а також спільний вплив групи на підгрупи, взаємний вплив групи одна на одну. Індивідуальний вплив має місце, коли є потреба в інформації, роз'ясненні, спільній діяльності. Важливо, що менеджери намагаються вплинути на інших своєю зацікавленістю в справі. Психологічна природа різних видів впливу не однакова і кожний з них використовується з певною метою і за певних умов.

Інвестиційне рішення — є результатом конкретної психологічної діяльності, який включає:

- 1) постановку цілей;
- 2) вивчення проблеми на основі отриманої інформації;
- 3) вибір та обґрунтування критеріїв ефективності та можливих наслідків прийнятого рішення;
- 4) обговорення зі спеціалістами різних варіантів вирішення проблеми;
- 5) вибір і формування оптимального рішення;
- 6) прийняття рішення, конкретизація рішення для його виконання.

Більшість людей приймаючи певне інвестиційне рішення (тобто здійснюючи навіть просту покупку) зазвичай керуються зовсім не логічними чи раціональними міркуваннями.

Інвестиційне рішення може бути прийняте виходячи з певних психологічних причин.

1. Люди приймають рішення в залежності від того, як була сформульована пропозиція щодо нього (наприклад, в позитивному чи негативному ключі).

2. В психологічному плані володіння грошовими коштами і будь-якою «майбутньою подією» — не рівнозначні. Наприклад, люди, які купили квиток в театр і втратили його, як правило, не готові купити інший квиток. Однак ті, хто втратив гроші (суму рівну вартості квитка), зазвичай готові купити новий квиток.

3. Люди погоджуються на певне інвестиційне рішення набагато частіше коли їм пропонуються певні альтернативні варіанти, однак в невеликій кількості. Коли альтернатив занадто багато, люди часто губляться і відмовляються від покупки.

На перший погляд, жоден з перерахованих факторів не повинен першочергово визначати остаточне рішення споживачів купити певний товар чи інвесторів приймати рішення про вкладення коштів. Однак в житті все відбувається навпаки. Дослідження показали, що в сферах збуту та інвестування достатньо враховувати лише ці три правила, щоб суттєво підвищити ефективність укладення інвестиційних домовленостей. Таким чином, врахувавши психологічні механізми поведінки людей, можна завжди змінити відношення, ставлення і уявлення людей [1].

Методи прийняття рішення, які використовують менеджери можуть бути різними, але всі вони спрямовані на досягнення наміченої мети — прийняття найоптимальнішого інвестиційного рішення. Один з них — метод, заснований на інтуїції керуючого, яка обумовлена наявністю в нього накопиченого раніше досвіду та заняття в конкретній сфері діяльності, що допомагає обрати правильне рішення. Другий метод, заснований на наявності «здорового глузду», коли менеджер приймає рішення, підтверджує їх життєвою логікою, зміст якої спирається на накопичений ним практичний досвід. Інколи рішення приймаються, спираючись на науково-практичний підхід, що визначає вибір оптимальних рішень на основі обробки великої кількості інформації, що допомагає всебічно. Але існують також непоодинокі випадки коли до прийняття інвестиційного рішення людину спонукають, застосовуючи маніпуляцію.

В сучасних умовах в практиці інвестиційні рішення багато в чому залежать від тих психологічних прийомів, що застосовуються до інвестора. Одним з найпоширеніших методів, що використовуються для стимулювання прийняття інвестиційних рішень сьогодні є маніпуляції. Маніпуляція — це навмисне і приховане спонукання іншої людини до переживання станів, прийняття рішень і виконання дій, необхідних для досягнення маніпулятором певних його цілей [2].

Необхідність розгляду особливостей маніпулювання пов'язана з двома аспектами. Важливим є з'ясування виду можливих маніпулятивних впливів під час прийняття інвестиційних рішень та накопичення знань у цій сфері для того, щоб людина могла адекватно розуміти ситуацію, коли вона є учасником прийняття рішення та могла б зайняти таку позицію, яка б виключала можливість маніпулювання.

