

СЕКЦИЯ «ПСИХОЛОГИЯ»**ПОДСЕКЦИЯ №6 «ПСИХОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ И УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ»****Значение антиципации в профессиональной деятельности руководителей среднего звена коммерческих организаций***Агатова Людмила Александровна**аспирантка**Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия**E-mail: agmi@inbox.ru*

В сложившихся на сегодняшний день социально-экономических условиях постоянно возрастает сложность профессиональных задач, стоящих перед сотрудниками организаций. При этом увеличивается потребность в опытных специалистах в области управления различными видами деятельности современных компаний. Работа в условиях дефицита материальных и временных ресурсов, информационных перегрузок, высокой конкуренции приводит к повышению требований, предъявляемых к менеджменту организаций.

Профессиональная специфика руководителей среднего звена коммерческих организаций определяется их промежуточным положением между высшим менеджментом компаний и рядовыми сотрудниками. Им необходимо осуществлять выбор в условиях ограниченной самостоятельности и высокой личной ответственности за деятельность групп людей (подразделений, отделов). Поэтому сейчас уделяется большое внимание изучению процесса формирования профессиональных компетенций у руководителей среднего звена, повышению эффективности их деятельности. Растут запросы практики относительно развития и совершенствования психологического обеспечения труда руководителей.

Для управленческой деятельности характерны такие особенности как целенаправленность, избирательность, выдвижение гипотез и их проверка. Существенной составляющей также является планирование, направленное на повышение продуктивности и качества деятельности. Таким образом, повышению эффективности деятельности руководителей может в значительной мере способствовать развитие у них способности к прогнозированию и предвосхищению результатов. Поэтому становится актуальным рассмотрение феномена антиципации, как «способности (в самом широком смысле) действовать и принимать те или иные решения с определенным временно-пространственным упреждением в отношении ожидаемых будущих событий» [6].

Термин «антиципация» был введен в психологию как особая психологическая категория В.Вундтом [3]. В исследование нейрофизиологических механизмов антиципации существенный вклад внесли теория функциональной системы и концепция опережающего отражения П.К. Анохина [1], принципы биологической активности, управления движениями и модель потребного будущего Н.А. Бернштейна [2], концепция нервной модели стимула Е.Н. Соколова [7].

Антиципация, предвидение результатов действия, согласно Б.Ф.Ломову и Е.Н. Суркову, «является универсальной функцией мозга, предупреждающей всякого рода ошибки, т.е. совершение действий, не соответствующих поставленной цели». Рассмотрение данного феномена включено в изучение целого ряда психологических явлений. Антиципация напрямую связана с познавательной активностью и содержит два

существенных аспекта. Во-первых, предвосхищение, как проявление когнитивной функции психики, когда при анализе наличной ситуации на основе прошлого опыта субъекту удается предвосхищать события, а во-вторых, формирование готовности к предстоящему событию и его учет в деятельности, т.е. проявление регулятивной функции психики [6].

Наибольшего усложнения антиципация достигает в процессе мышления при решении групповых задач (особенно в условиях противодействия). В деятельности руководителей организаций данный тип задач является доминирующим. В связи с их решением возникают проблемы синхронизации и координации взаимодействия, предвосхищения планов оппонентов, возможности временного и пространственного опережения действий других людей, избирательного поиска информации. Антиципация на этом уровне отвечает за прогнозирование событий, выдвижение гипотез, установление закономерностей при помощи знаковых систем. Эффективное осуществление деятельности здесь происходит за счет обобщения, абстрагирования, обращения к логическим и математическим закономерностям. Через антиципацию выражается способность предвидеть последствия своих действий через длительные промежутки времени.

Принятие решения руководителем относительно насущной задачи, как правило, не происходит одномоментно, а представляет собой развернутый процесс. При этом антиципация непосредственно способствует сокращению поиска вариантов решения. Д.Н.Завалишиной выделяются следующие составляющие этого процесса, связанные с упреждающим планированием деятельности: структурирование (образование более крупных единиц действия на основе связывания элементов ситуации между собой), динамическое узнавание (узнавание частей конечной ситуации в исходной), формирование алгоритма решения (выработка правил и принципов решения) [5].

Создаваемая у субъекта репрезентативная модель сложившейся ситуации позволяет ему выйти за рамки непосредственной ситуации и выдвигать гипотезы о том, с какими событиями придется столкнуться в будущем. Это способствует переходу от анализа действительности к целевому решению, ориентированному на конечный результат. Формирование, выбор и, наоборот, отбрасывание гипотез определяются оценкой хода решения проблемы. Таким образом, данный уровень антиципации на сегодняшний день нуждается во внимательном изучении и интенсивной проработке в контексте управленческой деятельности организаций.

Следует отметить, что антиципация является непрерывным и динамичным процессом, который протекает неравномерно. На нее оказывает влияние множество факторов [4]. Исследование процессов антиципации в контексте организации важно осуществлять в направлении раскрытия ее динамики в условиях общения и совместной деятельности людей. Необходимо уделить внимание изменению точности антиципации в зависимости от различных условий, в том числе осознания последствий принимаемых решений, дефицита времени на обдумывание и специфики осуществления управленческой деятельности.

Разработка средств развития антиципации позволит повысить эффективность профессиональной деятельности руководителей среднего звена, будет способствовать формированию у них общей способности к быстрому опознанию прогностических признаков значимых событий и своевременному принятию упреждающих мер.

Литература

1. Анохин П.К. Опережающее отражение действительности. // Вопр. филос., 1962, № 7.
2. Бернштейн Н.А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности. // Биомеханика и физиология движений. – М., 1997.

3. Вундт В. Основания физиологической психологии. – СПб., 1880.
4. Геллерштейн С.Г. Антиципация в свете проблемы бессознательного. // Проблемы сознания. / Под ред. В.М. Банщикова. – М., 1966.
5. Завалишина Д.Н. Оперативное мышление и принятие решения. – В кн.: Проблемы принятия решения. М., 1976.
6. Ломов Б. Ф., Сурков Е. Н. Антиципация в структуре деятельности. – М., 1980.
7. Соколов Е.Н. Нервная модель стимула и ориентировочный рефлекс. – Вопр. психол., 1960, №4.

Особенности межпоколенного взаимодействия в организациях

Балдова Елена Дмитриевна

студентка

Костромской государственной университет им. Н.А. Некрасова, Кострома, Россия

E-mail: mobi86-86@mail.ru

В классической и современной отечественной и зарубежной психологии проблема межпоколенного взаимодействия рассматривается преимущественно в системе семейных отношений (R. Beavers, G. Bodenmann, J. Lewis, H.I. McCubbin, G. Vaillant, А. И. Афанасьевой, Л. Н. Когана, И. С. Кон, Б. С. Павлова, А. В. Толстых, Ю. А. Хамитова). Однако, мало исследуется область межпоколенных взаимоотношений в организациях (Т. В. Гущина, Т. Л. Крюкова).

Мы же полагаем, что определения доминирующих стратегий и стилей взаимодействия людей различных поколений в организациях, позволит оптимизировать взаимоотношения между сотрудниками разного возраста, снизить конфликтность в деловой среде.

В связи с этим, целью нашего исследования, проводимого на протяжении двух лет, было выявление особенностей межпоколенного взаимодействия сотрудников коммерческих организаций. Выборку составили работники двух возрастных категорий: 18-35 лет – 40 человек; 36-50 лет – 42 человека.

Диагностический комплекс включал следующие методики: методика Ф. Фидлера модифицированная Т.Л. Крюковой и В.И. Кашницким для изучения установки личности по отношению к «значимым другим»; «Опросник межличностных отношений» Шутца (ОМО) для выявления доминирующих стратегий взаимодействия сотрудников; методика измерения социального интереса А. Адлера; индивидуально-типологический опросник Л. Собчик для определения стилей межличностных отношений в организациях.

С помощью методики Ф. Фидлера мы выявили набор качеств, которые являются важными, при этом привлекательными или непривлекательными в выборе наиболее или наименее предпочитаемого сотрудника в организации. Молодые сотрудники предпочитают видеть в старших коллегах такие качества как ответственность, работоспособность, вежливость и организованность. Это можно объяснить тем, что молодые сотрудники хотят получить помощь и перенять опыт работы в процессе взаимодействия с коллегами старшего возраста, которые являются более мудрыми, опытными и компетентными в деловой сфере. Молодые сотрудники проявляют нетерпимость к таким качествам старшего поколения как аккуратность, энергичность и коллективизм. Возможно, данная неприязнь связана с тем, что молодые сотрудники видят в коллеге старше 40 лет соперника в продвижении по карьерной лестнице, так как люди данной возрастной категории более опыты, адаптивны и у них налажены социальные контакты, позволяющие добиваться успеха в карьере.

Старшее поколение более ценит у молодых такие качества как трудолюбие, исполнительность, энергичность, ответственность и дружелюбие, а наименее

привлекательными являются чуткость, самообладание и смелость, скромность и коллективизм. Возможно, непредпочитаемость данных качеств может быть связана с тем, что сотрудники старшего возраста проецируют родительские функции на коллег младшего возраста, а такие качества как самообладание, смелость молодежи препятствуют этому. Скромность же препятствует оптимальному межличностному взаимодействию и затрудняет эффективность делового сотрудничества.

С помощью методики Шутца «Опросник межличностных отношений» мы выявили, что испытуемые младшего поколения в большей степени предпочитают контролировать отношения с другими людьми и не устанавливать с ними глубоких эмоциональных связей. Возможно, этот факт связан с тем, что молодые сотрудники не доверяют своим коллегам, так как не хотят, чтобы их использовали для достижения каких-либо целей, боятся конкурентных отношений, не доверяют своим старшим коллегам. Но в тоже время они стремятся находиться в обществе других людей, по-видимому, для того, чтобы налаживать социальные связи, которые в дальнейшем могут благоприятно повлиять на их продвижение по карьерной лестнице, приносить необходимую информацию. Представители старшего поколения предпочитают находиться в обществе других людей, а так же подчиняться другим людям в общении, больше, чем их молодые коллеги. Они ждут от других проявления к ним интереса и принятия их в свое общество. Возможно, люди старшего возраста боятся быть одинокими, не нужными и невостребованными, и поэтому стремятся наладить межличностное взаимодействие. Но с другой стороны, данный факт может быть объяснен тем, что, выбирая стратегию подчинения и исполнения, они заслуживают уважение и доверие у руководителя, тем самым, повышают свой авторитет и статус. Возможно, это определенная стратегия, позволяющая в данном возрасте конкурировать с коллегами, удерживаться на рабочем месте. Таким образом, для молодых сотрудников работа – это место для осуществления своих карьерных планов и амбиций, а более взрослые сотрудники воспринимают свою работу как возможность реализации межличностных отношений.

Методика измерения социального интереса, выявила, что самый высокий показатель его выраженности наблюдается у сотрудников старшего поколения. Это объясняется тем, что представители данной возрастной категории больше ориентированны на коллективизм, чем на индивидуализм; стремятся компенсировать свои невостребованные родительские функции по отношению к молодым сотрудникам организации.

С помощью методики «Индивидуально-типологический опросник» Л. Собчик мы выявили, что сотрудники старшего поколения используют при взаимодействии с другими людьми сотрудничающий-конвенциональный и ответственно-великодушный стили межличностного отношения, а молодые сотрудники чаще всего применяют в межличностном поведении властно-лидирующий стиль отношений.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что межпоколенные отношения в коммерческих организациях носят сложный многоуровневый характер. Чаще всего проблемы во взаимоотношениях, приводящие к конфликтам и коммуникативным барьерам сотрудников организации происходят из-за разногласия во взглядах и столкновения интересов представителей «старого» и «молодого» поколения. Проблемы во взаимодействии разных возрастных поколений нарушают передачу профессиональных знаний, умений и навыков, снижают успешность работы, достижение общих целей, затрудняют установлению благоприятного социально-психологического климата организации.

Литература

1. Гущина Т. В. Изучение представления молодого работника о коллеге старшего поколения// Психология совладающего поведения: материалы Междунар. науч.-практ. Конф./отв. ред.: Е. А. Сергиенко, Т. Л. Крюкова. – Кострома: КГУ им. Н. А. Некрасова, 2007. – 426 с.
2. Крюкова Т. Л. Поколения друг для друга: конфликт или ресурс// Психологическое сопровождение национальных проектов: ментальные барьеры и инновационные технологии развития общества в условиях социальной неопределенности: материалы Международного конгресса, Кострома, 26-27 октября 2007 г. / отв. ред., сост. Н.П. Фетискин, А.Л. Журавлев. – М.: Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2007. – 538 с.
3. Куница В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
4. Фролов С. С. Социология: учебник для вузов/ С. С. Фролов. – М.: Гардарики, 2007. – 344 с.

К вопросу о проблеме карьерных достижений

Башкин Евгений Брониславович

аспирант

Государственный университет – Высшая школа экономики, Москва, Россия

E-mail: Evg.bashkin@gmail.com

Начиная с 70-х годов, и широко различные аспекты изучения карьеры разрабатываются в зарубежных странах, о чем свидетельствует большое количество литературы, рассматривающей различные аспекты карьеры (Arthur, M., Hall, D. and Lawrence, B (1989), Ashton, D. and Field, D. (1976), Crainer, S. (1999), Dearlove, D. (1998), Handy, C. (1985), Herriot, P. (1992), Holland, J. (1973), Kidd, J. (1994), Stewart, T. (1997), Super, D. (1980), Tapscott, D (1996) и другие).

В отечественной психологии до недавнего времени понятие "карьера" практически не использовалось и в основном, использовались такие термины как «профессиональный жизненный путь», «профессиональная деятельность», а понятие «карьера» понималась в негативном смысле, поэтому исследования в области карьеры в нашей стране имеют сравнительно недавнюю историю. В рамках управления производством (Кибанов А.Д., 1995, 1997; Ладанов И.Д., 1997, 1996 и др.); психологии профессиональной деятельности (Маркова А.К., 1996; Никифоров Г.С., 1991); изучение карьеры работников государственной службы (Доблаев В.Л., 2000; Кибанов А.Я., 1997; Гусева А.С., 1998; Деркач А.А., 2000).

Столь широкое изучение проблем карьеры привело к тому, что негативный оттенок понятия "карьера" стал исчезать. Понятие «карьера» многозначно в психологической литературе. Наше видение построения успешной карьеры определяется как взаимовлияние профессиональной и временной компетентности, и наличием (или отсутствием) определенных личностных свойств у субъекта, делающего карьеру.

Однако, до сих пор смысл, который различные авторы вкладывают в понятие «карьера» не получил однозначного понимания в психологии. Этимологически понятие «карьера» (от фр. *carrière*) означает успешное продвижение вперед в области общественной, служебной, политической и научной деятельности. Различными авторами карьера понимается неодинаково. Например, Hall рассматривает карьеру как продвижение в организованной иерархии, представленное последовательностью выполняемых человеком работ в течение жизни, последовательность установок в поведении, связанных с опытом работы. Super, D. определяет карьеру как последовательность профессий, работ и позиций, достигаемых и занимаемых человеком

в течение жизни, и рассматривает карьеру с различных научных точек зрения: в экономическом аспекте, карьера – это последовательность позиций, занимаемых личностью в имущественной иерархии и измеряемых уровнем дохода, который приносит та или иная деятельность. В социологическом подходе, карьера – это последовательность ролей, исполняемых личностью, в которых природа, характер каждой роли, способ ее исполнения и ситуация, в которой эта роль исполняется, имеет некоторое отношение к характеру предшествующей и последующей роли, отражая социальную мобильность человека. В психологической науке, карьера может рассматриваться как серия исполняемых личностью ролей, выбор которых и успех в их исполнении детерминированы частично установками, интересами, ценностями, потребностями, частично предшествующим опытом и ожиданиями в будущем.

