ОСНОВНІ ЗАДАЧІ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ

Волеваха Ірина Борисівна
викладач кафедри соціальної та практичної психології Чернігівського державного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка, здобувач Інституту психології імені Г.С. Костюка АПН України., м. Чергнігів

В статті визначено основні задачі психолога бізнес-організації і ролі психологічного забезпечення в підвищенні конкурентоздатності підприємств та фірм. Розкрито напрямки роботи психологічної служби щодо оптимізації управлінської діяльності, професійному відбору, адаптації, мотивації та розвитку персоналу, забезпечення маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: *психолог бізнес-організації, психологічна служба, психологічне забезпечення, конкурентоспроможність.*

Актуальність дослідження. Нинішній етап розвитку суспільства вимагає від психології практичної реалізації, використання, знань, навичок і умінь в різних сферах суспільної практики. Порівняно недавно в нашій країні постійними замовниками послуг практичного психолога стали виробничі підприємства, бізнес. Предметом дослідження і практичної роботи фахівців з психології стала поведінка людей на підприємствах і в організаціях, психологічні аспекти управління персоналом, психологія маркетингу, а також інші психологічні аспекти діяльності організацій.

Сучасна ситуація характеризується тим, що соціально-економічні зміни, що відбуваються, зумовлюють необхідність розробки і впровадження комплексної системи психологічного забезпечення бізнес-організацій. Ця необхідність виникає у сучасних підприємств через те, що екстенсивний шлях розвитку вже не є прийнятним, в умовах сьогодення успіх бізнес-організації визначається новими, більш тонкими механізмами, чільне місце серед яких займають психологічні.

Мета дослідження – визначення основних задач психолога в сфері бізнесу, ролі психологічної служби в забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організації.

Виклад основних результатів дослідження. Важливим чинником забезпечення безпеки об'єкту, його виживання в «суворих умовах дійсності» і подальшого ефективного розвитку, виступає конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність у сфері бізнесу досягається шляхом утримання підприємством конкурентної переваги (переваги над прямими конкурентами) завдяки особливим якостям, що відрізняють його від суперників, або через більш високу продуктивність, що забезпечує перевагу за витратами [4, с. 8]. Підсумковим результатом стає здатність задовольняти потреби споживачів краще ніж суперники.

Ефективність роботи, конкурентоспроможність організації значною мірою залежить від ролі психологічних чинників. І метою психолога сфери бізнесу є використати ці чинники, „змусити" їх працювати на організацію і цим підвищувати її ефективність.

Психологічний словник А.В. Петровского і М.Г Ярошевського метою діяльності психологічної служби промислового підприємства називає розробку і реалізацію заходів, що забезпечують використання соціально-психологічних чинників підвищення ефективності виробництва, вдосконалення управління соціальними процесами в колективах, розвиток творчої активності працівників і створення умов для всебічного розвитку особистості [3].

Серед сфер діяльності, в яких традиційно були задіяні практичні психологи на вітчизняних підприємствах, Л.Г. Почебут, В.О. Чикер [8] виділяють сфери роботи з персоналом, організації праці та сферу організаційного управління і соціального планування. Л.М. Карамушка [11], розглядаючи види психолого-організаційних технологій, які можуть бути використані організаційними психологами, ділить їх на такі основні групи: технології роботи щодо забезпечення діяльності та розвитку організації, технології роботи з керівниками (менеджерами) організацій, технології роботи з персоналом організацій, технології роботи щодо забезпечення ефективної взаємодії менеджерів і персоналу організацій.

Оскільки, як було зазначено вище, особливого значення в сучасних умовах набуває конкурентоспроможність бізнес-організації, розглянемо задачі практичного психолога щодо підтримки, формування і актуалізації психологічних чинників, які оптимізують її внутрішнє середовище та взаємодію з зовнішнім середовищем, тобто забезпечують внутрішню та зовнішню конкурентні переваги.

У компаній, незалежно від сфери їх діяльності, стають все більш схожими технології управління і розвитку, в конкурентній боротьбі вони все більш і більш зрівнюються за основними параметрами своєї діяльності. В результаті, в наш час внутрішня конкурентна перевага компанії перш за все залежить від кваліфікації, компетенції, мотивованості, лідерських навичок працюючих на неї менеджерів і виконавців [12].

Ключовий напрям діяльності психолога організації, його найважливіша функція – психологічне забезпечення управлінської діяльності, допомога менеджерам в організації управління на наукових основах з урахуванням психологічних чинників, яке направлене на підвищення ефективності управління організацією, індивідуальною і груповою діяльністю співробітників.

