

УДК 159.9:331.101.3

DOI: 10.18384/2310-7235-2016-2-104-116

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА

Утлик Э.П.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А*

Аннотация. В статье представлены результаты оценки методологической готовности организационной психологии и смежных дисциплин к психологическому исследованию рынка труда. Описана экспертная процедура извлечения психологических компонентов из экономических и социологических трактовок трудового рынка. Дано психологическое определение рынка труда. Изложена коммуникативная модель рынка труда и его социально-психологическая структура. Показаны психологические признаки «несовершенства» рынка труда, в частности, асимметричность отношений его участников. Намечены возможности гуманистического развития рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда как социально-психологическое явление, безработица, самопрезентация, рыночная компетентность, человек как участник психологического отбора, симметрия взаимоотношений.

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF THE LABOUR MARKET

E. Utlik

*Moscow State Regional University
10A, Radio str., Moscow, 105005, the Russian Federation*

Abstract. The article presents the results of the evaluation of methodological readiness of organizational psychology and related disciplines to the psychological study of the labor market. Described extraction procedure is expert psychological components of economic and sociological interpretations of the labor market. Formulated the psychological definition of the labor market. Presented communicative model of the labor market and its social and psychological structure. Showing signs of psychological “imperfections” of the labor market, in particular, asymmetrical relations of its members. Outlined possibilities of humanistic development of the labor market.

Key words: the labor market as a socio-psychological phenomenon, unemployment, self-presentation, market competence, the person as a member of psychological selection, symmetry relations.

Любая организация связана с рынками: потребительским, финансовым, сырьевым и, конечно же, рынком труда. Организационные службы персонала работают на этом рынке, изучают состояние и прогнозируют динамику, чтобы использовать его возможности, и поэтому сами являются его частью. Организа-

ции проявляют интерес к результатам периодических обследований свободной рабочей силы многочисленными государственными, коммерческими и общественными структурами. Кроме того, они могут проводить собственные исследования, имея в виду свои интересы.

Организация, которая четко представляет, какие люди, с какими компетенциями, качествами и перспективами роста ей нужны, получает конкурентные преимущества. Она собирает информацию о присутствии таких людей в своем регионе не только сегодня, но и в будущем. Ответственная организация заботится о собственной привлекательности для потенциальных работников. Она ищет данные о конкурентах-работодателях и их планах относительно персонала. Организация прогнозирует перемены показателей по всем выше перечисленным позициям в ближайшее время и в отдаленном будущем.

Проблема. Многочисленные исследования и текущая практика говорят о том, что рыночное поведение организационных служб персонала развивается слабо, как, впрочем, и институтов регуляции рынка труда. Массовые обследования здесь носят односторонний – преимущественно экономический, отчасти социологический, – характер.

Научно-психологический мониторинг только складывается, едва намечены его предпосылки, которые представлены исследованиями преимущественно безработицы (безработных) и носят явно академический характер. За последние несколько десятилетий опубликовано много психологических исследований подобного

рода. Психологи изучают состояние и поведение безработных, влияние безработицы на психическое здоровье людей, психологические типы безработных; способы адаптации безработных в трудной жизненной ситуации; влияние локуса контроля на восстановление занятости; адаптацию молодых специалистов на рынке труда; преодоление человеком кризиса, связанного с потерей работы; влияние трудовой занятости на психическое здоровье человека на этапах профессионализации и др. Только после 2000 г. защищено 15 психологических диссертаций по аналогичной тематике, в том числе одна докторская.

Как видно, преобладает психотерапевтическая ориентация исследований некоторых рыночных аспектов труда, прежде всего, безработицы. Решаются задачи, порождаемые трудностями, которые испытывают люди в связи с угрозой безработицы, в ситуации безработицы, адаптацией к новым условиям труда, жесткой конкуренцией, низкой оценкой труда и тому подобными обстоятельствами.