Припустимо, що покупка в магазині є прикладом інвестиційного рішення. Наприклад, жінка, бажаючи придбати зимову обновку вирушає до магазину. Люб'язні продавці пропонують декілька пуховиків та пальт на різні смаки, а, відповідно, і на різний розмір гаманця. Покупець має широкий вибір, однак знайомі з маніпулятивними техніками продавці можуть наголосити на нездатності жінки придбати розкішне манто, що продається в сусідньому відділі. Таким чином, продавці, бажаючи, матеріально збагатитися використовують маніпуляцію. Жінка, бажаючи продемонструвати належність до більш високого статусу, купує не зовсім потрібну, не обов'язково зручну, однак вже точно дорогу річ.

Психологічних засобів, які можуть вплинути на прийняття інвестиційних рішень досить багато. Більшість використовує їх стихійно, інтуїтивно, але варто врахувати, що зараз існує можливість навчитися деяким психологічним методам у спеціальних школах, на тренінгах з практичної психології та менеджменту.

Сучасні маніпуляції, як і в минулому, розвиваються і постійно вдосконалюються, пристосовуючись до нових реалій. За їх допомогою людина ж прагне досягнути секрети людської природи, але з єдиною метою — щоб краще контролювати людей. Більш за все маніпулятор боїться що хто-небудь, навіть близька людина, дізнається про його справжні наміри. Приховування своїх істинних глибинних почуттів — це клеймо маніпулятора. Маніпулятор дуже любить керувати, але парадокс полягає в тому, що чим більше він любить керувати, тим сильніша в нього потреба бути керованим кимось іншим [3].

Маніпуляції на сьогоднішній день стали настільки звичним, повсякденним явищем, що люди

перестали їх помічати. Характерними особливостями маніпуляцій є: усвідомленість маніпулятором своїх цілей та засобів, прихованість цих цілей маніпулятором; прихованість засобів маніпулятора.

Маніпуляція може бути розглянута як цілеспрямований стимул будь-якої природи (звуки, слова, жести, міміка, пози, картинки в журналі і рекламне оголошення в газеті), метою якого є спонукання до прояву певної реакції. Маніпуляція — це використання стимулів, які заздалегідь передбачають реакцію на них, і які використовуються саме для того, щоб викликати таку реакцію. Маніпулятор — це людина або ж частина нашої особистості, яка суб'єктом маніпулювання може обрати: іншу людину; частину нашого «Я»; соціальну групу (рис. 1). Якщо ж маніпулятором виступає соціальна група, то суб'єктом також буде людина та інша соціальна група.

Виявлення маніпуляцій у відносинах та грамотна протидія їм можливі, якщо знати типи маніпуляторів. Існують різні підходи до класифікації маніпуляторів, однак одним з найпоширеніших є підхід відомого психолога Еверетт Шострома, яка виділяє такі типи маніпуляторів [3]:

1. *Диктатор* — як правило перебільшує свою силу, домінує, наказує, цитує авторитети, робить усе, щоб керувати своїми жертвами.

2. *Ганчірка* — зазвичай жертва диктатора і його прямиї антипод. Такий маніпулятор перебільшує свою чутливість. При цьому використовуються прийоми забування, вміння не чути, пасивно мовчати.

Наприклад, людина весь час говорить про складні проблеми свого життя, твердить, що почувається нещасною, розраховуючи на жалість та співчуття. Бажаючи бути милосердним, партнер робить зусилля, щоб допомогти такій людині, насправді ж, може статися, що в того, хто допомагає, життєва ситуація може бути об'єктивно гіршою. Але ця людина, на відміну від маніпулятора, звикла вирішувати їх самостійно і поряд зі своїми проблемами тягне на собі «віз» чужих проблем, які нав'язав йому маніпулятор.

3. *Калькулятор* — перебільшує необхідність всіх завжди контролювати. Він сам обманює, вислизує, бреше; з однієї сторони, намагається уникнути контролю інших, а з другої — перевіряє інших.