Процес управління підприємством досить складний, і сучасний менеджер при виборі управлінського рішення стикається з безліччю альтернатив, і не завжди легко вибрати вірний варіант рішення. Тому важливого значення набувають такі дії практичного психолога, як надання керівнику психологічної інформації важливої для прийняття того чи іншого рішення, оцінка і прогнозування психологічних наслідків рішень керівництва. Робота організаційного психолога може бути спрямована на розвиток у менеджерів організацій вмінь та навичок приймати ефективні управлінські рішення.

Дослідження показують, що велику частину робочого часу (від 50 до 80%) керівники проводять в комунікації, але, в той же час, вони в рамках свого професійного навчання (наприклад, під час вивчення економіки виробництва або технічних наук) не пройшли ніякої підготовки у сфері комунікації [1, с. 432]. Тому завданням психолога стає навчання керівників встановленню и підтримці комунікації.

Діяльність психолога доцільно спрямувати на навчання і аналіз інших окремих функцій управління (визначення проблем, постановка мети, інформування, мотивація співробітників, координування їх дій, контроль і т.п.). Консультації психолога можуть бути зорієнтовані на корекцію індивідуальної управлінської діяльності. Їхньою метою, на думку Л.Е. Орбан-Лембрик, є погодження рівня розвитку особистості керівника з вимогами системного оточення, визначення напрямку й методів самоаналізу та корекції [6, с. 383].

Складність завдань, поставлених сьогодні перед організаціями, потребує об’єднання управлінських ресурсів, їх згуртованості та взаємопідтримки при розв’язанні різних професійних ситуацій. Тому актуальним завданням є формування та організація взаємодії в управлінських командах. Сприяння психолога в цьому напрямку допомагає здійснити швидку адаптацію до нових умов і людей, з якими безпосередньо доводиться працювати, здійснити розстановку сил і розподіл обов'язків серед членів команди. Психолог може підвищити ефективність управлінської команди шляхом реалізації заходів з формування психологічної готовності менеджерів до роботи в команді, тренінгів навичок партнерської взаємодії менеджерів. Подібними є його задачі щодо забезпечення функціонування команд працівників, що не відносяться до управлінського складу.

Психолог бере участь у формуванні резерву управлінських кадрів. Його дії в цьому напрямку направлені на розв'язання проблеми оцінки суб'єктивної готовності людини стати керівником, оцінку управлінських здібностей, індивідуальних особливостей, здатності набувати необхідні знання та навички, вияснення погодження індивідуальних цілей з цілями конкретного підрозділу та організації в цілому, аналіз можливих напрямків розвитку [6].

В сучасних умовах зростаючої конкуренції «к менеджерам предъявляется требование эффективно управлять изменениями, или управлять в условиях изменений». Оскільки людський чинник є дуже важливим аспектом організаційних змін, виникає необхідність соціально-психологічного забезпечення впровадження нововведень і реорганізацій і роль психолога зростає. Його завданнями є: відбір людей до „штабу змін” – групи, яка є ядром нововведення; побудова системи комунікацій щодо змін всередині організації (внутрішній PR організаційних змін); процес контролю, періодичний психологічний моніторинг того, як йде впровадження, психологічна оцінка наслідків нововведення [12].

В сучасних умовах все більша кількість керівників усвідомлює той факт, що успішність діяльності підприємства дуже багато в чому залежить від людей, які на ньому працюють. Це привело до тому, що робота з персоналом організації (навчання, заходи командоутворення, відбір персоналу і т.д.) є все більш і більш актуальною. В цій роботі практичний психолог займає важливе місце, його завданням є забезпечувати повну реалізацію потенціалу співробітників, можливостей мотиваційної мобілізації їх здібностей, формування згуртованого колективу.

Традиційно сферою діяльності практичного психолога на підприємстві виступає професійний відбір, який виступає як система заходів, що дозволяє виявити кандидатів, які за своїми індивідуальними якостями найбільш придатні до навчання і подальшої професійної діяльності за конкретними спеціальностями [6, с. 364]. Професійний відбір передбачає оцінку не тільки стану здоров'я, фізичного розвитку, рівня освітньої підготовки, професійних здібностей, конкретної людини, а й індивідуально-психологічних можливостей. З психологічної точки зору, професійний відбір — це система спеціальних процедур вивчення й оцінки професійної придатності людини до оволодіння певною професією або групою професій, досягнення в їх межах необхідного рівня майстерності й успішності виконання професійних обов'язків у типових та нестандартних професійних ситуаціях [7, с. 359]. Отже завданням психолога в процессе психологического отбора є встановлення відповідності між психологічними особливостями кандидата і успішністю його професійної діяльності.