К.К. Платонов характеризует карьеру как индивидуально осознанную позицию и поведение, связанное с трудовым опытом и профессиональной деятельностью. А.Я. Кибанов определяет карьеру как индивидуально осознанные, собственные суждения человека о трудовом будущем, ожидаемые пути самовыражения и удовлетворенности трудом, поступательное продвижение по трудовой лестнице, изменение навыков, способностей, квалификационных возможностей и размеров вознаграждения, связанных с деятельностью работника. С такой точки зрения, карьера – это продвижение вперед по выбранному пути деятельности с целью получения больших полномочий, более высокого статуса, престижа, власти, материального богатства. А.К. Маркова предлагает два вида понимания карьеры. Широкое понимание карьеры как профессионального продвижения, профессионального роста, как этапов восхождения человека к профессионализму, как процесс профессионализации: от выбора профессии до овладения ею, а затем упрочнение профессиональных позиций, достижение мастерства. Результатом карьеры в широком понимании является высокий профессионализм, достижение человеком признанного профессионального статуса. В более узком смысле карьера понимается как должностное продвижение. Здесь на первый план выступает не только овладение уровнями профессионализма, но и достижение определенного статуса в служебной иерархии. Такой тип карьеры предполагает достижение социально-признанных стандартов, социального престижа. Результатом этого вида карьеры является определенный социальный статус, должность. Достаточно емким, и определенным образом объединяющим является понимание карьеры Л.И. Щербо как «непрерывного процесса успешного продвижения по лестнице административной, социальной, профессиональной, имущественной и прочей иерархии с целью достижения желаемого статуса и соответствующих ему уровня и качества жизни». Исходя из данного определения, удачная карьера означает, с одной стороны, что человек смог реализовать себя, а с другой, что его деятельность высоко оценена.

В связи с этим, сейчас человек, "делающий карьеру", рассматривается, скорее, как имеющий ориентацию на реализацию личностного и профессионального потенциала. Карьера - это один из показателей индивидуальной профессиональной жизни человека, представляющий собой процесс сознательного осуществления профессионального и должностного продвижения, в финале которого образуется результирующий статус, гарантирующий приемлемый уровень профессионального самоутверждения, приемлемый уровень профессионального признания, определенный уровень и качество жизни.

Понятие "карьера" многозначно, но наше представление об успешной карьере базируется на том, что на формирование и реализацию карьеры оказывает влияние множество психологических факторов. Во-первых, факторы, связанные непосредственно с человеком, это личностные качества человека. Индивидуальными личностными факторами, препятствующими достижению карьерного успеха, являются отсутствие необходимых профессионально важных качеств, низкая мотивация, экстернальный

локус контроля, нерешительность, повышенная тревожность, ориентация на избегание неудач, утилитарные мотивы деятельности. Во-вторых, факторы, связанные с взаимодействием личности с окружающими людьми и организации. Это влияние других людей на профессиональную карьеру человека, а также специфика организационной структуры, миссия и цели организации, тип организации.

В последние годы изучение вопросов карьерного роста личности все чаще встречается в работах современных ученых, что связано с высокой значимостью этого вопроса для нового социально – экономического и политического устройства России.

Современное понимание карьеры - это не только успешность в данной профессиональной деятельности, но и успешность всей жизни.

Одним из путей улучшения жизненной позиции человека видится научное обоснование построения успешной карьеры человеком за счет наращивания его личностного и профессионального потенциала, более качественного его использования.

Самовосприятие и обратная связь в деловом общении

Белов Андрей Борисович

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: belov.andrew@mail.ru

Введение

Современная ситуация изучения делового общения в России требует более подробной и комплексной разработки данной тематики как в теоретических рамках социальной психологии, так и в рамках практики управления персоналом. В ответ на этот запрос времени в печати появляются многочисленные издания, посвященные деловому общению, но они в большинстве случаев подменяют анализ проблемы рекомендациями и советами прагматического характера. Большое число публикаций посвящено проблеме эффективности и успешности профессионалов из различных сфер деятельности в деловом общении. Однако при ближайшем рассмотрении можно понять, что все они представляют собой российский вариант давно известных зарубежных практически-ориентированных работ наподобие: Dr. Maxwell Maltz «Psycho-Cybernetics», Nathaniel Branden «Self-Esteem at Work», имеющих, в свою очередь, более ранние источники в виде работ Дэйла Карнеги и др.

Проблематика восприятия себя как успешной личности и обратной связи от коллег и клиентов, описанная в практически-ориентированных работах непсихологами представляет серьезный интерес и для ученых. Зависимость между представлениями о себе, своих способностях, возможностях и успешностью в определенном виде деятельности описал А. Бандура в своей теории самоэффективности (self-efficacy). Однако данная теория основывается на позитивном влиянии представления о себе на успешность в работе, уделяет много внимания атрибуции успехов и неудач, в то время как фактор межличностного общения остается на втором плане. Другие исследователи подчеркивают, что обратная связь в общении является одним из источников самопознания (Бернс, 1986; Петровская, 1989).

На наш взгляд, весьма перспективным и актуальным становится исследование, совмещающее в себе изучение самовосприятия и обратной связи, в частности, форм подачи обратной связи, готовности к ее принятию реципиентом и связи содержания обратной связи с представлениями о себе. Принципиальная новизна подхода заключается в проведении исследования не на материале межличностного общения в тренинге, когда создаются специальные условия для подачи и принятия конструктивных форм обратной связи, а на материале делового общения, происходящего в реальном

времени между самими сотрудниками коммерческой организации и между персоналом и клиентами.

Методы

Выбранные нами для изучения аспекты традиционно рассматривались в рамках двух основных подходов к исследованию Я-концепции: Я как активно взаимодействующего со средой субъекта и Я рефлексивного (Белинская, Тихомандрицкая, 2001). Самовосприятие традиционно было ближе к теории самонаблюдения, что характеризует изучаемую личность как активно взаимодействующего со средой индивида. Принятие обратной связи от окружающих подразумевает интроекцию чужих мнений и оценок, что свойственно рефлексивной позиции индивида, когда его образ Я предстает средством интеграции внутренней картины социального мира (Андреева, 2005). Учитывая данные теоретические ограничения, для изучения самовосприятия мы использовали методику М.Куна и Т.Макпартленда и интервью, направленное на выявление индивидуальных ценностей и стиля общения. С помощью этих методик были описаны образ себя и обобщенный образ клиента для каждого из сотрудников. Изучение обратной связи в деловом общении проводилось путем наблюдения по схеме, в основу которой были положены характеристики конструктивной обратной связи в общении (Соловьева, 1992). Поскольку обратная связь в общении имеет два понимания: широкое – все виды ответа реципиента на сообщение коммуникатора, и узкое – личностно-ориентированная обратная связь, в которой отражены поведение и личность партнера по общению, то данное различие также учитывалось при наблюдении. В предварительном исследовании приняли участие диспетчеры, мастера, продающие услуги автотехцентра и сопутствующие товары, инженеры по гарантийному ремонту. Выборка составила 17 мужчин и 5 женщин. Для обеспечения надежности данных проводилось анкетирование клиентов с целью выяснения удовлетворенности деловым общением с персоналом и форм подачи обратной связи во взаимодействии.

Результаты

В рамках пилотажного исследования была создана и апробирована анкета, позволяющая выявить ценности сотрудников, необходимые при деловом взаимодействии с клиентами, а также субъективную важность видов обратной связи и ее наиболее референтные источники. Проведенный контент-анализ данных, полученных с помощью методики М.Куна и Т.Макпартленда, показал, что сотрудники в достаточной мере связывают восприятие себя с теми особенностями поведения, которых требуют от них должностные обязанности и инструкции. Например, сотрудники, которые только организуют встречу клиента с продавцом, приводят больше рефлексивных и субъективных характеристик себя и клиента, в то время как сотрудники, проводящие продажу товаров и услуг, используют в описании больше объективных характеристик, чаще отмечают принадлежность к социальным группам. Гипотеза о гендерных различиях в ответах респондентов требует дальнейшей проверки.

При проведении наблюдения были выявлены две весьма интересные особенности. Несмотря на то, что в деловом общении личностный компонент традиционно представлялся менее значимым, чем в межличностном общении, (Куницына и др., 2002) именно персональное взаимодействие клиента с сотрудником оценивалось обеими сторонами как наиболее важное, составляющее основу долгосрочного сотрудничества. Второй особенностью стало наличие обратной связи, которая по своим характеристикам конструктивности практически повторяла обратную связь в перцептивно-ориентированном тренинге. Возможным объяснением может быть обоюдная заинтересованность сторон в эффективном сотрудничестве, создающая рабочую атмосферу и адекватное самовосприятие сотрудников. Связь личностного компонента

обратной связи и самовосприятия сотрудников прослеживается не столь явно, как в тренинге, и основывается на конкретной ситуации взаимодействия.

Литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учебник для высших учебных заведений. 3-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2005.
2. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. - М.: Аспект Пресс, 2001.
3. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. - М.: Просвещение, 1986.
4. Петровская Л.А. Компетентность в общении: Социально-психологический тренинг. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989.
5. Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1992.
6. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. - СПб.: Речь, 2002.

Возможности переговорного процесса при увольнении квалифицированных сотрудников организации

Бородина Анастасия Владимировна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова Москва, Россия

E-mail: a-borodina@hotmail.com

Организационная политика в наши дни строится таким образом, что достаточно много внимания уделяется процессу принятия на работу специалистов. Подбор персонала, оценка личностных характеристик для определения того, насколько данный кандидат подходит именно на конкретную вакансию являются актуальными в течение всей «жизни» организации.

Однако, довольно мало работ посвящено анализу процесса увольнения персонала. Сам сотрудник, приходя в новую для себя организацию, вряд ли задумывается о том, как он будет из нее увольняться. В ситуации дефицита квалифицированных работников данный аспект становится особенно важным. В своем исследовании мы пытаемся рассмотреть вопрос увольнения высокопрофессиональных сотрудников организации в качестве условия продолжения взаимовыгодного сотрудничества с ними. При этом мы исходим из гипотезы о том, что существует принципиальная возможность управлять последствиями увольнения работников.

Цель нашего исследования – определение основных факторов, на которые надо обращать внимание при увольнении, чтобы оставалась возможность последующего сотрудничества с данным работником.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. определение причин увольнения и их спецификация (профессиональная некомпетентность, личностные факторы и т.д.);
2. анализ проведения переговоров об увольнении (время, место, момент в рабочей деятельности);
3. условия прекращения актуальной деятельности;
4. условия возможного продолжения сотрудничества.

Результат исследования позволит, на наш взгляд, составить классификацию причин увольнения и условий сотрудничества. Кроме того, мы предполагаем выявить особые характеристики ведения переговоров, при которых процесс увольнения может

существенно снизить возможные негативные последствия расторжения деловых отношений между организацией и работником.

Литература.

1. Анцупов А.Я., Баклановский С.В. Конфликтология в схемах и комментариях. М., Питер, 2007.
2. Базаров Т.Ю. Психологические грани изменяющейся организации. – М., Аспект пресс, 2007.
3. Базаров Т.Ю., Беков Х.А., Аксенова Е.А. Методы оценки управленческого персонала государственных и коммерческих структур. – М., ИПК Госслужбы, 1996.
4. Жуков Ю.М. Методы практической социальной психологии. – М., Аспект пресс, 2004.
5. Кемпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – М: Прогресс, 1980.
6. Креативное мышление в бизнесе. /Серия «Классика Harvard Business Review», - М., 2006.
7. Хьюстон М., Штрёбе В. Введение в социальную психологию. Европейский подход. /Под научной ред. Т.Ю.Базарова. – М.. ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
8. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология. Программа. Методы. 2-е изд. - М., 1988.

Сравнительный анализ психологических особенностей начинающих руководителей и управленцев с опытом работы

Булаева Наталия Олеговна

магистрант

Луганский национальный педагогический университет имени Тараса Шевченко, Луганск, Украина

E-mail: nata-trening@list.ru

Введение

В условиях динамично развивающегося современного общества проблемой взаимодействия руководителя и подчиненного интересуются многие ученые. Но она оказывается шире, чем просто проблема производственных отношений руководителя и подчиненного. Ведь действительно, каждый из нас в любой момент жизни является либо руководителем, либо подчиненным, либо и тем и другим одновременно. И если не ограничиваться актуальностью рассматриваемой проблемы в рамках психологии управления (которая сводится к цели повышения качества производства), а посмотреть на проблему шире, то все мы руководим своей жизнью. От нашего поведения, правильности выбранного решения очень часто зависит успех не только в карьере, но и в жизни в целом. Опыт, получаемый во время взаимодействия с коллегами, мы «проецируем» на другие сферы жизни. Потому не важно, в какой области работает человек, от «проекции» не застрахованы ни учителя, ни инженеры, ни врачи. А если отношения на работе влияют на отношения в семье, то при условии продуктивного общения со своими сотрудниками, каждый может избежать многих ошибок в общении с членами семьи и друзьями, и, как результат, сделать свою жизнь интересней и богаче.

Методы

Психодиагностический эксперимент проводился в один этап, и был построен с применением метода «поперечного среза» и использованием следующих методик: *Тест описания стратегий поведения К.Томаса*, позволявший выявлять у испытуемых

предпочитаемые ими стратегии поведения; *Цветовой тест отношений* (в применяемом нами варианте испытуемым предлагалось обозначить цветами некоторые понятия, которые отбирались таким образом, чтобы охватить спектр значимых отношений человека в системе взаимоотношений «руководитель-подчиненный»); *Тест исследования реакции в фрустрационной ситуации Н.Г.Хитровой* (модификация Розенцвейга) и *вариант методики, созданной на основе «Теста Дембо–Рубинштейн»*, в котором респондентам предлагалось оценить по 10-бальной шкале уровень развития у себя и у «эталонного руководителя» ряда качеств современного начальника.

Выборка испытуемых

В качестве респондентов в исследовании участвовали лица, занимающие руководящие должности на ООО «Поли-Пак» (Луганск, Украина) от 1 года, имеющие в подчинении не менее 5 человек; а также студенты 5-го курса Луганского национального педагогического университета имени Тараса Шевченко и Восточнукраинского национального университета имени Владимира Даля специальности «Менеджмент организации».

Результаты

В ходе исследования мы сопоставили выбранные стратегии поведения у руководителей со стажем и без опыта работы. В результате, у начинающих управленцев лидирует стратегия *соперничества* (22,53 баллов), на втором месте – *компромисс* (22,16 б.), третье место занимает *сотрудничество* (21,08 б.), на четвертом – *избегание* (20,31 б.), завершает список *приспособление* (13,89 б.). Руководители с опытом работы используют, главным образом, стратегию *избегания* (22,77 б.) в сложных производственных *ситуациях*, далее по рейтингу: *компромисс* (22,33 б.), *соперничество* (21,35 б.), *сотрудничество* (20,84 б.) и *приспособление* (13,69 б.). Как видим, наиболее эффективная стратегия – сотрудничество – не является приоритетной.

Впрочем, эти данные подтверждаются результатами диагностики типа реакции в фрустрационной ситуации (методика Н.Г.Хитровой), согласно которой исследуемые руководители отдают предпочтение ситуации, когда возникшую проблему решает не он сам, другой сотрудник (причем, это более ярко выражено у опытных управленцев).

Интересный факт позволил выявить анализ результатов методики Дембо–Рубинштейн. У руководителей и с опытом работы, и без него наблюдается идентичность в минимальных и максимальных значениях: оценивая себя, руководители независимо от стажа, наивысший балл ставят качеству *«ответственность»*, а наименьший – *умению прогнозировать деятельность коллектива*. В оценивании успешного руководителя наблюдается подобная картина: по мнению управленцев с опытом работы и без него главным качеством эталонного руководителя является *способность преодолевать трудности*, а самым незначительным – *трудолюбие*. Такую ситуацию можно объяснить предположением о наличии у людей, связывающих свою профессиональную деятельность с руководящей должностью, специфических особенностей Я-образа, которые являются их отличительными характеристиками.

Анализируя результаты Цветового теста отношений, отметим, что понятия «доброжелательность», «изучение окружающих людей», «решение трудной производственной задачи», «ответственность», «подчиненный», «производственная конфликтная ситуация», «умение брать на себя проблемы группы» являются более значимыми для управленцев со стажем, и лишь понятие «моя работа» начинающими руководителями оценивается выше, чем начальниками с опытом работы. И поэтому ключевым аспектом в дальнейшем исследовании должно стать выявление причин отрицательного отношения к руководящей деятельности в процессе получения профессионального опыта, на основе чего может быть реорганизовано обучение руководящих кадров, позволяющее усовершенствовать процесс управления.

Литература

1. Журавлев П.В., Кулапов М.Н., Сухарев С.А. Мировой опыт в управлении персоналом. – М., 1998.
2. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. Управление персоналом. – М., 2002.
3. Батаршев А.В. Личность делового человека: социально-психологический аспект. – М., 2003.
4. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. – М., 2002.
5. Манзони Ж.-Ф., Барсу Ж.-Л. Синдром установки на неудачу. Как хорошие менеджеры заставляют хороших работников терпеть неудачу. – М., 2005;
6. Моргунов Е.Б. Модели управления персоналом. – М., 2001;
7. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. – М., 1986.