При всей значимости указанных исследований нельзя не заметить их дистанционности от организационно-психологических потребностей, от задач, повседневно решаемых менеджерами и службами персонала. Не имея нужных научных данных, организации работают интуитивно, используя личный ограниченный опыт, анализируют формальную, малосодержательную информацию, которая недостаточна для быстрой и объективной оценки реальных возможностей кандидата на замещение вакантной должности.

Во многих организациях заметно

отстает психологическое познание рабочих мест, что не позволяет точно формулировать требования к потенциальным работникам, то есть выходить на рынок труда с четкими запросами относительно рабочей силы и соответствующими предложениями работы.

Психологическая профессиография еще не стала рабочим инструментом. Отечественные и зарубежные методики описания и анализа рабочего места далеки от совершенства. Одна из наиболее полных программ изучения рабочего места (конкретной работы), составлена словацким психологом Я. Райскупом 40 лет назад. Его «фундаментальное описание» содержит 16 вопросов, ответы на которые должны бы дать представление о рабочем месте и его требованиях к работнику [7, с. 50–51]. Ясно, что эта разработка сильно устарела. Более современную профессиографическую программу можно найти в работе под редакцией В.А. Бодрова; автор – Е.М. Иванова. Она также состоит из 16 пунктов, которые нуждаются в развернутых ответах [6, с. 90–91].

Психологический отбор, как в теории, так и на практике выстраивается без опоры на теории личности. Человек изучается в психологии и как субъект труда, и как субъект общения, но почти не рассматривается как участник психологического отбора. В работах по психологии отбора материал о личности либо отсутствует, либо дублирует общепсихологические тексты.

Проводится слишком мало психологических исследований эффективности рекламных объявлений о вакансиях, несмотря на то, что эти объявления поглощают около 10 % всех

рекламных расходов. И большая часть этой огромной суммы затрачивается впустую. Немногочисленные исследования, которые все же были проведены в данной области, оказались очень полезными. Выявлено, например, что информация о самой работе гораздо больше влияет на эффективность объявления о вакансии, чем его стиль, размер или оформление. Доказано также, что упоминание в объявлении о «внутрифирменном обучении» существенно увеличивает число откликов [4, с. 300].

Все это является признаком того, что в психологическом познании рынка труда много белых пятен. Остаются не проясненными теоретические подходы и принципы исследования данного социально-психологического явления. Отсутствуют методологические ориентиры всестороннего психологического познания; трудно найти даже приемлемое психологическое определение рынка труда.

Гипотеза исследования. Односторонность и общая вялость психологических исследований рынка труда обусловлена методологической слабостью прикладных направлений психологии, что выражается в данном случае в отсутствии социально-психологического видения.

Рынок труда как социально-психологическое явление существенно отличается от других рынков насыщенностью психологическими факторами и внутренней конфликтностью. Его специфическая природа обусловлена исходным неравенством позиций участников. Если на прочих рынках люди взаимодействуют по поводу определенных благ, что благоприятствует партнерским отношениям, то

продажа и купля рабочей силы осуществляется на фоне асимметричных отношений.

Путь к выравниванию рыночно-трудовых отношений – последовательное смещение акцентов самооценки субъектов рынка и восприятия содержания их коммуникации: наемные работники должны осознать, что они не являются продавцами своей рабочей силы; они ищут условия, в которых можно реализовать себя наилучшим образом. Подобным же образом, работодатели могли бы понять, что они нуждаются не в рабочей силе, а в сотрудниках, потенциальных партнерах в организуемом и возглавляемом ими коллективном производстве.

Психологическое определение рынка труда

Учитывая состояние психологии трудовых отношений, уместно начинать с определений, количество которых велико, но которые в подавляющем большинстве являются экономическими. В этих определени-

ях психологические составляющие иногда подразумеваются, но явно не представляются. Приходится прикладывать немало усилий, чтобы идентифицировать компоненты, которые явились бы предметом психологического анализа и представили интерес для организационных служб персонала.

Для прояснения психологической природы рынка труда было решено обратиться к экспертным оценкам. В качестве экспертов выступили преподаватели психологии труда, организационной психологии, организационного поведения, психологии управления, экономической психологии девяти московских вузов (23 человека). Они проанализировали около 50 экономических и социологических определений рынка труда, выделили «психологические тенденции» и оценили их. Результаты этой работы представлены в таблице. Обобщение экономических и социологических взглядов на рынок труда дает следующую картину (см. табл.).