В даному напрямку психолог працює не лише з претендентами на посаду, через певні проміжки часу доцільно проводити планову і систематичну оцінку психологічних професійно важливих якостей персоналу, які впливають на ефективність виконуваної роботи. Психолог може входити до складу атестаційної комісії, брати участь в розробці процедури і методів

атестації, його задача полягає в тому, щоб внести психологічні аспекти в критерії і методи оцінки, вживані при атестації [9, с. 28].

На сучасному етапі кваліфіковану робочу силу як головну цінність організації, мало купити на ринку праці, але ще необхідно виховати, розвинути і багато разів примножити. Звідси ще один розділ роботи психолога в бізнес-організації – допомога працівникам у формуванні професіонально значущих для них якостей.

Організація повинна не просто відновлювати або поповнювати свої ряди за рахунок залучення кадрів ззовні або з внутрішніх резервів, які володіють вже остаточно сформованим потенціалом здібностей. Вона самостійно формує потенціал спосібностей своїх співробітників. Ці заходи приводять до позитивних змін кваліфікації окремих фахівців на всіх рівнях ієрархії та/або до підвищення їх продуктивності за допомогою навчання, планування кар'єри. Мета заходів щодо розвитку персоналу – максимально швидко і економічно стимулювати оптимальну поведінку учасників. Програми розвитку персоналу, в яких бере участь психолог, можна класифікувати різними способами: за предметною ознакою (підвищення рівня знань, зміна установок, вдосконалення навичок та ін.), за ознаками тих, хто навчається (тренінг для керівників, тренінг продаж, навчання стажерів) і т.д. [1, с. 416-417].

Для підвищення конкурентоспроможності компанії величезне значення має мотивація персоналу. При активізації мотивів недостатньо спиратися тільки на фінансові стимули, також сучасне мотивування не може зводиться до елементарних вербальних маніпуляцій або закулісного політиканства менеджера. Сучасний менеджмент освоює стратегії контекстного мотивування, ефективність яких забезпечують професіонали в області людських відносин [10]. Тому управляти мотивацією працівників без застосування психологічних підходів стає просто неможливим. В сферу діяльності психолога входить вивчення задоволеності роботою і відношення до праці, вироблення рекомендацій для стимулювання праці, розробка і проведення різноманітних тренінгів і програм навчання, направлених на стимулювання і зміну мотивів.

Важливою проблемою є регулювання процесу адаптації молодих працівників організації і тих, хто прийшли з інших сфер. Робота психолога може сприяти прискоренню даному процесу. В його компетенції створення системи інформаційного забезпечення адаптаційних дій, без якої процес адаптації не є керованим. До засобів і способів інформаційного забезпечення контролю адаптації можна віднести періодичні бесіди з адаптантом на робочому місці, бесіди з керівниками різних рівнів, комплексні дослідження ступеню задоволеності працею, аналіз об'єктивних даних про виробничу діяльність працівника і т.д. [9, с. 23].

Організаційний психолог проводить психологічне консультування з працівниками організації, спрямоване на подолання їх особистих проблем, негараздів, внутрішніх конфліктів, що негативно впливають на їх професійну діяльність і на фоні яких виникає соціальна дезадаптація, девіантність поведінки. Джерелами внутрішніх конфліктів працівників є як загальна життєва ситуація (сімейні проблеми), так і сфера виконання професійних обов’язків [2, с. 291]. Забезпечуючи душевне здоров'я співробітників, психолог сприяє збільшенню продуктивності їх праці, а значить, вносить свій внесок в підвищення прибутковості підприємства.

Ефективність діяльності організації значною мірою залежить від успішності ділового спілкування, інформаційно-ділового обміну менеджерів та персоналу, а також від особливостей спілкування персоналу з клієнтами та партнерами організації. Тому участь в організації системи комунікацій організації (вибір і порівняльна оцінка різних засобів комунікації, аналіз змісту і дохідливості інформації), сприяння досягненню взаєморозуміння між співробітниками, створення особистісного комунікативного комфорту для кожного працівника й організації загалом – невід’ємна частина роботи організаційного психолога.

Важливим напрямком є контроль за станом і оптимізація соціально-психологічного клімату в колективі, профілактика і дозвіл міжособистісних, міжгрупових конфліктів.

Сприятливий організаційний климат не тільки характеризується позитивним емоційним фоном, але і, в першу чергу, сприяє ефективності діяльності організації, позитивні емоційні міжособистісні відносини спеціалістів сприяють зростанню ефективності виробництва. Використання тренінгових програм спільно з індивідуальним психологічним консультуванням буде сприяти оптимізації клімату, допоможе у встановленні особистих контактів між співробітниками всередині колективу.