К проблеме практической значимости организационной идентификации

Бурмистрова Ольга Николаевна

аспирантка

Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

E-mail: o_burmistrova@mail.ru

В последнее время в отечественной социальной психологии активно развивается направление по исследованию социально-психологических процессов в организации. Это направление очень актуально, поскольку трудовая деятельность имеет большое значение в жизни человека. В отечественной психологической науке много исследований, относящихся к сфере организационной психологии: подробно исследовался феномен руководства и лидерства, существует большое количество исследований организационной культуры, межличностных и межгрупповых отношений. На данный момент особую ценность представляют работы, в которых прослеживается взаимосвязь между различными социально-психологическими явлениями, поскольку практически невозможно представить их в изолированном «лабораторном» состоянии. Именно поэтому перед социальной психологией стоит задача объединения результатов исследований и определение роли социально-психологических процессов в деятельности организации.

Тема нашего исследования посвящена изучению взаимосвязи организационной идентификации и эффективности деятельности руководителя. В качестве одной из важных задач, поставленных в рамках исследования, является определение роли и места организационной идентификации в совокупности социально-психологических явлений. Процесс организационной идентификации очень часто рассматривают в контексте организационной приверженности и лояльности. В некоторых случаях организационная идентификация является важной составляющей этих социально-психологических процессов, в других случаях она является синонимом этим явлениям. М. Рикетта отмечает, что организационная идентификация понимается исследователями как когнитивный конструкт, а именно: как согласованность индивидуальных и организационных ценностей; как восприятие единства или принадлежности к организации; как процесс включения восприятия своего членства в организации в общую систему самоопределения (Riketta, 2005).

В исследованиях организационной идентификации можно определить несколько уровней значимости: для социальной психологии как науки, для руководителей и для сотрудников организаций.

Научная значимость исследования организационной идентификации заключается в сложности самого явления, поскольку очень трудно выделить чистый процесс идентификации из системы социально-психологических явлений. С другой стороны,

именно организационная идентификация меньше всего рассмотрена отечественными исследователями. Следовательно, изучение этого процесса позволяет расширить научные представления и о других социально-психологических явлениях.

Значимость организационной идентификации для руководителей организаций заключается в возможности видеть и влиять на социально-психологические процессы для повышения эффективности труда сотрудников. Руководители, в первую очередь, заинтересованы в повышении эффективности работы своей организации, которая складывается из множества факторов: грамотного менеджмента, хорошей маркетинговой стратегии, качественных услуг, профессионализма сотрудников, лояльности и преданности сотрудников организации (Липатов, 2004).

Каждый работодатель стремится принять на работу высокопрофессионального сотрудника с определенным набором личностных качеств, и чтобы этот человек принимал и разделял ценности организации, отстаивал ее интересы. Это идеальный вариант. На практике кадровые службы подбирают людей на основе профессиональных навыков и опыта, а не на основе соответствия ценностей соискателя ценностям организации. Сегодня еще нет осознания того, что человека легче научить, чем переориентировать его ценности на организационные. Мы предполагаем, что процесс адаптации будет легче проходить у человека с ценностями близкими к организационным, а, соответственно, и процесс организационной идентификации будет проходить легче и будет более устойчивым. Следовательно, руководители организаций должны быть заинтересованы в исследовании организационных ценностей.

Говоря о значимости исследований организационной идентификации, необходимо отметить, что человек большую часть дня проводит на работе, решая организационные задачи, т.е. работа в компании занимает значительную часть его времени и его жизни. Кроме того, именно ориентируясь на развитие организации, человек склонен планировать свою жизнь (карьеру, отпуск, значительные приобретения и т.д.). Организация становится частью жизни человека, а, следовательно, исследование организационных процессов и организации как социальной структуры имеет не только большую научную значимость, но и высокую практическую ценность.

Выгоду от процесса и результата организационной идентификации получает как сотрудник, так и сама организация. Работая на достижение организационных целей и тем самым способствуя развитию организации, сотрудник получает своеобразную психологическую выгоду, которая может заключаться в ощущении собственной эффективности, повышении самооценки. Организация получает прямую выгоду от качественной работы своего сотрудника. Работник с высоким уровнем организационной идентификации заинтересован в сохранении такой ситуации. Можно утверждать, что получаемые выгоды не сводятся только лишь к денежному вознаграждению, а соответствуют мотивационно-потребностной сфере сотрудника. Сотрудник, идентифицирующий себя с организацией, не склонен искать другую работу, поэтому, чем выше общий уровень организационной идентичности сотрудников, тем ниже «текучесть» кадров и сплоченнее коллектив. Такая организация застрахована от утечек информации, хищений и растрат. Можно предположить, что в такой организации свободны коммуникации как по «вертикали» (между руководителями и подчиненными), так и по «горизонтали» (между сотрудниками, между отделами). Персонал такой организации работает для достижения единой цели.

Подводя итоги необходимо отметить, что практическая значимость организационной идентификации определяется не только успешной разработкой и изучением данного явления, но также и опорой на исследования других организационных процессов. Социальная психология занимается изучением социальных систем и поэтому требует системного подхода. В нашем исследовании мы стремимся

определить роль и место организационной идентификации в совокупности социально-психологических явлений и процессов в организации.

Важно отметить, что организации в своей деятельности стремятся к максимально эффективному использованию имеющихся ресурсов, в том числе и социально-психологических. Условно говоря, организация задается вопросом: «Что нам это дает для нашей деятельности?». Организации в своем развитии всегда отвечают на вопрос «зачем?» и всегда хотят получить ответ на «языке выгоды». Можно сделать вывод, что исследования социально-психологических процессов в организации и, в том числе изучение организационной идентификации, должны отчетливо показывать значимость этих процессов и явлений в достижении организационных целей.

Литература

1. Липатов С.А. (2004) Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии / Мир психологии, 2004, № 2, с. 142-148.
2. Riketta Michael (2005) Organizational identification: A meta-analysis // Journal of Vocational Behavior 66 (2005) 358–384

Типологические характеристики личности в профессиональном самоопределении

Быкова Евгения Сергеевна

студентка

Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия

E-mail: Zhenya212007@yandex.ru

Проблема выбора профессии всегда стояла перед людьми. Осуществляя этот выбор, каждый человек на что-то ориентируется: на внешние атрибуты профессии или на свои возможности и способности, которые зависят от личностных характеристик, поэтому эта тема актуальна не только для человека, но и для психологии.

Человек реализует себя в течение всей своей жизни и основными сферами его самореализации являются в первую очередь профессиональная деятельность и личная жизнь. Становление человека является долгим социальным проектом, от успешности реализации которого зависит не только жизнь отдельных людей, но и процветание страны и человечества в целом. На что ориентируется человек, выбирая ту или иную профессию: на внешние атрибуты профессии, на свои возможности и способности, которые зависят от личностных характеристик каждого человека, вопрос непростой.

Сделать социально и глубоко личностный выбор в профессиональном самоопределении – задача не из легких, поэтому важно знать, какими профессиональными качествами обладаешь, чтобы самоактуализироваться. Правильный выбор профессии позволяет реализовать свой творческий потенциал, избежать разочарования. Но как сделать этот выбор?

Данные, которые необходимо учитывать при выборе профессии и планировании профессиональной карьеры, - это в первую очередь психологические особенности человека.

Исследование проводилось на студентах Новосибирского Государственного Технического Университета третьего курса технических и экономических специальностей. Общее количество человек принявших участие в исследовании n=137.

Для выявления типологических характеристик личности использовалась методика «Темперамент и психологический портрет» Д. Кейрси. Профессиональные ценности определяли с помощью методики «За и против» Н.С. Пряжникова. Профессиональные

типы - методика Дж. Голланда и характеристики самоактуализирующейся личности методикой «САМОАЛ».

В распределении типов темперамента преобладают лица SJ - сенсорного планирующего типа, характеризуются исполнительностью и запланированностью – 50%. Второй тип интуитивно эмоциональный NF (характеризуется отзывчивостью и эмоциональностью). Раскованных, жизнерадостных, но малоорганизованных представителей сенсорного спонтанного типа (SP) – 13%. Лиц интуитивно рационального типа (NT) – 7% характеризует стремление к новому знанию ради знания.

Получилось следующее распределение приоритетных профессиональных ценностей: важными оказались деньги – 18% и власть -17%. Получается деньги, в наше время являются определяющим при выборе профессии, а власть это то, что можно получить, имея деньги. Престиж оказался на последнем месте, т.к. респонденты исследования еще только получают образование.

Среди профессиональных типов Дж. Голланда на первом месте предприимчивый тип 45% – энергичный, инициативный. На последнем месте – реалистичный тип 6% (мужской, несоциальный). Такую представленность профессиональных типов можно объяснить современными тенденциями в обществе, в котором требуется активность и предприимчивость.

При выборе той или иной профессии необходимо сопоставлять тип личности с типом профессиональной среды.

Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту SP автономный ($r_s = 0,56$; $p \leq 0,03$) и положительная связь с аутосимпатией ($r_s = 0,54$; $p \leq 0,04$). Профессиональный тип SP хорошо осознает свое положение (аутосимпатия), находясь в предприимчивой профессиональной среде, т.к. эта среда позволяет проявить ему инициативность.

Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту NF положительно связан со «взглядом на природу человека» ($r_s = 0,48$; $p \leq 0,005$). Такой предприимчивый тип верит в людей и могущество человеческих возможностей. Т.к. для темперамента NF важным являются люди, то и предприимчивый тип верит, что каждый человек способен на многое.

Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту SJ хорошо осознает свое положение ($r_s = 0,27$; $p \leq 0,03$) находясь в такой профессиональной среде. Темперамент SJ характеризуется запланированностью, то и его инициативность тоже продумана.

Профессиональные ценности (Н.С. Пряжникова) со шкалами самоактуализационного теста по-разному связаны для типов темперамента:

Для интуитивного эмоционального типа NF если на первом месте станет профессиональная ценность – деньги, то плохо будет осознаваться не только *позиция в жизни* ($r_s = -0,4$; $p \leq 0,04$), но и *понимание себя* ($r_s = -0,36$; $p \leq 0,03$). Это объясняется тем, что потеряется неотъемлемая часть этого типа как эмоциональность и отзывчивость по отношению к людям.

Для темперамента SJ положительная связь денег с «ориентацией во времени» ($r_s = 0,31$; $p \leq 0,01$) объясняется тем, что для SJ важно занять достойное место в социальной структуре общества, а деньги в некоторой степени могут в этом помочь.

Потребность в познании для интуитивно рационального типа отрицательно связана со здоровьем ($r_s = -0,96$; $p \leq 0,00001$). Для NT важно получать новое знание ради знания, поэтому в своем стремлении к познанию не обращает внимание на свое здоровье.

Потребности в познании SJ будет мешать азарт жизни ($r_s = -0,4$; $p \leq 0,006$), т.к. этот тип темперамента привык действовать по плану, то не стандартные ситуации могут сбить его с намеченного плана.

По результатам исследования мы сделали вывод, что тип темперамента Д. Кейрси дополняет качества профессиональных типов личности. Методика Дж. Голланда должна

входит в арсенал профориентационных методик в комплексе с тестом Д. Кейрси и активизирующим опросником Н.С. Пряжникова.

Необходима разработка методов практической работы в профессиональной ориентации на более простых подходах и понятных как клиентам, так и самим психологам-профконсультантам. Быстрыми темпами меняющаяся экономическая ситуация в стране влияет на то, что изменяется содержание и суть работы многих профессий и появляются новые профессии. Поэтому нужны методики, которые учитывали бы эти влияния в зависимости от времени с учетом развития экономики.

Результаты нашего исследования могут быть использованы в профессиональном подборе кадров и выстраивании профориентационной работы с людьми, которые выбирают будущую профессию или уже выбрали, но не могут полностью в ней проявить свои таланты и способности. В дальнейшем планируется в исследовании использовать все активизирующие опросники Н.С. Пряжникова («За и против -1», «За и против – 2», «За и против – 3»).

Литература

1. Маслоу Абрахам. Мотивация и личность. Перевод с англ. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н.-СПб.: Евразия, 1999.-478с.
2. Овчинников Б.В., Владимирова И.М., Павлов К.В. Типы темперамента в практической психологии. – СПб.: Речь, 2003. – 288с.
3. Юнг. К. Психологические типы. / Пер. с нем. – М.: «Университетская книга», ООО Фирма «Изд-во АСТ», 1998. – 720с.

Влияние психолого-адаптационного сопровождения на эффективность профотбора кандидатов на руководящие должности

*Васильев Артем Леонидович*¹

студент

Братский филиал Иркутского государственного университета, Братск, Россия

E-mail: psi24@mail.ru; consult@logosm.ru

Персонал является двигателем любой организации. Поэтому управление персоналом - многогранный и исключительно сложный процесс, имеющий специфические особенности и закономерности. Знание их крайне необходимо руководителям и специалистам современного производства, работникам кадровых служб и социального развития для постоянного обеспечения повышения эффективности, качества работы и производительности труда. В условиях перехода к рыночной экономике управление персоналом должно приобрести системность и завершенность на основе комплексного решения кадровых проблем, внедрения новых и совершенствования существующих форм и методов кадровой работы.

Отбор кадров является исходным, а потому одним из наиболее важных этапов процесса управления персоналом, во многом зависящего от того, кто был отобран для работы в организации. Отбор новых сотрудников закладывает фундамент будущего успеха организации. Нельзя сказать, что проблема профотбора является новой. В 80-90-е годы были известны комплексные системы отбора, разработанные научными институтами. Однако на современном этапе перехода к рыночной экономике стало мало эффективным использовать старые методы поиска и отбора персонала, которые использовались в административной системе. В этой ситуации многие предприятия и

¹ Автор выражает признательность доценту, к. пс. н. Храмцовой Л.Н. и ведущему специалисту-психологу психологического агентства «Логос-М» (г. Братск) Бересневой С.В. за помощь в подготовке тезисов.

организации столкнулись с рядом как общих, так и психологических проблем. В числе общих проблем является невозможность назначать испытательный срок для молодых специалистов, окончивших вузы и техникумы. Согласно ст. 20 КЗОТ этот закон действует в течение двух лет после окончания учебного заведения. Поэтому, в отборе кадров, а особенно молодых специалистов, возникает новая система, включающая в профотбор период адаптации.

Учитывая актуальность данной проблемы, целью нашего исследования является выявление эффективности психолого-адаптационного сопровождения процесса профотбора молодых специалистов на руководящие должности. Особенности отбора руководителей представлены в работах Коно Т., Кричевского Р.Л., Магуры М.И. и Курбатовой М.Б., Макарова С.Ф., Марченко И.П., Чириковой А.Е.

Отбор специалистов осуществляется кадровыми службами, HR-менеджерами, рекрутерами. В основе современных технологий отбора персонала лежит принцип системного подхода, заключающийся в проведении диагностики фирмы-заказчика и кандидата по определенным совместимым критериям, для того, чтобы понять реальные потребности заказчика и кандидата, наиболее точным образом подобрать будущего сотрудника, ориентированного на дальнейшую командную работу. Комплексная оценка кандидата включает в себя определение уровня профессионализма специалиста (опыт, знания, навыки), его личностных особенностей, мотивации, ориентации, целей. Способы получения информации для комплексной оценки – анкетирование, собеседование, профессиональная экспертиза, тестирование. Каждый из методов имеет определенные психологические аспекты, которые может учитывать только специалист по профотбору.

Специфические особенности отбора молодых специалистов заключаются в сложности оценки уровня профессионализма из-за отсутствия опыта работы; преодоление создаваемых психоэмоциональной напряженностью кандидата психологических барьеров, влияющих на результат собеседования, анкетирования и тестирования. В настоящее время в систему профотбора молодых специалистов включается профессиональная адаптация, предполагающая следующие основные черты: оценка уровня подготовленности молодого специалиста; ориентация в трудовой деятельности; действенная адаптация – помощь в освоении нового статуса; функционирование – постепенное преодоление производственных и межличностных проблем и переход к стабильной работе.

Психологическая поддержка, оказываемая молодым специалистам в период профотбора, выполняет следующие задачи: подготовка к собеседованию и тестированию, заключающаяся в снятии психоэмоционального напряжения и наработке умений и навыков прохождения собеседований; помощь в социально-психологической адаптации в трудовом коллективе, в установлении благоприятных межличностных отношений, посредством тренинговой практики, построение плана карьеры.

Для реализации целей исследования сформирован комплекс методик, в который вошли: Методика диагностики уровня социальной фрустрированности Л.И. Вассермана (модифицированная В.В. Бойко), Тест исследования тревожности Ч.Д. Спилберга и Ю.Л. Ханина; Методика диагностики помех в установлении эмоциональных контактов В.В. Бойко; Методика «Ценностные ориентации» Н.И. Рокич.