Таблица

Психологические признаки, присутствующие в описаниях рынка труда (экономика и социология)

№	Элементы, включенные в определение рынка труда, которым, по экспертной оценке, свойствен «психологизм»	Авторы (экономисты и социологи)	Уровень «психологичности» (экспертная оценка в баллах; 1–10): средние оценки
1	Система общественных отношений	Слезингер	1,3
2	Система отношений между работодателями и работниками, регулируемая соотношением спроса на рабочую силу и ее предложения	Бендюков	3,3
3	Интересы работодателей и наемной рабочей силы	Соколова	2,0
4	Место, где работодатели и работники совместно ведут переговоры, коллективные или индивидуальные, по поводу трудоустройства, условий труда и заработной платы	Квеско	8,3

Окончание таблицы на с. 108

Окончание таблицы

5	Способ объединения тех, кто ищет работу, и всех компаний и прочих организаций, которые ищут работников	Грэхем и Беннетт	5,4
6	Система экономических отношений, связанных с наймом и предложением труда, т.е. с его куплей и продажей; экономическое и географическое пространство – сфера трудоустройства, в которой взаимодействуют покупатели и продавцы труда; механизм, обеспечивающий согласование цены и условий труда между работодателями и наемными работниками	Рофе	6,7
7	Сфера, где идет купля-продажа труда и рабочих мест; органическое единство рынка рабочей силы и рынка рабочих мест	Павленков	3,2
8	Система обмена индивидуальных способностей к труду на фонд жизненных ценностей	Чернявская	3,4
9	Рынок труда состоит из всех тех, кто покупает или продает труд; обеспечение работников работой; координация решений в сфере занятости; заключение добровольных и взаимовыгодных сделок; механизм, с помощью которого регулируется соотношение между работниками и числом рабочих мест; справедливость сделок	Эренберг и Смит	5,1

Как видно из данных таблицы, экономисты, которые не чуждаются психологии, обращают внимание на участников рынка труда и их мотивы, («рынок труда состоит из всех тех, кто покупает или продает труд»), на систему отношений между ними и механизм регуляции этих отношений. Изредка используется такое слово, как «сфера» (сфера, где идет купля-продажа труда и рабочих мест), которое можно трактовать и так, что рынок труда в целом уподобляется «ярмаркам вакансий», которые время от времени устраивают университеты. В общем, складывается некоторый фон, позволяющий применить идеи и принципы психологии для проникновения в глубинные рыночно-трудовые процессы.

Правда, экономисты не слишком верят в подобную перспективу. Теоретики-экономисты справедливо пи-

шут: «Реальное действие рынка труда представляет собой невообразимо сложную картину. Ежедневно буквально миллионы работников и работодателей взаимодействуют между собой, каждый со своим собственным набором стимулов, предпочтений, информации, и представлений о личном интересе». При этом они не видят смысла в психологическом анализе взаимодействий: «Подробное описание индивидуальных решений и факторов, определяющих эти решения, будет иметь ограниченное практическое применение и пользу» [12, с. 6].

Мы с этим не согласны, но понимаем авторов, которые убеждены во всемогуществе своей теории: «Глубокое и часто поистине удивительное постижение сущности поведения личности и взаимоотношений в обществе достигается с помощью экономической теории».

Нечто подобное говорил и Д. Хоманс – социолог, которого у нас принимали за психолога: «Из всех многочисленных подходов к изучению социального поведения чаще всего игнорируется тот, который рассматривает его с экономических позиций» [11, с. 91].

Коммуникативная модель рынка труда

Из экспертных оценок следует, что за отправную точку психологического истолкования рынка труда целесообразно взять подход Р.Б. Квеско [5, с. 5], который признан экспертами наиболее близким к психологии. Рынок труда будем воспринимать как систему коммуникаций и отношений, совокупность переговоров и договоренностей между работодателями и носителями рабочей силы по поводу содержания, количества и качества работы, с одной стороны, и условий труда и оплаты – с другой.