4. *Прилипало* — повна протилежність калькулятору. З усіх сил перебільшує свою залежність. Це особистість, яка бажає бути предметом піклування. Дозволяє і непомітно заставляє інших робити за неї роботу. Дечому схожий на ганчірку.

5. *Хуліган* — перебільшує свою агресивність, жорстокість, недобрпорядність.

6. *Славний хлопець* — перебільшує свою турботу, любов, увагу, він «вбиває своєю добротою».

7. *Суддя* — перебільшує свою критичність, він нікому не вірить, повен звинувачень, незадоволення, йому важко пробачати інших.

8. *Захисник* — він псує інших, надзвичайно виявляючи свою підтримку, співчуває через міру, не дозволяє тим, кому співчуває, стати на свої ноги і вирости самостійною людиною. Дещо схожий на славного хлопця.

За певних умов, зрозумівши механізми маніпуляції та тип маніпулятора, такі відносини можна побудувати виходячи з протилежної настанови — актуалізації.



Рис. 1. Суб'єкти, до яких використовуються маніпуляції

Актуалізатор — це людина, яка поважає гідність інших, переконливо виявляє свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти свій власний шлях до дій, прийняття рішень. Нажаль, актуалізатори навіть серед керівників та менеджерів трапляються не дуже часто. Актуалізація — це визнання незалежності іншого і його права бути іншим, це природність, повнота емоційного життя у дану конкретну мить спілкування (рис. 2).

Враховуючи відмінності дій маніпулятора та актуалізатора і переваги актуалізації як засобу впливу, необхідно менеджеру самому прагнути при застосуванні впливів виступати як актуалізатор та спонукати до цього партнерів.

До цього часу проблема чіткого розмежування механізмів актуалізації та маніпуляції є актуальною. Маніпуляція є видом певного психологічного впливу, наслідком якого буде приховане збудження у іншій людини намірів, які не співпадають з його актуально існуючими бажаннями, тобто актуалізація здійснюється як момент партнерського спілкування, вона здійснюється в інтересах обох партнерів, це процес ідентифікації людини як рівної, самостійної, сформованої особистості з почуттями поваги та розуміння інших людей.

Висновки

На сьогоднішній день у бізнесі використовують вплив як на раціональну, так і на емоційну сферу особистості, активну взаємодію того, хто переконує, та того, кого переконують. Оцінюючи структуру та особливості умов функціонування будь-якої організації, можна визначити економічні ситуації, в яких переважають психологічні фактори, зокрема маніпуляції та актуалізації як механізми функціонування підприємства, зокрема у процесі прийняття інвестиційних рішень.



Рис. 2. Критерії розрізнення механізмів маніпуляції та актуалізації

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маніпульована демократія. — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n30texts/N30-manipul.htm>.
2. Сидоренко Е. В. Тренінг впливння и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. — С-Пб, 2003. — 255 с.
3. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор / Э. Шостром. — Минск: ТПЦ «Полифакт», 1992. — 128 с.
4. Маніпуляції. — [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://psyberia.ru/psychodiary/manipulation>.
5. Крукеницька О. Маніпулятори та маніпулятивні системи. — [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://piznajsebe.at.ua/publ/nomer_11/manipuljatori.
6. Карачина Н. П. Теоретичні підходи до аналізування та оцінювання інвестиційних проектів / Н. П. Карачина, А. В. Вітюк. // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. — ДНУ. — 2010. — Т. VI, вип. 260. — С. 1645—1654.

Рекомендована кафедрою культурології, соціології, педагогіки та психології

Стаття надійшла до редакції 20.06.11

Рекомендована до друку 19.09.11

Мацко Лариса Анатоліївна — доцент кафедри культурології, соціології, педагогіки та психології;

Вітюк Анна Валеріївна — студентка Інституту магістратури, аспірантури та докторантури.

Вінницький національний технічний університет, Вінниця