Выборочная совокупность составила 60 молодых специалистов мужского пола, прошедших профотбор на руководящие должности. Из них 30 человек, составивших экспериментальную группу, получали психологическую поддержку в процессе профотбора. 30 человек, составивших контрольную группу, не получавших психологическую поддержку в процессе профотбора. Возрастной ценз испытуемых 22-25 лет, образование – высшее экономическое.

В результате проведения эксперимента заключающегося в выявлении эффективности психологической поддержки методом социально-психологического

тренинга, оказываемой молодым специалистам, прошедшим профотбор и находящимся в периоде адаптации на новом рабочем месте, были выявлены следующие данные. На начальном этапе эксперимента в группах молодых специалистов находящихся в процессе адаптации на новом рабочем месте выраженность факторов ситуативной тревожности профессиональной удовлетворенности, ценностных ориентаций, коммуникативных навыков имеют практически одинаковые показатели, что доказывается с помощью методов математической статистики (коэффициент Спирмена) и подтверждается сравнительным анализом.

После проведения психологической поддержки в экспериментальной группе повторные результаты диагностики всей выборки показывают значительное различие по выше перечисленным факторам, что подтверждается методом математической статистики (коэффициент Спирмена). Молодые специалисты экспериментальной группы показывают положительную динамику в формировании профессионального самосознания, выражающуюся в наработке коммуникативных навыков и преодолении барьеров общения, снижении уровня тревожности (ситуативной), повышении профессиональной удовлетворенности. В контрольной группе молодых специалистов положительной динамики не наблюдается так как испытуемые не получали психологической поддержки в период адаптации на новом рабочем месте. На основании полученных данных можно заключить, что психолого-адаптационное сопровождение профессионального отбора методом социально-психологического тренинга способствует эффективности отбора молодых специалистов на руководящие должности.

Литература

1. Занковский А.Н. Организационная психология: Учебное пособие для вузов. М.: Флинта: МПСИ, 2000.
2. Табакова И.А., Ищенко А.Н., Рюмина О.В. Адаптация и успех в трудовой деятельности // Интеграция методической (научно-методической) работы и системы повышения квалификации кадров. Челябинск, 2006.

К проблеме изучения организационной культуры и имиджа организации

Веремьева Екатерина Александровна²

студентка

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: potok13@yandex.ru

Введение

Под организацией понимается реально существующая, значительная по размеру и сложноорганизованная общность людей, действующих совместно в социально-значимых ситуациях для реализации определённой функции, программы или цели (миссии) [1]. Вопрос о социально-психологической природе ключевых для функционирования организации феноменов – организационной культуры и имиджа – на данный момент не имеет однозначного ответа.

Под организационной культурой мы, вслед за Э. Шейном, понимали «паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения

² Автор выражает признательность старшему преподавателю, кандидату психологических наук Ермолаеву В.В. за помощь в подготовке тезисов.

названных проблем» [3; 31-32]. Имидж организации мы, вслед за О.С. Виханским, рассматривали как совокупность «устойчивых и распространенных представлений об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для организации» [1; 51]. Проанализировав данные определения, мы сделали предположение о том, что организационная культура и имидж могут изучаться как социальные представления об организации. Социальные представления формируются в результате осмысления людьми на уровне «здорового смысла» непосредственного опыта взаимодействия (деятельности и общения) с объектом представления [2], в нашем случае – с организацией, её целей, миссии, различных проявлений жизнедеятельности. Различия феноменов могут быть детерминированы особенностями среды их формирования: организационная культура формируется при взаимодействии организации как системы с внутренней социальной средой (работниками, руководством), а имидж организации – при взаимодействии организации как системы с внешней социальной средой (потребителями услуг, партнёрами, конкурентами и др.).

В структуре социальных представлений, по мнению С. Московичи, могут быть выделены такие компоненты, как информация, поле представления и установка [2]. Информация – это сумма знаний об объекте представления; поле представления характеризует диапазон возможных значений в структуре представления об объекте; установка выражает общее (позитивное или негативное) отношение субъекта к объекту представления, готовность субъекта представления высказать то или иное суждение [2]. Аналогичные компоненты могут быть выделены в структуре организационной культуры и имиджа организации при рассмотрении их как социальных представлений об организации.

Предложенный нами подход мы применили к исследованию организационной культуры и имиджа милиции.

Методы

Целью исследования являлась проверка гипотезы о наличии связи между организационной культурой и имиджем милиции, а именно: между содержанием компонента «информация» социальных представлений о милиции у работников организации и потребителей её услуг существует связь; между содержанием компонента «установка» социальных представлений о милиции у работников организации и потребителей её услуг существует связь. Кроме того, нами было проведено исследование компонента «поле представления» об организации.

Выборку эмпирического исследования составили потребители услуг милиции – студенты 4 курсов различных факультетов Воронежского государственного университета (104 человека) и сотрудники Муниципального оперативного полка милиции г. Воронежа (74 человека). Социальные представления о милиции студентов рассматривались нами как имидж милиции, а работников милиции – как организационная культура.

В исследовании нами применялись следующие методы сбора эмпирических данных: модифицированный нами Цветовой тест отношений Е.Ф. Бажина и А.М. Эткинда, авторские методики неоконченных предложений и социально-психологическая анкета, а также методы обработки полученных данных – контент-анализ и корреляционный анализ (коэффициент ранговой корреляции Кендалла).

Результаты

Проведённый анализ эмпирических данных позволяет нам сделать ряд выводов.

Между содержанием компонента «информация» социальных представлений о милиции у работников организации и потребителей её услуг существует связь. Это позволяет предполагать, что и организационная культура и имидж милиции в своей основе имеют сходную информационную составляющую о деятельности милиции,

источником которой могут являться, например, официальные заявления МВД, ОВД, транслируемые СМИ.

Анализ результатов исследования компонента «поле представления» показал, что существуют 3 общие для работников организации и потребителей услуг категории восприятия милиции: «защита, охрана, безопасность», «государственный орган», «люди». Это позволяет предполагать, что именно эти категории являются ключевыми при восприятии и интерпретации организационной культуры и имиджа милиции. При этом каждая из этих категорий связана со специфическими для потребителей услуг и работников милиции эмоциональными и поведенческими характеристиками.

Между содержанием компонента «установка» социальных представлений о милиции у работников организации и потребителей её услуг связь не установлена. Это позволяет предполагать, что отношение к организации как одна из составляющих организационной культуры и имиджа милиции детерминируется различными факторами. Так, например, в качестве такого фактора может выступать акцент восприятия: работники милиции рассматривают атрибуты организации как часть самих себя, результат своей непосредственной деятельности, а потребители услуг – с точки зрения определения функциональности, результативности и полезности взаимодействия с организацией. Следует отметить и высокую формализованность, информационно-смысловую закрытость милиции, что может выступать в качестве одной из детерминант особенностей восприятия её населением.

Полученные нами данные об особенностях социальных представлений о милиции могут быть использованы при формулировании рекомендаций по созданию благоприятных и не противоречащих друг другу организационной культуры и имиджа данной организации; согласованию имиджей организации в различных целевых группах внешней и внутренней среды. Разработанный нами способ операционализации понятий «организационная культура» и «имидж организации» и апробированный комплекс методик может использоваться как для определения эффективности процесса управления имиджем и организационной культурой, так и их первичной диагностики.

Литература

1. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — М.: Гардарики, 2002. — 527 с.
2. Московичи С. Социальная психология / под ред. С. Московичи; - СПб.: Питер, 2007. — 591 с.
3. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

Структура профессионализма в разнотипных профессиях.

Войлокова Елена Евгеньевна

аспирантка

Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: Aneev@yandex.ru

В современной психологии организаций и управления персоналом все большую актуальность приобретают проблемы профессионализма. Все, что связано с профессионализмом, вызывает живой интерес у специалистов разных наук и практиков. Что такое профессионализм? Как его формировать и развивать? Как его оценить? Существует ли разница в содержании профессионализма у специалистов разных типов профессий? Вот далеко не полный список вопросов, не имеющих

однозначного ответа в современной науке. Тем временем, в организациях разных типов все больше внимания уделяется кадровому менеджменту, проблемам профессионализации, оптимального сочетания индивидуальных особенностей человека, особенностей его карьеры и образа жизни.

На сегодняшний день понятие профессионализма и его основных структурных компонентов в отечественной психологии труда является недостаточно разработанным. Ряд ученых считает, что «профессионализм» — это высокий, устойчивый уровень знаний, умений и навыков, позволяющий достигать наибольшей эффективности в профессиональной деятельности. А.К.Маркова описывает профессионализм через соотношение состояния мотивационной сферы личности человека труда (профессиональные ценности, профессиональные притязания и мотивы, профессиональное целеполагание и т. д.) и операциональной сферы (профессиональное самосознание, профессиональные способности, обучаемость, приемы и технологии как составляющие профессионального мастерства и творчества и др.) [5]. Э.Ф.Зеер определяет профессионализм как интегральное качество (новообразование) субъекта труда, характеризующее продуктивное выполнение профессиональных заданий, обусловленное творческой самодеятельностью и высоким уровнем профессиональной самоактуализации [7, с.16]. При акмеологическом подходе профессионализм понимается в широком смысле — как успешность реализации человека в жизни; как своеобразие психологической организации личности, в том числе как отношение человека к труду и состоянию своих профессионально важных качеств [А.А. Деркач, А.А. Бодалев, Н.В. Кузьмина и др.].

При всем многообразии существующих подходов можно выделить следующие основные характеристики профессионализма:

многогранность проявлений профессионализма в различных типах трудовой деятельности;

трехкомпонентная структура профессионализма, включающая в себя мотивационную, операциональную (исполнительную) и регуляционную составляющие;

интегральность профессионализма как ее системообразующая характеристика.

Трехкомпонентная структура профессионализма представляется нам исчерпывающей и обладающей необходимым прогностическим потенциалом:

мотивационный - создает у человека готовность к деятельности, поддерживает интерес к ней в ходе ее выполнения, направляет и регулирует профессиональную активность человека;

операциональный - обеспечивает исполнительную часть профессиональной деятельности и получение необходимого результата;

регуляционный - включает в себя эмоционально-волевые процессы, лежащие в основе способности к саморегуляции в процессе деятельности.

Данные компоненты являются комплексными и вбирают в себя множество частных признаков и характеристик.

При всей значимости общих положений, касающихся профессионализма и профессионализации человека, на наш взгляд, целесообразно говорить о специфичности их проявления в конкретных сферах профессиональной деятельности, поскольку профессиональная успешность и удовлетворенность трудом обусловлены степенью соответствия индивидуальных качеств и требований профессии. Исходя из этого, сравнительное исследование роли структурных компонентов профессионализма в различных типах трудовой деятельности представляется нам одной из актуальных задач современной психологии труда..

Нами разработана модель эмпирического исследования, позволяющая произвести сравнительный анализ профессионализма специалистов различных типов профессий. Батарейку методик для изучения структурных компонентов профессионализма составили «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина, опросник «Стиль саморегуляции

поведения – ССП - 98» В.И. Моросановой, карты наблюдений для оценки операционального профессионализма специалистов разных типов профессий. Кроме того, исследование включало экспертную оценку всех трех компонентов руководителями структурных подразделений, что позволило выделить специалистов с различным уровнем профессионализма в том или ином типе профессий.

Выборку экспериментального исследования составили менеджеры по продажам салонов сотовой связи, как представители профессии типа «человек-человек» (используется классификация Е.А. Климова) и автомеханики как представители профессии типа «человек-техника». Необходимо отметить, что в результате предварительного анализа полученных данных на сегодняшний день обнаружены существенные различия в содержании профессионализма специалистов различных типов профессий, а также специалистов, имеющих разный уровень профессионализма. Дальнейший анализ данных экспериментального исследования позволит нам сделать более конкретные и подробные выводы по поставленной проблеме.

Литература

1. Бодалев А.А. Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения.- М.: Флинта: Наука, 1998.- 168 с.
2. Зеер Э.Ф. Психология профессионального развития: учеб. пособие для студ. высш. Учеб. заведений / Э.Ф.Зеер. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 240 с.
3. Климов Е.А. Введение в психологию труда. - М., 1998.
4. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б.Ф. Ломов.- М.: Наука, 1984. – 444 с.
5. Маркова А.К. Психология профессионализма. М.: РАГС, 1996.- 308 с.
6. Психология человека от рождения до смерти / под ред. А.А. Реана.- СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2006. – 651, [5]с.
7. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учеб. пособие для вузов \ Пер. с англ. Под ред. Проф. Е.А.Климова. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 399 с. – (Серия «Зарубежный учебник»)
8. Ситников А.П. Акмеологический тренинг: Теория. Методика. Психотехнологии / А.П. Ситников. – М.: Технол. шк. бизнеса, 1996. - 428 с.

Социально-психологический анализ причин профессионального выбора женщин в силовых структурах

Герасимова Марина Александровна

студентка

Тверской государственной технической университет, Тверь, Россия

E-mail: Marin_Psy@mail.ru

Работа посвящена месту и роли женщины в структуре МВД, причинам, побудившим представительниц слабого пола выбрать профессию, считавшуюся истинно «мужской». Говоря об актуальности темы, можно утверждать, что на данный момент в российской реальности, да и не только в российской – в мировой – постоянно растет количество женщин, избравших столь нетипичную для них профессию военнослужащих, служащих в силовых структурах. Учитывая вышесказанное, можно проследить явную связь между современными тенденциями на рынке труда и гендерными проблемами, сложившимися в современном мире.

Задачи исследования:

1. изучить структуру органов внутренних дел;

2. рассмотреть типовую профессиограмму деятельности сотрудника МВД
3. рассмотреть социальный статус женщины-сотрудницы МВД: общая характеристика.
4. изучить причины, побуждающие женщин в структуре МВД,
5. исследовать маскулинность-фемининность и волевые качества у женщин-сотрудниц Вышневолоцкого ОВД;

Объект исследования – женщина в структуре МВД.

Предмет исследования – социально-психологические причины профессионального выбора женщин - «силовиков».

В результате проведенной работы теоретического плана и практического пилотажного исследования можно сделать следующие выводы, представленные тезисами:

- Проанализировав литературу, описывающую специфику государственной службы в органах внутренних дел, структура органов внутренних дел и типовую профессиограмму деятельности сотрудника МВД, можно заметить, что по большому счету сотрудники МВД должны обладать, с точки зрения социальных стереотипов, «мужскими качествами». Эмоциональная устойчивость, выносливость, отличная физическая подготовка... Всеми этими качествами в полной мере обладает «сильный пол». Однако явление нашего времени – женщина-силовик уже давно не новость. Далее мы рассмотрим причины такого профессионального выбора «слабого» пола.
- Социальный статус женщины-сотрудницы МВД в какой-то мере оправдывает данный выбор: социальный пакет, государственные гарантии, стабильность заработной платы – это все то, что в сегодняшнем мире ценят люди с невысоким уровнем притязаний.
- Ситуация на рынке труда (в данном контексте мы рассматривали гендерный аспект): желание избежать безработицы заставляют выбирать женщин нетипичную для них профессию.
- Борьба за превосходство – фактор, описанный А.Адлером, толкающий людей на самые непредсказуемые поступки. Звания, полученные сотрудниками МВД, нередко помогают им в обыденной жизни достигать своих целей, т.е. пользоваться служебным положением.
- Гендерная инверсия в культуре, начавшаяся, по мнению Сандры Бэм, в девятнадцатом веке.

Проведенное исследование, направленное на выявление преобладающего психологического пола женщин в структуре МВД и волевых качеств, присущих испытуемым, показало, что женщины-сотрудницы МВД обладают преимущественно такими волевыми качествами как целеустремленность и энергичность, и доминантным психологическим полом женщин в структуре МВД является андрогинный. Данное исследование не является валидным, так как проводилось оно на выборке, не отвечающей стандартам полноценного исследования.

Таким образом, можно сказать, что цели, поставленные в начале исследования, достигнуты: проанализированы причины, побудившие женщин избрать для себя столь нелегкое в силу своей специфики поприще на рынке труда.

Этнические стереотипы организационного поведения

Гонкало Дарья Александровна

ассистент

*Казанский государственный технический университет им. А.Н.Туполева, Казань,
Россия*

E-mail: dasha.gopkalo@mail.ru

Введение

Расширение сфер делового межкультурного взаимодействия предусматривает разработку технологий формирования навыков организационного поведения, ориентированных на интеграцию норм деловой этики различных культур. Решение этой задачи предполагает анализ социально-психологических, культурных и этнических стереотипов организационного поведения и механизмов их интеграции. Одним из наиболее сложных и интересных направлений этого анализа является изучение этнических стереотипов организационного поведения.