Рынок труда – это царство конкуренции, безработицы, спроса и предложения рабочей силы и рабочих мест. Он регулируется внешними силами: специальными государственными, коммерческими и общественными учреждениями. Одни из этих «метаучастников» рынка действуют на стороне наемных работников (психологи-консультанты, службы занятости, профсоюзы и им подобные государственные и общественные структуры), другие – на стороне работодателей, например, рекрутинговые фирмы. Все это подчиняется определенным законам и юридическим формам.

Это, по существу, *коммуникативная концепция рынка*, акцентирующая серию коммуникаций и их результатов: взаимных поисков, самопрезентаций

разного рода, взаимопроверок, состояний взаимопонимания и договоренностей относительно совместной работы, ее условий и оплаты. Начиная с первого контакта, участники рынка осуществляют самопрезентации, раскрывая себя и стремясь понять своего партнера. Этап самопрезентаций можно считать состоявшимся, если у партнеров сложилось более или менее достоверное представление друг о друге, если они поняли взаимные ожидания и установили их взаимосоответствие (гармоничность). Можно полагать, что благоприятное течение коммуникации приведет к появлению положительных чувств (симпатии, доверия), что и явится достаточным условием для заключения сделки о сотрудничестве неопределенной продолжительности в структуре организации работодателя. Определенную роль в общении наемного работника и работодателя занимает также обмен предметной информацией, источником которой являются данные о предмете и условиях работы, методах выполнения рабочих функций.

Таким образом, психологическую структуру трудового рынка составляют презентации, оценки, ожидания, а также предметная информация – элементы, которыми обмениваются договаривающиеся стороны (см. рис. 1.)

Отличие рыночно-трудовой коммуникации от повседневного человеческого общения заключается в его материальной жизненной значимости; если дружеское общение дает партнерам эмоциональные эффекты, более или менее ценную информацию, взаимопомощь, то результаты контактов на рынке труда создают условия для жизнеобеспечения одной стороне и производственные возможности – другой.