Внаслідок різких розбіжностей в очікуваннях і мотивах поведінки членів колективу в організації час від часу виникають конфліктні ситуації, які можуть мати деструктивний вплив на її роботу, порушують спільність цілей, організованість і узгодженість дій. Л.М. Карамушка вважає, що психологічне забезпечення управління конфліктами в організаціях є одним із найважливіших напрямків діяльності організаційних психологів [11]. Як ніхто інший психолог здатний зрозуміти причини конфліктів, наростаючих в організації невдоволень, сприяти їх вирішенню, а також здійснювати профілактику.

Потенціал фахівця з психології може бути використаний для зміцнення зовнішньої конкурентної переваги компанії при здійсненні психологічного забезпечення маркетингової діяльності.

У будь-якої фірми рано чи пізно з'являється потреба отримати більш точну інформацію про своїх споживачів, клієнтів. Психологічні характеристики споживачів, доповнюють інформацію, що розкриває

глибинні причини їх відношення до товару або послуги. Розвинуте промислове виробництво припускає сегментацію ринку, тобто виділення груп споживачів, яким призначається рекламований товар. Проводячи психографічну сегментацію, психолог ділить покупців на групи за ознаками приналежності до суспільного класу з властивою йому психологією, способом життя і психологічними властивостями. Спираючись на дані таких досліджень виробник намагається встановити окрему комунікацію з кожним з типів покупців, виробляючи спеціалізований (під дану категорію споживачів) товар і розробляючи засоби його просування [5]. Одночасно з вивченням потреб проводиться з'ясування образу марки, що склався в суспільній свідомості в результаті рекламної дії і на основі особистого досвіду споживачів.

Широке поле для діяльності психолога відкривається у сфері реклами. Психологи виступають як дослідники, викладачі, тренери і консультанти, беруть безпосередню участь у виробничому процесі підготовки реклами. Також вони проводять оцінку психологічної ефективності реклами за ступенем її психологічної дії на психічні процеси споживачів.

А.Н. Лебедєв-Любимов до психологічного забезпечення маркетингової діяльності включає також такі напрями діяльності як: розробку технологій психологічної дії в умовах особистих продажів, комерційної пропаганди, PR-заходів, презентацій, шоубізнесу, роботи з психологічного імідж-проектування; психологічні дослідження і розробки, що забезпечують ефективне оформлення вітрин, прилавків, інтер'єрів торгових залів (мерчандайзинг); експериментальне тестування і адаптацію упаковок, етикеток, інструкцій, їх окремих характеристик і елементів, розрахованих на певні цільові групи споживачів; дослідження і розробку психологічно обґрунтованих назв нових торгових марок (naming) [5, с. 248-249].

Ще одним популярним напрямком роботи психолога в бізнесі за останні роки стала участь психологів в психологічному забезпеченні переговорного процесу, оптимізації ділового спілкування керівників різного рангу.

Висновки

1. Використовуючи допомогу психологів-практиків, керівництво бізнес-організації отримує можливість підвищення її конкурентоспроможності за рахунок ефективного використання психологічних чинників, що сприяють підвищенню продуктивності і ефективній взаємодії з зовнішнім середовищем.

2. Зростання потреби виробництва та бізнесу у кваліфікованих спеціалістах-психологах обумовлює необхідність впровадження в вищих навчальних закладах програм і психолого-педагогічних технологій, які мають за мету підготовку спеціалістів-психологів до роботи в бізнес-організаціях.

Література

1. Герберт Дитер, Лутц фон Розенштиль Организационная психология. Человек и организация. / Пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр/О.А. Шипилова, 2006. – 624 с.
2. Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 456 с.
3. Краткий психологический словарь / Под общей ред. А. В. Петровского и М.Г. Ярошевского; ред.-составитель Л.А. Карпенко. – 2-е изд., расширенное, испр. и доп. – Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС», 1998. // http://planey.ru/dic/dic_psi.htm
4. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. – СПБ.: Наука, 1996. – 589 с.
5. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 384 с.
6. Орбан-Лембрик Л.Е. Основи психології управління: Монографія. – Івано-Франківськ: „Плай", 2002. – 426 с.
7. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навч. посіб. – К.: Каравела, 2006. – 408 с.
8. Почебут Л.Г., Чикер В.О. Организационная социальная психология. Учебное пособие. – СПб.: Речь, 2000. – 298 с.
9. Саксакулм Т.И. Психолог на предприятии. – М.: Экономика, 1983. – 64 с.
10. Сельчёнок К.В. Бизнес как психологическое искусство // http://aquarun.ru/bpsih/bpmissia/default.htm
11. Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. зал. та слухачів ін-тів після диплом. освіти / За наук. ред. Л.М. Карамушки. – К.: Фірма „ІНКОС", 2005. – 366 с.
12. Трофимова Е. Повышение конкурентоспособности бизнеса через развитие человеческих ресурсов. // http://www.activemind.ru/article/org_psychology.html