Контакты с зарубежными партнерами, работа в транснациональных холдингах, корпорациях предполагают формирование особой системы взаимодействия персонала, отражающей существующие стереотипы. Их исследование позволит выявить механизмы формирования стереотипов для выработки методов анализа и коррекции, что существенным образом повысит эффективность деловой активности персонала и внутриорганизационный климат.

Методы

Выявление и анализ этнических стереотипов организационного поведения осуществлялось в двух направлениях:

1. наблюдение за сотрудниками мультикультурных организаций, ведущих международную предпринимательскую деятельность (наблюдение, анкетирование)
2. анализ представлений о стереотипах организационного поведения на материале интервьюирования студентов 2-3 курсов специальности «Менеджмент организации». (анкетирование)

Критерием выбора организации для анализа этнических стереотипов поведения служили: международные контакты, коммерческая значимость и перспективность отрасли, мультикультурный состав организации. Объектами наблюдения стали предприятия нефтегазовой отрасли и организации, осуществляющие выставочную деятельность.

Результаты

На основе теоретического анализа структурированы компоненты организационного поведения, подверженные влиянию этнических стереотипов, а именно:

внутриорганизационные стандарты поведения, коммуникация (вербальное, невербальное общение), самопрезентация, индивидуализированные формы активности, персональный имидж.

Выделены модели организационного поведения, базирующиеся на этнических стереотипах, обозначенные как «западная», «восточная», «колониальная» и «интегрированная».

Определены и описаны этнически обусловленные техники приёма на работу, аутсорсинга и аутплейсмента.

Описаны этнические стереотипы построения карьеры.

Детализированы этнические стереотипы мотивирования и стимулирования персонала.

Систематизированы факторы, оказывающие влияние на формирование стереотипов организационного поведения.

Результаты исследования демонстрируют высокую значимость этнических стереотипов организационного поведения в процессе реализации делового взаимодействия. Более того, влияние этнических стереотипов реализуется не только в сфере бизнеса, но и в области международной политики и академических контактов (образование, наука). Их изучение станет следующим этапом исследования.

Студенческое самоуправление как социально-педагогическая проблема**Гуничева Елена Леонидовна***молодой ученый**Региональный институт передовых технологий и бизнеса, Набережные Челны,
Татарстан**E- mail: elena-gunicheva@mail.ru*

Переход к рыночной системе хозяйствования предполагает и реформирование всей системы воспитания. Можно ожидать, что во всех направлениях образовательной деятельности (в том числе и воспитательной) будет происходить переход: с субъектно-объектных взаимоотношений на субъектно-субъектные взаимоотношения; от односторонней управленческой деятельности к интегративной управленческой деятельности; от контроля и опеки участников в процессе проведения мероприятий к сопровождению деятельности и консультированию лидеров при наличии запроса.

Содействие становлению гражданского общества может происходить организационным путем посредством закрепления социальных норм, иницируемых наиболее активными студентами в составе студенческой общественной организации. Студенчество может рассматриваться как стратегический ресурс современного общества при создании организационных условий, содействующих преобразованию личностного потенциала студенческого актива в организационную составляющую студенческой общественной организации как ее потенциальную способность к взаимодействиям и коммуникациям с влиятельными структурами внешней среды. Организационный порядок, формирование которого происходит в процессе становления студенческой общественной организации, содействует студенческому активу в приобретении ими навыков к самоизменениям с последующей способностью, при формировании взаимоотношений руководителя и исполнителя, осуществления организационных изменений. При реагировании на мотивационные ожидания внешней среды опыт осуществления организационных изменений, со временем проявится в способности студенческого актива иницировать общественные изменения.

В современных условиях, в вузах, происходит восстановление системы воспитательной работы. Мощное социализирующее и воспитательное воздействие на личность студента оказывает сама студенческая среда, особенности студенческой группы, в которую входит человек, особенности других референтных групп.

Такие особенности студенческой группы, как однородность возрастного состава (разница в возрасте обычно не более 5 лет), обуславливает возрастное сходство интересов, целей, психологических особенностей, способствует сплочению группы. Основным видом деятельности студенческой группы - учение, а факторы учебного сплочения слабее, чем производственные, поэтому порой сплоченный коллектив не складывается: каждый сам по себе.

Возникновение коллектива является результатом организационно-управленческой, воспитательной работы. Это не просто хорошо организованная для совместной деятельности группа, а группа, объединяющая, сближающая людей на основе выполнения полезно- значимой работы. Студенческие академические группы нередко не становятся настоящими коллективами, потому что преподаватели больше ориентируют студентов на хорошее усвоение знаний, навыков и умений в области будущей профессии, а не на прочную совместную деятельность. Основная задача воспитательного управления академическими студенческими группами как центральным звеном микро среды вузовского студенчества заключается в превращении каждой группы в настоящий коллектив и сохранении его до конца учебы в вузе. На

реализацию этой задачи должны быть направлены усилия профессорско-преподавательского состава.

Формирование личности специалиста - процесс многофакторно обусловленный, осуществляется он в совместной деятельности, взаимодействии и общении человека с другими людьми. Структура социальной среды, в которой формируется личность выпускника вуза, чрезвычайно сложна и изменчива. Основное звено этой социальной среды – академическая группа, являющаяся детерминантой формирования личности, когда она становится коллективом. А становление коллектива студенческой группы зависит от:

- характера организации учебно-познавательной деятельности студентов, контроля над ней и ее оценки;
- степени ясности функций, задач и программы деятельности группы, от групповых норм и особенностей преломления в них общих социальных норм;
- частоты контактов и особенностей общения между членами группы и от особенностей педагогического общения в системе «педагог-студент»;
- особенностей микрогрупп в группе (способствует ли она сплочению группы или противопоставляют себя группе);
- характера привлечения каждого члена группы к выполнению групповых заданий, от качества кооперации сил при выполнении общественно значимых задач, стоящих перед группой;
- размера группы и времени ее существования;
- качеств руководителей-наставников, межличностных отношений в системе «педагог-студент» и «студент-студент».

Актуальнейшей проблемой становится разработка условий для создания и устойчивого функционирования социальных организаций, в том числе и студенческих общественных организаций. В ходе исследования выявлено, что данный процесс, в ходе его реализации сталкивается со следующими проблемами: отсутствие аналога, опыта и традиций; отсутствие целевой организационной структуры; отсутствие нормативной документации.

Литература

1. Ищенко Т.В. Место студенчества в социальной структуре общества. Томск, 1970, С.243.
2. Рубин Б., Колесников Ю. «Студент глазами социолога»- С.38.
3. Семашко А.Н. Художественные потребности студентов, пути и средства их формирования (Социально-эстетическое исследование). Автореф. Канд. Дисс. Днепропетровск, 1969,С.91.

Профессиональная подготовка специалистов в сфере управления человеческими ресурсами

Дрынкина Татьяна Ивановна

аспирантка

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: drynkina@mail.ru

В мировом менеджменте хорошо известно, что интенсивная профессиональная подготовка персонала позволяет организации успешно развиваться в условиях постоянных изменений внешней и внутренней среды бизнеса. Трудности российского бизнеса во многом определяются недостаточной подготовленностью руководящего персонала организации к решению усложняющихся организационных задач. Если же

создать в компании "критическую массу" высокопрофессиональных менеджеров, то команда будет работать в режиме самоуправляемой системы, и прогрессивные изменения будут способствовать повышению конкурентоспособности организации [1,3,5,6].

В настоящее время многие специалисты склоняются к мнению, что краткосрочные корпоративные семинары-практикумы как нельзя лучше решают эту задачу. Однако сегодня традиционные модели, ориентированные на получение слушателями специализированной информации, не могут в полной мере выполнить свое назначение.

Прежде всего, это обусловлено значительными объемами и принципиальной новизной профессионально-необходимых знаний, которыми руководители должны овладеть вследствие качественных изменений, происходящих в стране. Однако, за короткий срок обучения сделать это весьма трудно, а длительная же переподготовка затруднительна из-за организационных проблем.

Второе обстоятельство связано с дифференциацией интересов слушателей, которая определяется различиями в сферах их профессиональной деятельности, должностных уровнях, опыте, характере имеющихся проблем. Следствием этого становится тот факт, что запрос на обучение удовлетворяется не в полной мере [4].

В этой связи целесообразно обратиться к проблеме концентрированного обучения, которое является составляющей интенсивного обучения [2,7]. Образовательная технология концентрированного обучения позволяет решать ряд взаимосвязанных проблем:

проблему несоответствия между увеличением объема информации и фактором ограниченного времени обучения;

проблему интенсификации образовательного процесса;

проблему формирования и активизации познавательных интересов обучающихся.

Для формирования модели и содержания образовательных программ было проведено социально-психологическое исследование на базе рекламных агентств полного цикла. Цель исследования - раскрыть взаимосвязь социально-психологических и профессионально-ситуационных особенностей, показать влияние процесса обучения на выполняемую руководителями деятельность и встречающиеся в ней затруднения.

Результаты исследования дали следующие результаты. Исследование профессиональной самореализации дало развернутую картину данного явления и позволило выявить необходимость развития таких факторов в структуре самореализации как ориентация во времени, креативность, коммуникативная компетенция, уверенность в себе.

Изучалось отношение менеджеров среднего звена, работающих в рекламном бизнесе, непосредственно к процессу обучения, которые в целом высказали понимание и готовность к повышению своей квалификации в области управления. Позитивное отношение к обучению высказали 47,9% опрошенных. Планируют принять участие в образовательных программах в 65% респондентов из общего числа опрошенных менеджеров, а 64,3% считают, что непрерывное профессиональное образование является важным фактором профессиональной самореализации.

По результатам опроса были выявлены профессиональные проблемы менеджеров организаций. К их числу респонденты отнесли: финансовый менеджмент, подбор персонала, формирование команды, управление персоналом, повышение квалификации персонала, организация деятельности. Наиболее приемлемой формой обучения руководители назвали деловые игры, что, по их мнению, способствуют приобретению практических навыков.

Полученные эмпирические данные являются основанием для разработки модульных образовательных технологий, которые позволят решать проблемы формирования однородных групп и активизации познавательных интересов

обучающихся за счет целенаправленности, когда цели обучения соответствуют целям управления. Кроме этого, не будет «разрыва» между группами профессиональных знаний. Все это, в конечном итоге должно активизировать показатели управленческого потенциала и способствовать профессиональной самореализации.

Литература

1. Абульханова-Славская К.А., Семёнов И.Н. Акмеологическое понимание субъекта управления. // Эффективный менеджмент: психолого-акмеологические аспекты (пособие по работе с персоналом). – М., 1996.- 402 с.
2. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2000. – 304 с.
3. Васютин Ю.С. Профессиональное обучение без отрыва от производства. – Орел, 1998. - 287 с.
4. Деркач А.А., Зазыкин В.Г., Семёнов И.Н. и др. Психология профессиональной деятельности кадров государственной службы. – М., 1996. - 387 с.
5. Журавлев А.Л. Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. – 476 с.
6. Магура М.И., Курбатова М.Б. Чему и как учить руководителей? // Управление персоналом. – 2003. - № 2.
7. Психология и педагогика. Учебное пособие / Под редакцией В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева, А.И. Подольской, В.А. Слостенина. – М.: Издательство Института Психотерапии, 2004. – 585 с.

Проблемы точности оценки персонала организаций

Карлышев Григорий Владимирович

аспирант

Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

E-mail: g-gregor@mail.ru

С проблемой оценивания сталкивается большое число исследователей как в практической деятельности, так и в научной работе. Существует множество задач, непосредственно связанных с оцениванием. Понятие фигурирует в литературе по экономике, планированию, статистике, социологии и др. Задачи, решение которых напрямую связано с проблемой оценивания: аттестация руководителей, оценка качества продукции, оценка участников соревнований и конкурсов, выявление профессионально важных качеств, оценка знаний учащихся и абитуриентов, классификация и категоризация профессий и т.д.

Под оценкой (оцениванием) в психологии понимается психический процесс отражения объект-объектных, субъект-объектных и субъект-субъектных отношений превосходства и предпочтения, который осуществляется в ходе произвольного и произвольного сравнения предмета оценки и оценочного основания.[1]

Оценочное основание представляет собой упорядоченную по принципу превосходства или предпочтения совокупность представлений о соответствующем классе однородных объектов или разнородных предметов одной потребности.

Итогом оценочного процесса является оценка-результат, который может выражаться знаком и интенсивностью эмоционального переживания, его вербальной версией, оценочным суждением или закономерным изменением взаимодействия со средой, осознаваемым как оценка лишь вторично.

Мы принимаем данную теорию как базу для дальнейшей работы, т.к. она на наш взгляд соответствует основным требованиям научности. Заданная в этой теории система

позволяет нам вычленять отдельные элементы для анализа процесса оценивания с целью повышения достоверности оценки как результата.

Теория не проработана в практических аспектах деятельности. Задача этой статьи заземлить теорию и обозначить основные параметры, влияющие на точность оценки персонала организаций с точки зрения психологии оценщика и возможности их преодоления.

В психологии проблема оценивания непосредственно связана с использованием метода экспертных оценок, особенно в случаях, когда мнение экспертов - единственный источник информации и на его результатах строится научное исследование.

Объектом измерения этой системы может быть все, что угодно, в том числе и психологические качества личности. При этом, неучет особенностей этой измерительной системы может привести к грубым ошибкам и искажениям, что зачастую и происходит.

Мы рассмотрим, как это происходит на примере оценки персонала организации. Под оценкой персонала имеется в виду система, которая позволяет измерить результаты работы и уровень профессиональной компетентности сотрудников, а также их потенциала в разрезе стратегических задач компании.[4]

Мы не будем рассматривать в нашей статье оценку объективных производственных показателей: количество произведенной продукции за единицу времени, количество прогулов, количество брака в произведенной продукции. Т.к. вопрос точности здесь не стоит.

Нас интересуют методы оценки, которые по своей природе субъективны. На сегодняшний день в системе оценки персонала существует множество методов оценки. [2, 4]

Мы предлагаем их рассматривать как дихотомическую шкалу. Одним полюсом в ней будут выступать в чистом виде экспертные оценки, а другим полюсом - такие методы как поведенческие заякоренные шкалы BARS. Такое разделение позволяет нам выделить различные подходы к работе над повышением точности оценок, т.к. схема работы данных методов серьезно отличаются.

Рассмотрим один из полюсов – экспертные оценки. Точность экспертных оценок зависит личностных характеристик оценщика, и соответственно их можно корректировать, через осознание ошибок и дальнейшей осознанной работы с ними. Среди факторов, которые можно отнести к ошибкам, в современной литературе можно встретить следующие: ошибка центральной тенденции; ошибка снисходительности/высокой требовательности; эффект ореола; ошибка неверной выборки (контраста); стереотипизация; ошибки атрибуции; социальная аттракция.

Это основные факторы, влияющие на искажение оценки, и все они основаны на личностных особенностях оценивающего. Наша задача состоит в том, чтобы понять каким образом их нивелировать наилучшим образом, т.е. достигать по возможности полного исключения влияния этих факторов на оценочное суждение в процессе экспертной оценки. Проблема состоит в том, что сложно измерить точность оценки – на сегодняшний день не существует подобных инструментов.

Мы придерживаемся гипотезы, что наиболее адекватным инструментом работы с данной группой факторов будет являться социально психологический тренинг. На сегодняшний день существуют программы подготовки наблюдателей ассесмент-центров, которые могут содержать подобные элементы работы с факторами. Но они, как правило, коротки по формату и не могут работать с этими эффектами глобально. Результат подобных обучающих программ также не поддается измерению.

Что касается другого полюса – поведенческих заякоренных шкал, то здесь работа по повышению точности должна проходить по-другому. Сам по себе инструмент очень точен, потому что в основе лежит очень четкое оценочное основание, с которым легко

соотнести реальные действия объекта оценки. В этом аспекте, грамотно построенные шкалы достаточно объективны. Но здесь появляется другой аспект – как построить точную шкалу. Вся работа по повышению точности этого инструмента должна быть проведена на всех этапах его создания. Важность этого тезиса подчеркивают А.Стадник и М.Спенсер в своих работах [3,4]. И здесь, работа заключается в соблюдении всех процедур апробации и корректировки разрабатываемых шкал.

Нас больше интересует работа с экспертными оценками, т.к. поведенческие шкалы достаточно трудоемки и их внедрение не всегда обусловлено. Хорошая экспертная оценка может выступать мощным инструментом для оценки персонала и как следствие повышения эффективности организаций.

В современных теориях плохо остается проработанным аспект измерения точности оценок, отсутствуют какие-либо методики для измерения точности. В связи с этим сложным представляется оценка результатов обучения безошибочному экспертному оцениванию. Эти сложности мы планируем преодолеть в нашей дальнейшей работе.