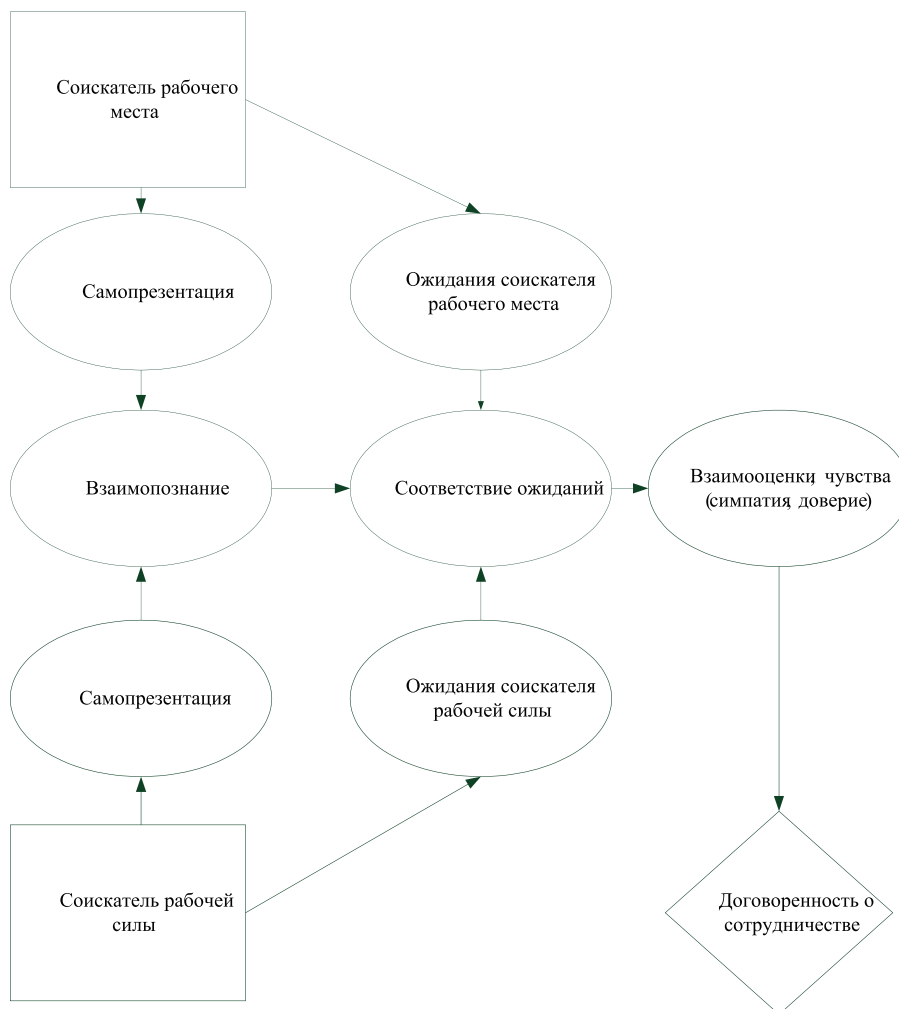


Рис. 1. Коммуникативная модель рынка труда

Рынок труда является средоточием множества экономических, политических, образовательных, демографических, медицинских, личностных и семейных вкладов и, соответственно, проблем. Что касается проблем, то рынок труда порождает их, пожалуй, больше, чем любой другой. Это – бедность, безработица, инфляция, социальная напряженность (митинги,

демонстрации протеста, забастовки), партии, профсоюзы, организации работодателей и т.п. Характерно, что, порождая эти и им подобные проблемы, рынок труда не способен их разрешить.

Сегодня этот рынок – понятие несколько метафорическое; его древним предшественником, как это ни приискорбно, служил рынок рабов, кото-

рый, конечно, в отличие от современного – демократического – рынка, был больше похож на вещественно-товарный.

В строении рынка труда выделяются три основные взаимосвязанные

области: формирования рабочей силы (потенциальная сфера), купли-продажи (рынок в узком смысле слова) и внутриорганизационная область, которую составляют занятые (работающие) сотрудники (см. рис. 2).

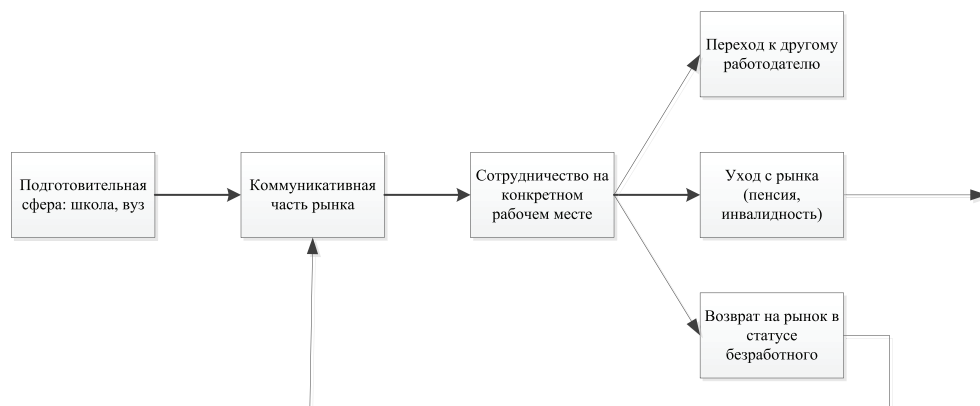


Рис. 2. Звенья рынка труда и движение наемного работника

Рынок труда обеспечивают (пополняют) образовательные учреждения, где готовятся и наемные работники, и работодатели. Качество подготовки обеих этих категорий всегда вызывало и вызывает нарекания. Значительное несоответствие профессиональных компетенций требованиям рабочих мест вызвало к жизни так называемое «контекстуальное обучение», под которым в данном случае понимается формирование «контекстуальных навыков», которые соответствуют специфике данного предприятия. «Требование к обладанию контекстуальными навыками вытекает из понимания уникальности каждой системы, будь то предприятие, группа, человек» [9, с. 179]. Однако сегодня образовательные учреждения работают так, как будто трудового рынка не существует, как будто выпускники университета

непосредственно займут предназначенное им рабочее место. Поскольку это не так, то трудовая компетенция должна включать две группы знаний и умений: рыночную и непосредственно производительную.