Литература

1. Батурин Н. А. Оценочная функция психики. – М.: Изд-во ИП РАН. 1997. – 306 с.
2. Магура М.И., Курбатова М.Б. Оценка работы персонала, подготовка и проведение аттестации/ Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ЗАО «Бизнес-школа» - 123 с.
3. Спенсер Л.М., Спенсер С.М. Компетенции на работе. – М.: Нипро, 2005. – 384с.
4. Стадник А. Путеводитель по кадровому менеджменту, выпск 2 Оценка персонала – М.: ООО «Бегин групп», 2005 – 150 с.

Психологические аспекты организационного конфликта

Комарова Алена Вячеславовна

студентка

Якутский государственный университет им. М.К. Амосова

E-mail: sharipovdf@yandex.ru

В современном мире взгляд на понятие «конфликт» переживает новое развитие. Особое значение приобретает конфликт в организации, так как пересматривается сама структура организаций и взаимоотношений в ней. Соглашаясь с распространенным утверждением «худой мир лучше доброй ссоры», люди, тем не менее, не могут избежать дисгармонии, обходиться без конфликтов. Нередко конфликт оказывается не только неизбежным, но и приемлемым «выходом» из сложившейся ситуации, едва ли не единственным способом восстановить нарушенное равновесие во взаимоотношениях людей, позволить им прийти к согласию относительно совместных дел, частных и общих интересов, норм поведения.

Объектом исследования является конфликт в организации. Предметом исследования являются психологические аспекты возникновения и развития конфликтов в организациях. Выдвинули следующие гипотезы: Сотрудники не коммерческой организации сферы услуг более склонны к агрессивному поведению, чем сотрудники коммерческой организации этой же сферы; Конфликтность зависит от уровня агрессивности. Цель исследование в том, чтобы определить психологические аспекты организационных конфликтов. Методы исследования: теоретический анализ психолого-педагогической литературы по данной теме; тестирование; анкетирование; наблюдение; количественная и качественная обработка результатов.

В реальной жизни любой человек, каждая людская общность сталкиваются с трудно разрешаемыми проблемами, разного рода ограничениями. Человек в процессе

взаимодействия с другими субъектами проявляет присущее ему отношение к партнерам, которое всегда накладывает свой отпечаток на характер общения и социальных связей, может порождать противоречия и напряженность, непримиримость и вражду, деформировать непосредственные контакты. Любое взаимодействие это есть некий конфликт двух разных личностей, иногда организационный конфликт необходим, чтобы выявить разнообразие точек зрения, получить дополнительную информацию о работниках данного коллектива (организации), что организационный конфликт происходит также из-за разного понимания той или иной проблемы организации, несовместимости целей данных групп, из-за разного жизненного опыта, из-за плохой коммуникации (передачи информации), а также из-за нехватки ресурсов.

Литература

1. Практическая психодиагностика. Методы и тесты. Самара, 1998. С. 470-475.
2. Женская психология / Сост. Н. А. Литвинцева. М., 1994.

Актуальные проблемы введения в теорию и практику высшего профессионального образования феномена социально-личностных компетенций

Кормильцева Мария Владимировна

аспирантка

*Российский государственный профессионально-педагогический университет,
Екатеринбург, Россия*

E-mail: mashaperv@rambler.ru

Социально-личностные компетенции относятся к человеку как к индивиду, субъекту деятельности, личности и раскрывают способность личности к позитивному интеллектуальному, психологическому и волевому саморазвитию и изменению, а также готовность ее к жизнедеятельности во многих контекстах ее социального взаимодействия, достижения согласия с другими. Данный вид компетенций относится к категории универсальных и наряду с общекультурными, общенаучными и инструментальными, служат фундаментом, позволяющим выпускнику гибко ориентироваться на рынке труда и быть подготовленным к продолжению образования как на второй (магистерской) ступени высшего профессионального образования (для бакалавра), так и в сфере дополнительного и послевузовского образования. Рассматриваемые компетенции включают содержательные обобщения социально-личностных знаний и умений (персональная компетентность); мотивационно-смысловую составляющую направленности (компетенции детерминации деятельности); а также нравственно-этические нормы социально-профессионального поведения человека (коммуникативная и интерактивная компетенция).

Введение понятия социально-личностных компетенций в теорию и практику высшего профессионального образования означает, что для обеспечения качества подготовки выпускников, необходимо решение ряда проблем:

- Постановка четкого и однозначного определения данного феномена.
- Выявление структуры и описание состава компонентов социально-личностных компонентов.
- Определение критериев, методов и методик оценки социально-личностных компетенций как результата образования.

Целью нашего исследования стало определение компонентной структуры социально-личностных компетенций выпускников вузов.

Методы: экспертный опрос и математический анализ данных.

Участники исследования: педагоги высшей школы (35 человек), осуществляющих подготовку специалистов инженерного профиля, а также педагогов общеобразовательных школ (29 человек) (г. Екатеринбург)

Проведенное исследование показало, что факторная структура социально-личностных компетенций специалистов инженерного и педагогического профиля содержит четыре компонента:

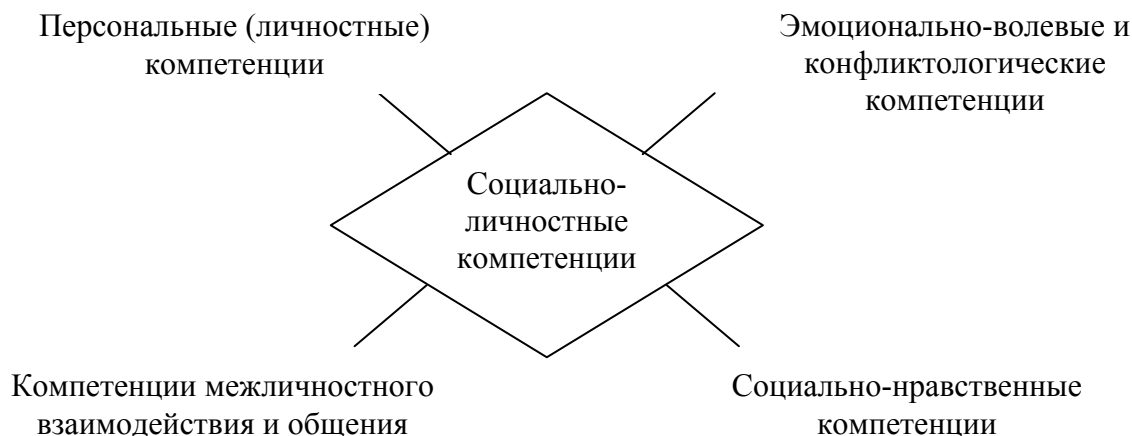


Рис. Компонентная структура социально-личностных компетенций специалистов

Выделенная структура позволит отобрать инструментарий для оценки уровня сформированности социально-личностных компетенций как одного из показателей качества подготовки выпускников вузов.

Литература

1. Зеер Э.Ф., Заводчиков Д.П., Лопес Е.Г. Реализация компетентного подхода в профессиональном образовании. Екатеринбург: ГОУ ВПО "Рос. гос. проф.-пед. ун-т", 2007.
2. Пузанков Д., Федоров И., Шадриков В. Двухступенчатая система подготовки специалистов // Высшее образование в России. 2004. № 2.

Социально-психологические факторы трансформации парадигмы управления в условиях смены формы собственности на предприятии

Коробейникова Елена Владимировна

аспирантка

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: jara7777@mail.ru

В последние два десятилетия в России происходят многоплановые и противоречивые общественно-экономические трансформации. Руководство компаний постепенно приходит к осознанию необходимости внедрения инновационных подходов в сфере управления. В подобных условиях все чаще при оценке эффективности результатов организационных преобразований на первый план выходят факторы социально-психологической природы, среди которых ведущим является парадигма управления. Изучение именно этого феномена является основной целью пятилетнего эмпирического исследования, проведенного на нескольких машиностроительных предприятиях Нижегородской области с использованием комплекса методов

организационной и психологической диагностики. Данные компании находятся на этапе смены формы собственности с государственной на частную. Подобного рода трансформации являются наиболее характерными для современной переходной экономики России.

Результаты и их обсуждение

Проведенный анализ показал, что изменение формы собственности влечет за собой значимые трансформации в парадигме управления. Они проявляются на трех уровнях – организационная культура (ОК), принятая модель организационного поведения (ОП), система методов корпоративного обучения (МО) ($p \leq 0,01$, $p \leq 0,05$, $p \leq 0,05$ соответственно) и носят характер закономерно протекающих процессов, которые сопровождают организационные нововведения.

Установлено, что при смене формы собственности на предприятиях с разной скоростью и успешностью деятельности наблюдается изменение типа парадигмы управления – с традиционной бюрократической на инновационную рыночную. При этом рыночный тип по сравнению с бюрократическим обладает несколькими преимуществами, которые имеют социально-психологическую природу и существенно влияют на стиль управления менеджмента. Выявлено, что в конкурентной среде жизнеспособная компания проявляет высокую динамичность, находится в постоянном развитии, гибко реагирует на средовые изменения; персоналу предоставляются широкие возможности самосовершенствования, повышения профессионализма; руководство и подчиненные стремятся достигать максимально высоких результатов в работе. Одновременно, подобные условия влекут за собой ряд последствий. В компании поддерживаются и развиваются индивидуальные способности каждого работника, а не «коллективный потенциал»; персонал способен пренебрегать личными отношениями для достижения высокого результата, что является конфликтогенным фактором. Напряженный ритм деятельности предъявляет повышенные требования к уровню работоспособности, стрессоустойчивости сотрудников.

И, как следствие перехода организации на рыночную парадигму управления, возрастают требования к руководителям, в том числе к психологическим особенностям их личности. Известно, что в дореформенной России сложилась определенная модель личностных качеств управленца административно-бюрократического типа. Современные же реалии требуют иного психологического облика руководителя, сближающегося по значимым характеристикам с образом менеджера западных экономически развитых стран. Следовательно, в новых условиях для эффективного выполнения управленческой функции руководителю необходимо проявлять иные, подчас противоположные личностные качества.

Сравнительный анализ типов парадигмы управления

Тип парадигмы управления	Социально-психологические характеристики уровней парадигмы управления	Личностные качества эффективного руководителя
Традиционный бюрократический	ОК: ориентация персонала на соблюдение формальных правил, стабильность, иерархию; ОП: безучастность сотрудников в управлении, нацеленность на подчинение и выполнение должностных обязанностей; МО: использование	Руководство по типу администрирования; Доминирующие социальные роли: семейные; Тип принимаемых решений: закрытый и низко ответственный; Ценностные ориентации: доминирует ценность дружеских

	пассивных методов обучения; разработка программ в зависимости от текущих потребностей.	отношений.
Переходный	<p>ОК: ориентация в перспективе на достижение высоких результатов при сохранении четкой вертикали власти;</p> <p>ОП: проявление инициативы со стороны персонала с сохранением исполнительского типа поведения, исходя из формальных показателей; имеет место сопротивление нововведениям;</p> <p>МО: внедрение на уровне топ-менеджмента проектных команд с сохранением пассивных методов обучения для остального персонала.</p>	<p>Запрос на лидерство в управлении; развитие лидерских качеств: уровень средний, ситуативное проявление;</p> <p>Доминирующие социальные роли: семейные и профессиональные;</p> <p>Тип принимаемых решений: открытый, но ответственный в зависимости от ситуации;</p> <p>Ценностные ориентации: доминирует ценность поддержания дружеских отношений на фоне достижения высокого результата.</p>
Инновационный рыночный	<p>ОК: ориентация персонала на достижение высоких результатов, конкуренцию, стремление побеждать;</p> <p>ОП: ответственное поведение сотрудников, самодисциплина, энтузиазм;</p> <p>МО: активные методы обучения, разработка программ с учетом стратегических целей.</p>	<p>Руководство по типу лидерства;</p> <p>Доминирующие социальные роли: профессиональные;</p> <p>Тип принимаемых решений: открытый и высоко ответственный;</p> <p>Ценностные ориентации: доминируют ценности результата и морали.</p>

Выводы

1. Организационные изменения на предприятии в виде смены формы собственности приводят к существенным трансформациям парадигмы управления на трех уровнях: ОК, ОП и МО.
2. Эффективность менеджера зависит от личностных качеств, делающих его успешным в организации с конкретной парадигмой управления.
3. Целенаправленный контроль и развитие трансформационных процессов на основе выделенных социально-психологических факторов позволяет достичь не только существенных финансово-экономических показателей, но и имеет важное гуманитарное значение – всестороннее раскрытие человеческого потенциала в труде.

Влияние трудовой мотивации на восприятие организационной культуры**Короваикова Людмила Витальевна³***студентка**Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия**E-mail: lyudovik1413@mail.ru*

Цель нашего исследования - выявить особенности соотношения мотивационного профиля и культурно-организационных предпочтений.

Исследование соотношения трудовой мотивации и культурно-организационных предпочтений важно для выявления тех типов организационной культуры, которые окажутся оптимальными для лиц с определенным типом мотивации. С другой стороны, это исследование позволяет выявить особенности мотивационного профиля людей, относящих культуру своей организации к определенному типу. Это знание, в свою очередь, может помочь при разработке стратегий мотивирования. В качестве испытуемых выступили 47 учителей школ Нижегородской области.

Методы: метод экспертных оценок инновационной активности субъектов педагогической деятельности, адаптированная методика диагностики организационной культуры К.Камерона и Р.Куинна, методика структуры мотивации В.Э. Мильмана. Статистическая обработка проводилась с помощью программы Статистика 6.0.

Анализ результатов:

1. При рассмотрении особенностей мотивации, характерной для групп учителей, имеющих разные организационно-культурные предпочтения, выявлены следующие тенденции:

2. Для учителей, предпочитающих клановую культуру, характерны высокие значения по мотивам общая активность (у 13% выраженность мотива соответствует 8 стену; 25% -7стену), творческая активность (7 стен у 44% испытуемых) и социальная полезность (8 стен у 6%, 7 стен у 31%). У тех, кто предпочитает адхократическую культуру, существенных отличий мотивов от средних показателей не выявлено. Учителя, предпочитающие рыночную культуру, имеют высокие показатели по мотиву жизнеобеспечение (у 14 % - 8стен), а также по мотивам общая активность, творческая активность и социальная полезность (7 стен у 43%, 57% и 57%, соответственно). Для учителей, предпочитающих иерархическую культуру, характерны высокие показатели по мотивам социальный статус (8 стен у 17% испытуемых, 7 стен у 17%)и общая активность (8 стен у 17%, 7 стен у 50%).

3. Мотив жизнеобеспечения имеет прямую зависимость с восприятием актуальной организационной культуры как рыночной (это характерно только для «инноваторов») и обратную с восприятием актуальной организационной культуры как клановой. Мотив «комфорт» имеет прямую согласованность с восприятием актуальной организационной культуры как иерархической. Корреляции между представлениями о типе актуальной культуры и определенными мотивами означают, что эти мотивы побуждают испытуемых находить в существующей культуре такие особенности, которые представители с меньшей выраженностью соответствующего мотива не замечают. И наоборот. Озабоченность жизнеобеспечением, например, может «закрывать глаза» на высокую значимость в реальной культуре ценности отношений.

4. Мотив «жизнеобеспечение» имеет прямую зависимость со степенью желательности иерархической культуры и обратную со степенью «желательности» адхократической культуры. В группе «инноваторов» этот мотив согласован (прямая

³ Автор выражает признательность профессору, д.п.н. Захаровой Л.Н. за помощь в подготовке тезисов.

корреляция) с представлениями о желательности рыночной культуры. Выраженность мотива «социальная полезность» в группе «консерваторов» имеет прямую корреляцию со степенью желательности клановой культуры. Наличие специфических для группы «инноваторов» или «консерваторов» корреляций, скорее всего, свидетельствует о том, что «образы потребного будущего» приобретают качественно новый смысл. Так, «инноваторы» в отличие от «консерваторов» уже не рассматривают поддержание хороших отношений (главная ценность клановой культуры) как необходимое условие реализации мотива «социальная полезность».

5. В группе «консерваторов» наблюдается согласованное изменение мотивов «жизнеобеспечение» и «социальный статус», а в группе «инноваторов» – мотивов «жизнеобеспечение» и «комфорт». Различие можно объяснить качественно иным представлением об условиях удовлетворения соответствующих потребностей.

6. Иерархия мотивов в группах «консерваторов» и «инноваторов» практически не различается. Различия наблюдаются лишь по ведущим мотивам («творческая активность», «социальная полезность» и «общая активность»). Если на первое место для консервативных учителей выступает «социальная полезность», то для инноваторов ведущим мотивом является творчество. Для инноваторов характерно более высокие показатели по всем видам мотивов.