Лет 60–70 назад Э. Фромм обрисовал тип «рыночного человека», который не пользовался у него особыми симпатиями и был отнесен к категории «непродуктивных». Согласно Э. Фромму, «только в исключительных случаях успех оказывается преимущественно результатом мастерства и каких-то других человеческих качеств, вроде искренности, порядочности и честности. Успех зависит, по большей части, от того, насколько хорошо человек умеет продать себя на рынке, насколько хорошо он умеет подать себя, насколько привлекательна его «упаковка»...» [10, с. 66–67].

Можно предположить, что Э. Фромм имел дело преимущественно с теми «рыночными людьми», которые были его клиентами, то есть имели некоторые невротические симптомы, но реальность такова, что коммуникации, контракты, сделки все больше и больше заполняют жизнь человека. Д. Белл, автор идеи «постиндустриального общества», отметил, что это общество (по сути, современное), «поскольку оно концентрирует внимание на услугах – человеческих, профессиональных и технологических, – является игрой между людьми, но такая игра требует повышенной степени координации <...> совершенно неожиданным образом жизнь людей стала определяться их взаимоотношениями. В постиндустриальном обществе люди нуждаются только в познании друг друга и должны “либо любить друг друга, либо умереть”» [3, с. 635].

Наметки пути к совершенному рынку труда

Огромную группу психологических проблем, связанных с рынком труда, порождает давно обсуждаемое противоречие между «трудом и капиталом». Ожесточенная борьба между этими персонифицированными категориями проходит красной нитью через историю капитализма. Забастовки, локауты, нищенская заработная плата, немислимой продолжительности рабочий день, ужасающие условия труда, разнообразные способы противодействия рабочих техническому и организационному прогрессу, судебные преследования наемных работников, организующих противостояние капиталу, попытки отдельных предпри-

нимателей, подобно Р. Оуэну, гуманизировать отношения между рабочими и капиталистами – только некоторые штрихи того социально-экономического порядка, который был назван «эксплуатацией человека человеком». Попытка революционным путем преодолеть противоречие между трудом и капиталом, избавиться от эксплуатации наемных работников одним ударом окончилась неудачей. Множество «эксплуататоров» уступило место одному тотальному эксплуататору – государству, власть народа над которым оказалась призрачной¹.

Прогресс в области отношений между трудом и капиталом достигается медленно и постепенно, по мере того, как государство, предприниматели и наемные работники достигают взаимопонимания, находят цивилизованные способы согласования интересов, создают механизмы предупреждения и разрешения конфликтов и достижения социальной защищенности.

Тем не менее социальное, экономическое, а также и морально-психологическое неравенство на рынке труда остается. Можно назвать, по меньшей мере, семь признаков того, что отношения между наемным работником и работодателем являются неуравновешенными (асимметричными), что, конечно, не способствует плодотворному сотрудничеству.

Во-первых, трудовая сделка заключается на территории работодателя, а не в мифическом «пространстве»

¹ Лет 150 назад бытовало романтическое мнение, что находиться на государственной службе значит служить народу, что предпочтительнее, чем работать на частных лиц (Н.Д. Бутовский).

рынка труда. Это приводит к тому, что огромное число людей чувствуют себя просителями работы, а не полноправными партнерами работодателя.

Во-вторых, наемный работник, живущий на зарплату, не может не работать и тогда, когда зарплата намного ниже стоимости воспроизводства рабочей силы. Для человека, базовые жизненные потребности которого не удовлетворены, даже несправедливая, эксплуататорская зарплата лучше, чем ее отсутствие. М. Армстронг пишет: «Именно работодатель, как правило, обладает властью диктовать условия договора, если они не установлены коллективными переговорами. Отдельные работники, за исключением ситуаций, когда они пользуются большим спросом, имеют ограниченные возможности изменять условия контракта, навязанные им работодателем» [2, с. 214].

В-третьих, односторонняя система узаконенных штрафных санкций, которые предпринимает работодатель, считающий, что наемный работник нарушает те или иные организационные установления; само собой разумеется, что таких прав нет у наемного работника. Как видно, взаимоотношения некоторым образом меняются после заключения сделки о работе и оплате. Партнерство, пусть даже не полное, уступает место подчинению, приказу, дисциплине и т.п.

В-четвертых, лишившись работы, наемный работник переходит в категорию безработных, что сопряжено для него с серьезными материальными лишениями и душевными страданиями; работодатель же существенных неприятностей не имеет.

В-пятых, работодатель, заключив-

ший сделку с наемным работником, рассматривает его не как партнера, а как «ресурс», пусть и специфический – «человеческий», но соотносимый с другими ресурсами – финансовыми, материальными и т.д. Между тем, человек в принципе не может быть ресурсом; ресурс – это то, что служит человеку. Человек сам определяет, что для него или у него внутри (разум, благородные чувства, сильная воля, знания и умения) является ресурсом для того, чтобы справиться с внешними или внутренними трудностями.

В-шестых, продавец рабочей силы не имеет тех средств для рекламы и продвижения своего продукта, которыми располагает продавец рабочих мест. Его имиджевые (маркетинговые) возможности несопоставимо меньше и к тому же часто не используются.

И, наконец, в-седьмых, объективное доказательство – сосредоточение богатства в руках работодателей, а не наемных работников, среди которых богатых людей немного. Во всем этом нет ничего нового. Еще в Риторике Аристотеля приводится «изречение Симонида о мудрых и богатых, обращенное к жене Иерона, спросившей, каким лучше быть – богатым или мудрым? Богатым, сказал он, потому что приходится видеть, как мудрецы постоянно торчат у дверей богатых» [1, с. 61].

Таким образом, для понимания психологии рынка труда полезно принять во внимание несколько выводов.

1. Рынок труда имеет коммуникативную природу, усложненную экономическими и политическими факторами.

2. Рынок труда создается: (а) процессами психологической и социально-экономической дифференциации

людей, (б) развитием технологий и крупного производства, (в) общественно-историческими условиями организации производства и обмена.

Условиями, породившими рынок труда, явились: во-первых, разделение труда, во-вторых, естественно-психологическое деление людей на склонных к работе, которую можно выполнить в одиночку, и на склонных к делам, которые превышают возможности одного человека, и, в-третьих, неравномерное распределение в обществе средств производства, включая финансы.

Разделение труда порождает одностороннего работника (буквально «специалиста», «профессионала»), который не может продать результат своего труда конечному потребителю, поэтому разделенный труд предполагает кооперирование. И в качестве «кооператора» выступает работодатель, который организует производство и другие виды прибыльной деятельности. Есть оценочные данные, согласно которым к предпринимательству и лидерству (организаторской деятельности, управлению) предрасположено около 10 % людей.

Неравномерное распределение средств производства приводит к тому, что огромное число людей (основная масса населения), не имеющих собственности, вынуждены наниматься на работу, продавать свое умение работать. Покупают это умение как раз те,

кто склонен к координации деятельности других и кто располагает необходимыми средствами производства. Надо ли говорить о том, что эти две характеристики совпадают не всегда?..

3. Активные, трудоспособные люди в своем большинстве являются участниками рынка труда, выступая в разных ипостасях: работодателя, наемного работника, который нуждается в рабочем месте или сотрудничает с работодателем, переходит от одного работодателя к другому или уходит с рынка.

4. Профессионализм включает рыночную компетентность; с этой точки зрения подготовленность значительной части профессионалов является недостаточной – на рынке труда они беспомощны. Согласно П. Самуэльсону, «исследователи относят рынок труда к числу самых несовершенных рынков. Рабочие, как правило, оказываются несведомленными, они не знают обо всех вакантных местах работы даже в пределах своего же города» [8, с. 187].