7. Представители обеих групп желают усиления в организационной культуре их учреждений кланово-адхократического или рыночно-адхократического компонентов. Причем консерваторы больше желают повышения клановых компонентов, а инноваторы – адхократических, что говорит о преобладании у «инноваторов» (в отличие от «консерваторов») ценности творчества над ценностью отношений (это можно заметить при сравнении иерархий мотивов).

Выводы.

Особенности трудовой мотивации оказывают влияние на организационно-культурные представления. Степень выраженности определенных мотивов оказывает влияние на восприятие одних компонентов организационной культуры и не играет роли по отношению к восприятию других. Имеет значение и иерархия мотивов. Однако анализ силы различных мотивов необходимо дополнять анализом качественного своеобразия этих «образов потребного будущего», так как иное понимание условий удовлетворения потребностей ведет и к изменению представлений об организационной культуре.

Оценка взаимоотношений в организации - залог эффективной деятельности

Крупеня Алина Николаевна

адъюнкт

*Голицынский пограничный институт ФСБ России, Голицыно, Московская область,
Россия*

E-mail: alisia131001@mail.ru

Среди отличительных черт современной Российской действительности следует особо выделить динамизм и нестандартность процессов, протекающих в обществе. В настоящее время крайне тяжело найти сферу нашей жизни, которой не коснулись бы изменения. Наиболее радикальными и существенными для общества являются перемены, которые связаны с деятельностью самого человека, что усиливает внимание к проблеме эффективного его функционирования. 100% проблем любой организации связаны с ошибками, допущенными при отборе, подготовке, мотивации и руководстве сотрудниками коллектива. Для грамотного управления персоналом коллектива, необходимо знать индивидуальные особенности каждого его члена, его слабые и

сильные стороны. Кроме этого, на качество индивидуальной и совместной деятельности работников оказывает влияние характер взаимоотношений между ними⁴. Коллективный характер деятельности предполагает создание социально-психологической атмосферы сотрудничества, поддержки и взаимной требовательности между сотрудниками.

В зарубежной психологии проблема оценки рассмотрена в концепциях управления: первая- с позиции психологии и человеческих отношений; вторая- с позиции науки о поведении. Основоположителем первой концепции был Э.Мэйо, в результате проведенных экспериментов он пришел к выводу, что решающее влияние на производительность труда оказывают психологические и социальные факторы, а не материальные. В 30-50-е годы XX века широко была распространена данная концепция, основное положение которой гласило, что управление межличностными отношениями повышает степень удовлетворенности результатами собственного труда и выступает основой повышения его производительности. Вторая концепция получила развитие в 1960-е годы, главная ее цель- повышение эффективности деятельности организации путем совершенствования управления персоналом. Предметом рассмотрения данной концепции выступали мотивы, как главного показателя отношения человека к труду. Большой вклад в развитие этого направления внесли Ф.Херцберг, Д.Мак Грегор, а также А.Маслоу, который исследовал мотивы поступков людей и пришел к выводу, что они зависят от их потребностей, но не всегда имеют отношение к денежному вознаграждению. Следует также выделить японскую систему управления и оценки персонала, особенностями которой являются: непрерывность службы, т.е. создание условий для работы человека в одной и той же фирме до его выхода на пенсию; и практика повышения служащих в должности.

В отечественной науке формирование, развитие и коррекция взаимоотношений часто связывают с оценкой самого этого процесса. Важно отметить, что практически все авторы, исследующие проблему взаимоотношений, подчеркивают важнейшую специфическую черту – эмоциональную основу взаимоотношений (иногда его называют валентностью), которая изменяется в двух противоположных направлениях: от конъюнктивных (позитивных, сближающих людей) к индифферентным (нейтральным) и дизъюнктивным (негативным, разделяющим людей) и наоборот⁵. Л.Я.Гозман также подчеркивает двойственность содержания отношений с одной стороны - объективный процесс взаимодействия, а с другой - субъективная оценка людьми друг друга. Многочисленные исследования показали, что нормальные взаимоотношения в коллективе способствуют высокой производительности труда, упреждают возникновение конфликтных ситуаций, а также оказывают непосредственное влияние на качество совместной деятельности. Доказано, что рост производительности находится в прямой зависимости от межличностных отношений, хорошего настроения сотрудников и достигает 5-10% от среднего уровня⁶.

Научно установлено, чем более коллективный характер имеет деятельность группы, тем теснее связаны межличностные отношения и качество совместной деятельности, в связи с этим, одной из наиболее важных задач органов управления любой организации, коллектива, службы является формирование оптимальных взаимоотношений между сотрудниками. На ряду с общими методами изучения взаимоотношений: работы с документами, беседы, опроса, наблюдения и т.д., следует особо выделить модульный социотест Анцупова, как метод проведения комплексной оперативной оценки персонала и взаимоотношений между ними. С его помощью можно

⁴ Анцупов А.Я., Ковалев В.В. Социально-психологическая оценка персонала. М.:ЮНИТИ-ДАНА.2006 с.4

⁵ Андреева Г.М. Социальная психология. М.2004. с74.

⁶ Пономарев Л.Н. и др. Эффективность труда руководителя. М. 1988

определить сильные и слабые стороны руководителей организации, предупредить возможность возникновения конфликтов между сотрудниками и оценить степень их остроты, также можно сравнить положение дел в разных структурных подразделениях организации, оценить динамику их развития в течении определенного времени и выявить резервы повышения качества руководства коллективом.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2004. с.306.
2. Анцупов А.Я., Ковалев В.В. Социально-психологическая оценка персонала. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. с.303.
3. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. М., 1987.
4. Коломинский Я.Л. Психология взаимоотношений в малых группах. Минск, 2000. с.432.
5. Мерлин В.С. Взаимоотношения в социальной группе и свойства личности: системный подход к исследованию их связи // Социальная психология личности. М.,1979, с.259.
6. Моргунов Е.Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение. М.,2000.
7. Пономарев Л.Н. и др. Эффективность труда руководителя. М. 1988.
8. Управление персоналом: учебник для вузов / Под. ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
9. Hayes N. Principles of social psychology. Hove: Hillsdate, 1993.

Эмоциональный интеллект и особенности профессиональной деятельности

Кузнецова Алина Игоревна

студентка

Волгоградская академия государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: kalinka34@mail.ru

Процесс социального взаимодействия - это постоянный процесс понимания себя и других, управления собой и другими. Эти составляющие играют особую роль для представителей профессий «человек – человек», так как им приходится перерабатывать большое количество эмоциональной информации. Понимание и управление своими эмоциями и чувствами других людей, умение правильно выстраивать свои взаимоотношения, способность получить оптимальный результат в отношениях с собой и другими людьми определяется сегодня как высокий эмоциональный интеллект (EQ). При этом, понимание эмоций других людей и управление ими определяется как межличностный эмоциональный интеллект (МЭИ), а понимание собственных эмоций и управление ими – как внутриличностный эмоциональный интеллект (ВЭИ). Очевидно, что такой подход к исследованию эмоционального интеллекта предполагает взаимосвязь его составляющих с различными личностными характеристиками.

Согласно новейшим данным доля IQ в жизненном и деловом успехе человека составляет около 20%, доля EQ и везения – около 80%. Благодаря IQ человек устраивается на работу, а благодаря EQ – делает карьеру.

На основании литературных данных можно предположить, что одним из важных компонентов эффективности деятельности представителей профессий «человек-человек» является высокий уровень эмоционального интеллекта, который определяется такими характеристиками как ассертивность, ориентация на одобрение, активная стратегия достижения цели. При этом, выраженность МЭИ и ВЭИ зависит от содержания профессиональной деятельности.

В качестве объекта исследования были выбраны две группы испытуемых - студенты-выпускники, обучающиеся по специальности «Менеджмент» (36 человек) и студенты-выпускники, обучающиеся по специальности «Психология» (36 человек). Всего было обследовано 72 человека.

Процедура исследования включала использование следующих методик – методику оценки эмоционального интеллекта Н.Холла, тест на асертивность, тест на диагностику социальной эмпатии, методику диагностики самооценки мотивации одобрения Д.Марлоу и Д.Крауна, методику диагностики стратегий достижения целей.

Обработка полученных результатов проводилась с использованием пакета SPSS 13.0 и программы MS Excel. Сравнение результатов производилось при помощи статистического анализа, подсчитывались дисперсия распределения, U-критерий Манна-Уитни, T-критерий Вилкоксона, t-критерий Стьюдента.

Сравнение результатов выявило, что испытуемые обеих групп характеризуются схожими показателями по тестам на диагностику социальной эмпатии и асертивности. Не выявлено также достоверных различий между двумя группами испытуемых и по тесту «Диагностика самооценки мотивации одобрения». Однако, сравнение полученных результатов свидетельствует о наличии достоверных различий между испытуемыми двух групп по трем шкалам методики Н.Холла: «эмоциональная осведомленность», «управление своими эмоциями» и «распознавание эмоций других людей». У менеджеров отмечаются более высокие показатели по первым двум шкалам ($p \leq 0,05$), у психологов – по шкале «распознавание эмоций других людей» ($p \leq 0,05$).

Результаты теста «Диагностика стратегий достижения цели» свидетельствуют о преобладании у менеджеров активно-пластичной стратегии достижения целей, у психологов – пассивной ($p \leq 0,05$).

Таким образом, выдвинутая в проведенном исследовании гипотеза подтвердилась лишь частично. Интересной, с нашей точки зрения, явилась выявленная особенность структуры EQ в зависимости от содержания профессиональной деятельности - у менеджеров определено преобладание ВЭИ, у психологов – МЭИ. Очевидно, что психологи получают достаточно теоретических и практических знаний, чтобы распознавать эмоции других людей, но при этом у них возникают трудности в управлении своими эмоциями.

С учетом полученных результатов был разработан и апробирован на группе студентов-психологов тренинг «Управление эмоциями», основная цель которого - развитие внутриличностной составляющей эмоционального интеллекта. Повторное тестирование участников тренинга по выбранным методикам выявило достоверное улучшение показателей по шкалам «эмоциональная осведомленность» и «управление своими эмоциями» ($p \leq 0,05$).

Таким образом, развитие всех составляющих эмоционального интеллекта существенным образом повышает эффективность профессиональной деятельности. Полученные результаты могут быть полезны и учтены в обучающих программах, в коррекционной работе, при проведении тренингов, в индивидуальном консультировании.

Литература

1. Андреева И.Н. Эмоциональный интеллект: исследования феномена // Вопросы психологии. – 2006. - №3.
2. Карпов А.В. Петровская А.С. Проблема эмоционального интеллекта в парадигме современного метакогнитивизма // <http://www.eqspb.ru>
3. Люсин Д.В., Марютина О.О., Степанова А.С. Структура эмоционального интеллекта и связь его компонентов с индивидуальными особенностями: эмпирический анализ // Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования

/ Под ред. Д.В.Люсина, Д.В. Ушакова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.

Организационно-культурный подход к созданию программы психологической подготовки менеджеров физической культуры и спорта

Кузьмина Светлана Владимировна

аспирантка

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: svetiknn@list.ru

В современной России развитие физической культуры и спорта (ФКС) является одним из приоритетных направлений государственной политики. В связи с этим, актуальной становится задача подготовки высококвалифицированных управленческих кадров сферы ФКС, обладающих психологической готовностью эффективно осуществлять профессиональную деятельность в динамичных условиях рынка.

Формирование психологической готовности к реализации будущей профессиональной деятельности происходит в условиях организационной культуры (ОК) ВУЗа, оказывающей существенное влияние на формирование психологических установок будущих менеджеров, ценностных ориентаций, деловых качеств личности выпускников, поведенческих моделей, которые они реализуют в дальнейшем на рабочем месте. Результаты многочисленных исследований свидетельствуют об отсутствии преемственности в организационных культурах образования и бизнеса. По результатам исследования автора, организационная культура ВУЗа спортивной направленности, соответствует кланово-иерархическому типу ОК и способствует формированию психологической готовности кланового типа, в тоже время исследование отражает востребованность на рынке специалистов, обладающих «деловым» типом психологической готовности.

Характеристики психологической готовности выпускников
в различных типах ОК

Компоненты готовности	Клановая ОК	Деловая ОК
Мотивационный	Мотивационная нацеленность на установление и сохранение доброжелательных взаимоотношений в рабочем коллективе; нахождение и поддержание личностных связей; реализацию потребности в любви и уважении	Мотивационная нацеленность на успех, нахождение конкурентных преимуществ; постановку профессиональных задач, творческую активность в их решении; активную позицию в отношении развития физкультурно-спортивной организации, саморазвития, самореализации; готовность к риску
Целевой	Сформированная концептуальная модель реализации профессиональной деятельности в условиях экономической стабильности	Сформированная концептуальная модель реализации профессиональной деятельности в динамичных условиях рынка
Операциональный	Практические умения анализировать и интерпретировать различные рабочие ситуации, проектировать свою деятельность в соответствии с поставленной целью, адекватно обстоятельствам, используя	Практические умения анализировать и интерпретировать различные рабочие ситуации, проектировать свою деятельность в соответствии с поставленной целью, адекватно обстоятельствам, используя при этом

	имеющиеся алгоритмы решения профессиональных задач	не только имеющиеся алгоритмы, но и новые способы решения профессиональных задач
Регуляционный	Высокая степень предметной и процессуальной рефлексии	Высокая степень личностной и процессуальной рефлексии

С целью формирования психологической готовности выпускников «делового» типа на основе рефлексивно-деятельностного подхода разработана программа психологической подготовки, содержание которой определяется необходимостью усиления «делового» компонента ОК факультета ФКС. Рефлексивно-деятельностный подход предполагает высокую степень активности в овладении профессиональной деятельностью, осознанности, рефлексивности мышления будущих менеджеров.

Реализация программы предполагает несколько этапов работы. Целью начального этапа психологической подготовки является расширение ориентировочной основы профессиональной деятельности будущих менеджеров сферы ФКС через формирование представлений о направлениях работы руководителя коммерческой физкультурно-спортивной организации, его функциях, целях и результатах управленческой деятельности.

Второй этап психологической подготовки направлен на обеспечение формирования мотивационного компонента психологической готовности студентов. Практические задания, используемые на данном этапе, ориентированы на осознание студентами потребности в самоактуализации (актуализации своих возможностей, реализации своих потенциальных способностей) как преобладающего мотива профессиональной деятельности и, соответственно, развитие деловой мотивационной направленности личности студентов.

Результатом работы первых двух этапов психологической подготовки является формирование мотивационно-целевого компонента психологической готовности «делового» типа.

Следующий этап психологической подготовки направлен на формирование операционального компонента психологической готовности студентов. Содержание включает в себя формирование аналитических и проектировочных умений у студентов, развитие умений практического использования психологических знаний в ходе теоретического и практического моделирования профессиональной деятельности. Этот процесс содержит в себе проработку различных вариантов решений проблемных ситуаций, типичных для деятельности коммерческих физкультурно-спортивных организаций, и их последствий для разных категорий акционеров.

Результатом этого этапа является развитие аналитических и проектировочных умений студентов, умений анализировать поведенческие, когнитивные и эмоциональные стили реализации профессиональной деятельности, оценивать свое положение в системе отношений, в жизнедеятельностном контексте.

Содержания регуляционного компонента психологической подготовки определяется как поиск психологических средств переориентации студента с внешнего типа регуляции деятельности на внутренний. Поэтому психологическая подготовка при реализации цели формирования регуляционной готовности будущих менеджеров предполагает развитие рефлексивных умений на всех этапах реализации программы.

Данная программа психологической подготовки успешно прошла апробацию на базе факультета ФКС ННГУ им.Н.И.Лобачевского и показала свою состоятельность в формировании полного обеспечения психологической готовности выпускников «делового» типа. Мониторинг эффективности программы осуществлен с помощью следующих методов: определение динамики организационно-культурных предпочтений по Р.Камерону и К.Куинну, динамики мотивации по В.Э.Мильману, рефлексивное

осмысление конкретных ситуаций с различными скрытыми ценностными приоритетами по Л.Н.Захаровой, самоидентификации по М.Куну и Т.Макпартленду. В результате зафиксировано статистически значимое усиление мотива творческой активности студентов при самоопределении в управленческой деятельности, рост управленческих самоидентификаций, усиление предпочтения ОК делового типа. Большее значение для студентов приобретают ценности личного успеха, успеха организации в целом; возрастает приоритет ценностей результата над ценностями отношений; усиливается желание творческой самореализации в управленческом труде; улучшаются показатели развития рефлексивности мышления будущих менеджеров.