5. Безработица является одним из атрибутов рынка труда.

6. Имеет место взаимодействие двух секторов трудового рынка: внеорганизационного и внутриорганизационного: в последнем случае рыночные «свободные» отношения смешиваются с властными отношениями; кроме того, проблемы, не решенные на одном рынке, переносятся на другой.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аристотель. Риторика. М., 1978. 132 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. М., 2004. 831 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 2004. 788 с.
4. Грэхем Х.Т., Беннетт Р. Управление человеческими ресурсами / Пер. с англ.; под ред. Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина. М., 2003. 598 с.
5. Квеско Р.Б. Занятость населения и ее регулирование. Томск, 2008. 102 с.
6. Практикум по дифференциальной психодиагностике профессиональной пригодности.

- сти / Под ред. В.А. Бодрова. М., 2003. 768 с.
7. Психология труда / Пер. со словац. М., 1979. 216 с.
 8. Самуэльсон П. Экономика. Т. 2. М., 1992. 415 с.
 9. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. СПб. 2002. 1200 с.
 10. Фромм Э. Человек для самого себя // Фромм Э. Психоанализ и этика. М., 1993. С. 19–191.
 11. Хоманс Д. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984. С. 82–91.
 12. Эренберг Р.Дж., Смит Р.С. Современная экономика труда. Теория и государственная политика. М., 1996. 800 с.

REFERENCES

1. Aristotel'. Ritorika [Rhetoric]. М., 1978. 132 p.
2. Armstrong M. Praktika upravljeniya chelovecheskimi resursami [The practice of human resource management]. М., 2004. 831 p.
3. Bell D. Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo. Opyt sotsial'nogo prognozirovaniya [Future post-industrial society. Experience of social forecasting]. М., 2004. 788 p.
4. Grekhem КН.Т., Bennett R. Upravlenie chelovecheskimi resursami / Per. s angl. [Human resource management / Per. from English.]. М., 2003. 598 p.
5. Kvesko R.B. Zanyatost' naseleniya i ee regulirovanie [Employment and its regulation]. Tomsk, 2008. 102 p.
6. Praktikum po differentsial'noi psikhodiagnostike professional'noi prigodnosti [Workshop on differential psychological diagnostics of professional suitability]. М., 2003. 768 p.
7. Psikhologiya truda / Per. so slovats [Work psychology / Ed. with Slovak]. М., 1979. 216 p.
8. Samuel'son P. Ekonomika [Economy]. Vol. 2. М., 1992. 415 p.
9. Upravlenie chelovecheskimi resursami [Human resource management]. SPb., 2002. 1200 p.
10. Fromm E. Chelovek dlya samogo sebya [Man for himself] Fromm E. Psikhooanaliz i etika [Fromm E. Psychoanalysis and ethics]. М., 1993. pp. 19–191.
11. Khomans D. Sotsial'noe povedenie kak obmen [Social behavior as exchange] Sovremennaya zarubezhnaya sotsial'naya psikhologiya. Teksty [Modern foreign social psychology. Lyrics]. М., 1984. pp. 82–91.
12. Erenberg R.Dzh., Smit R.S. Sovremennaya ekonomika truda. Teoriya i gosudarstvennaya politika [Modern labour Economics. Theory and public policy]. М., 1996. 800 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Утлик Эрнст Платонович – доктор психологических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры психологии труда и организационной психологии, Московский государственный областной университет;
e-mail: e1937@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Utlik Ernst P. – Doctor of Psychology, Professor, Honored Worker of Higher School of the Russian Federation, Professor of the Department of Labour Psychology and Organizational Psychology, Moscow State Regional University;
e-mail: e1937@yandex.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

Утлик Э.П. Психологический анализ рынка труда // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2016. № 2. С. 104–116.
DOI: 10.18384/2310-7235-2016-2-104-116

BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

E. Utlik. Psychological Analysis of the Labour Market // Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Psychology. 2016. № 2. Pp. 104–116.
DOI: 10.18384/2310-7235-2016-2-104-116