Совершенствование системы мотивации трудовой деятельности персонала организации

Кузьмина Юлия Дмитриевна

студентка

Якутский государственный университет им.М.К.Аммосова, Якутск, Россия

E-mail: kiwi01@mail.ru

Актуальность научной работы состоит в том, что совершенствование системы мотивации трудовой деятельности персонала является в настоящее время основой для успешного развития предприятия.

Целью работы является проведение анализа существующей системы мотивации и стимулирования и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

Исходя из цели перед нами ставятся следующие задачи:

- Рассмотреть теоретические вопросы и современную практику мотивации персонала.
- Дать социально-экономическую характеристику исследуемого предприятия;
- Произвести анализ существующей системы мотивации ООО «Лена Даймонд»
- Разработать предложения по совершенствованию системы мотивации.

Объектом исследования является система мотивации трудовой деятельности персонала якутского предприятия ООО «Лена Даймонд»

Предметом исследования является трудовая деятельность персонала алмазогранительного предприятия.

Материалом исследования послужила методика построения мотивационного профиля персонала и разработки Положения о стимулировании персонала Ю.К.Балашова и А.Г.Коваля.

Научная работа состоит из 7 этапов: подготовительного, информационного, аналитического, творческого, исследовательского, рекомендательного, этапа внедрения. На каждом этапе исследования ставятся определенная цель и задачи.

ООО «Лена Даймонд» является одним из развивающихся предприятий алмазогранительной промышленности. Общество является юридическим лицом и действует на основе Устава, имеет собственное имущество, самостоятельный баланс.

Основной целью предприятия является стабилизация, усиление и динамическое развитие алмазообрабатывающего производства как одной из основных экспортно-ориентированных отраслей перерабатывающей промышленности Республики Саха (Якутия).

Виды деятельности предприятия – производство бриллиантов, реализация готовой продукции на внутренний и внешний рынки.

В ходе проведения исследования была применена методика построения мотивационного профиля персонала и разработки Положения о стимулировании персонала Ю.К.Балашова и А.Г.Коваля.

I этап исследования заключается в проведении анкетирования персонала организации и выявление его мотивационного профиля.

II этап исследования заключается анализе функционирующей системы стимулирования, проектировании оснований и форм стимулирования.

Таким образом, в результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:

- преобладающими типами мотивации в исследуемом предприятии являются патристический и хозяйский;
- основным методом системы стимулирования является оплата труда персонала;
- также одними из основных методов стимулирования на данном предприятии являются формы поощрения и взыскания.

Также на основе проведенного исследования :

- были разработаны конкретные рекомендации по совершенствованию системы мотивации трудовой деятельности персонала ООО «Лена Даймод».

Литература

1. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: Учеб.пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации . – М.: ИНФРА-М, 2005
3. Варданян И. Предложение по совершенствованию системы нематериального стимулирования. // Управление персоналом., №7, 2006
4. Балашов Ю.К., Коваль А.Г. Построение мотивационного профиля персонала. // Кадры предприятия, №8, 2006
5. Балашов Ю.К., Коваль А.Г. Мотивация и стимулирование персонала: основы построения системы стимулирования. // Кадры предприятия, №5, 2007

Креативность и парадоксальность как механизмы интеграции *

Лисовенко Богдана Сергеевна

аспирантка

Ярославский государственный университет им. П.Г.Демидова, Ярославль, Россия

E-mail: lbogdana@inbox.ru

Противоречия современного общества и специфика внутренней организационной среды накладывают неизгладимый отпечаток на социальное самочувствие личности, ее переживания и поведение.

Одним из препятствий, с которым сталкивается личность в организации, являются ситуации предъявления к ней как к носителю социальной роли несовместимых, порой взаимоисключающих требований. Данные ситуации вызывают особое психологическое состояние, которое мы называем ролевым конфликтом (С.И.Ерина, 2000, 2005). Выход из ситуации ролевого конфликта (РК), на наш взгляд, лежит в совмещении несовместимого, в поиске нового решения существующих противоречий.

На данный момент не существует подробных исследований, посвященных изучению механизмов разрешения РК, и данную проблему можно считать мало изученной, однако весьма актуальной.

Мы предполагаем, что ведущую роль в разрешении ролевого конфликта играет креативность. Наиболее подходящим для решения рассматриваемой проблемы является определение Дж.Гилфорда, который понимает креативность как дивергентное

* Тезисы доклада основаны на материалах исследований, проведенных при финансовой поддержке гранта НШ-5262.2006.6

мышление, или способность выдвигать множество в равной мере правильных идей относительно одного и того же объекта в нерегламентированных условиях деятельности. В связи с этим анализ и изучение креативности как механизма разрешения РК и специфики ее проявления становится самостоятельной научной проблемой.

Весьма перспективным направлением для раскрытия данной проблемы мы считаем концепцию «парадоксальной личности» (Ж.Т. Тощенко, 2001). Парадоксальность, по нашему мнению, является интегративной характеристикой, способностью «совмещать несовместимое». В исследованиях, выполненных под руководством С.И.Ериной, было показано, что парадоксальность проявляется на перцептивном, мыслительном, личностном и поведенческом уровнях и может служить тем механизмом, благодаря которому руководители оказываются устойчивыми к ситуации ролевого конфликта и способными конструктивно решить эту ситуацию. Парадоксальный человек испытывает низкий уровень ролевого конфликта, он способен справляться со своими эмоциями и находить беспрепятственный выход из затруднительной ситуации, сохраняя при этом свое физическое и психологическое здоровье. (С.И.Ерина, 2005)

Подобно парадоксальности, креативность также является своего рода интегральной характеристикой, хотя в первую очередь имеет самое непосредственное отношение к когнитивной сфере личности. Так, известный западный исследователь проблемы творчества и креативности Эдвард де Боно считает, что творческое мышление (creativity) является не чем иным, как особым способом обработки информации (Э.Боно, 2005, с.14) и может быть также охарактеризовано как способность к смене концепций и восприятия. Вместе с тем многочисленные исследования, в том числе отечественные, показали, что креативность связана с наличием определенных личностных черт, например таких, как удивление, любопытство, потребность к опробованию и исследованию окружающего, отчего и «сама креативность понимается как своеобразная проекция детских качеств на жизнь взрослого» (Л.Ф.Обухова, 1994, с.9).

Таким образом, мы считаем, что креативность и парадоксальность могут являться достаточными и универсальными механизмами разрешения ролевого конфликта. В настоящее время нами ведется исследование на базе одного из предприятий г. Ярославля. Цель – выявить особенности проявлений креативности как механизма разрешения ролевого конфликта руководителями с разным уровнем выраженности данного конфликта, а также с выраженным РК разного типа.

Литература

1. Боно Э. Серьезное творческое мышление /Пер.с англ. Д.Я.Онацкая. – Мн.: ООО «Поппури», 2005.
2. Дружинин В.Н. Психология и психодиагностика общих способностей. – М., 1994.
3. Ерина С.И. Психология работы с населением в конфликтных ситуациях. – Ярославль, 2005.
4. Ерина С.И. Ролевой конфликт и его диагностика в деятельности руководителя: Учеб.пособие. – Ярославль, 2000.
5. Кашапов М.М. Теория и практика решения конфликтных ситуаций. Учебное пособие /Под науч.ред.проф. А.В.Карпова. – М.-Ярославль, Ремдер, 2003.
6. Обухова Л.Ф., Чурбанова С.М. Развитие дивергентного мышления. – М., 1994.
7. Пономарев Я. А. Психология творчества. – М., «Наука». – 1976 г.
8. Секун В.И. Социально-психологические проблемы личности и деятельности руководителя //Актуальные проблемы социальной психологии. – Ч. 1. – Кострома, 1992. – С.121-122.
9. Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. М., 2001.
10. Холодная М.А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. – Томск: Изд. Том. ун-та., М.: Барс, 1997.

Ритмы и сроки в профессиональной деятельности государственных гражданских служащих

Литвинова Наталья Александровна

молодой ученый

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: LitvinovANA@yandex.ru

Введение

Одним из основных измеримых показателей эффективности деятельности как государственного органа в целом, так и отдельных гражданских служащих является соблюдение контрольных сроков и отсутствие «просрочек» при выполнении поручений. В данной работе мы уделили внимание рассмотрению внешнего (нормативно-заданного) контура временной организации деятельности гражданских служащих.

Методы

В рамках проведения исследования роли временного фактора в организации профессиональной деятельности гражданских служащих применялись следующие методы: изучение нормативной документации (нормативных правовых актов, регулирующих деятельность служащих), наблюдение, структурированное интервью. В исследовании приняло участие 28 гражданских служащих федерального министерства.

Результаты

Временная организация профессиональной деятельности гражданских служащих определяется разнообразными ритмами деятельности органов государственной власти. Среди них можно выделить общие ритмы (циклы функционирования) всех государственных органов. Помимо этого деятельность гражданских служащих жестко регламентируется системой сроков, отведенных на выполнение тех или иных поручений, закрепленных законодательно. Указанные ритмы и сроки формируют внешний контур временной организации деятельности гражданских служащих (Таблица 1).

		Нормативно заданные сроки выполнения поручений					
		«к 14.00 число, мес., год»	«срочно», «незамедлительно» (3 дня)	«в недельный срок»	«оперативно» (10 дней)	«в двухнедельный срок»	«в срок до 1 мес.» (30 дней)
Общие ритмы деятельности ФОИВ	1 день	A,J,M	A,J,M	A,J,M	A,J,M	A,J,K,M	A,L,J,L,M
	1 неделя	J,M	J,M	J,M	J,M	J,K,M	L,J,L,M
	1 мес.	J,M	E,F,J,M	J,M	D,J,M	F,J,K,M	B,J,L,M
	Квартал	J,M	E,J,M	J,M	C,J,M	I,J,K,M	G,I,J,L,M
	Полугодие	J,M	E,J,M	J,M	D,J,M	I,J,K,M	G,I,J,L,M
	1 год	J,M	J,M	J,M	J,M	I,J,K,M	G,H,I,J,L,M
	3 года	J,M	J,M	J,M	J,M	I,J,K,M	G,H,I,J,L,M
	4 года	J,M	J,M	J,M	J,M	I,J,K,M	G,I,J,L,M

Таблица 1. Внешний контур временной организации деятельности гражданских служащих⁷

⁷ «А» - выполнение поручений и распоряжений Президента и Правительства; «В» - экспертиза проектов актов Правительства и Президента; внесение замечаний и предложений к проектам решений; подготовка рабочих материалов; «С» - подготовка официальных заключений Правительства на проекты Федеральных законов; «D» - доработка проектов постановлений и распоряжений Правительства; «E» - внесение

Поручения имеют несколько уровней значимости, сложности и, как следствие, эмоциональной напряженности для гражданского служащего. Например, поручения Президента и Правительства являются приоритетными: срочными, важными (помечаются «красной бумажкой»), контрольными (устанавливается внутренний (более ранний) срок подачи готового документа на визу) и сложными (необходимо привлекать к работе несколько ведомств, соблюдать особый порядок работы с ними). Результат работы над поручением, как и само поручение, всегда зафиксирован официальным документом (с присвоением исходящего номера и указанием даты исполнения).

Гражданский служащий как единица функционирования системы помещается в нее на определенных временных условиях: с ним заключается служебный контракт на неопределенный срок или срочный служебный контракт на срок от года до пяти лет (для категории должностей «руководители» и «помощники»). В служебном контракте прописаны режим служебного времени и времени отдыха, при этом, для высших и главных должностей устанавливается ненормированный служебный день, для остальных категорий – нормальная продолжительность служебного времени (не более 40 ч. в неделю, 5-тидневная рабочая неделя).

Выводы

Жесткие временные рамки – система сроков и ритмов, закрепленных законодательно, – задают смысл деятельности гражданских служащих. Соблюдение сроков является показателем эффективности деятельности гражданского служащего. Как правило, степень важности и значимости поручения, санкции за их нарушение, и, как следствие, эмоциональная напряженность субъекта, обратно пропорциональна длительности указанного срока: чем отведенный на исполнение поручения срок меньше, тем оно важнее.

Существующая система санкций и наказаний за несоблюдение сроков часто приводит к тому, что целью деятельности гражданских служащих становится не качественно выполнить поручение, а уложиться в установленные сроки. Понимая значимость поручений, гражданский служащий может выполнить поручение или «отписаться» в срок. Страх не успеть вовремя (в срок) является одним из основных мотивов профессиональной деятельности чиновника.

Ритмы сроки по смысловому значению противоположны друг другу: ритмичность вызывает у чиновников ощущение стабильности, а поручения (как новая задача, которая должна быть выполнена к определенному сроку), наоборот, вызывают эмоциональное напряжение и чувство неопределенности.

При осуществлении деятельности гражданскому служащему приходится учитывать особенности и ритм деятельности других подразделений и ведомств, которые могут сильно отличаться в связи с возложенными на них полномочиями, типами решаемых задач, особенностями личности руководителя, принципами руководства и мотивации сотрудников, в том числе частотой и размерами денежных премий, видами неденежной мотивации гражданских служащих.

предложений по подготовке графика и повестки заседаний правительственных комиссий; «F» - подготовка и проведение совещаний рабочих групп, координационных советов, комиссий, совещательных органов и др. мероприятий; «G» - составление планов и показателей деятельности ведомств и подведомственных учреждений на следующий временной период; «H» - подготовка и утверждение бюджета; «I» - составление отчетности; формирование докладов об основных достигнутых планах и показателях деятельности; «J» - переписка с подразделениями ведомства и другими ведомствами по текущим вопросам; «K» - подготовка ответов на запросы депутатов ГД и членов СФ; «L» - подготовка ответов на письма и обращения граждан, общественных организаций; «M» - «ежедневный ритуал»: просмотр корреспонденции; согласование, визирование и отправка писем; телефонные звонки

Сбои в работе «системы государственной службы» случаются когда нарушается соблюдение установленных сроков, происходят ошибки в расписывании документов, созываются экстренные совещания, случаются незапланированные командировки, происходит изменение политической ситуации и др. Такие ситуации приводят к скоплению у гражданского служащего большого числа неисполненных поручений («просрочек»), так как «система» продолжает работать, не смотря на сбой (к нему продолжают поступать новые поручения). Отсутствие установленных норм - максимального и минимального количества поручений, приходящихся на одного служащего - приводит в некоторых случаях к профессиональным деформациям.

Анализ феномена гендерной сегрегации и исследование предпочтений в выборе гендерного контракта (на примере сотрудниц государственного учреждения)

Ляпунова Светлана Аркадьевна

студентка

Тверской государственной технической университет, Тверь, Россия

E-mail: n_s@pochtamt.ru

Рассмотренное А.А. Темкиной понятие гендерного контракта разрабатывалось для описания доминантных типов отношений между полами и их динамики. Контракт описывается как правила взаимодействия, права и обязанности, определяющие разделение труда по признаку пола в сферах производства и воспроизводства и взаимно ответственные отношения между женщинами и мужчинами.

По мнению Клециной И.С., гендерный контракт – это негласный нормативный договор, навязанный государством всем мужчинам и женщинам как членам общества, в соответствии с которым они были обязаны выполнять социальные роли, необходимые государству в конкретный исторический период⁸.

Согласно Темкиной, существующий в советский период контракт *работающей матери* в современной России трансформировался. Сегодня представлены четыре контракта – *работающей матери*, карьерно-ориентированной (профессиональной) женщины, (матери-)домохозяйки и спонсируемой женщины (женщины на содержании).

В своем исследовании мы попытались определить, является ли какой-либо из описанных гендерных контрактов более предпочтительным для сотрудниц Государственного учреждения – Тверского регионального отделения Фонда социального страхования Российской Федерации.

Мы выдвинули гипотезу о том, что в организации, которая в результате гендерной сегрегации относится к сфере женской занятости, предпочтительным будет контракт «работающей матери».

Исследование проводилось с применением методики Э. Шейна «Якоря карьеры», а также методик на определение удовлетворенности трудом. В нем участвовало двадцать сотрудниц фонда в возрасте от 24 до 49 лет.

Изначально мы предположили, что для женщин, предпочитающих контракт «работающей матери», свойственным будет выбор таких карьерных ориентаций, как «стабильность места работы» и «интеграция стилей жизни».

Полученные результаты подтвердили гипотезу. Действительно, ориентации «стабильность места работы» и «интеграция стилей жизни» оказались наиболее выраженными. То есть, очень важными факторами выбора организации являются

⁸ Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика. – СПб.: Анетейя, 2004. – 408с. – (Серия «Гендерные исследования»). С. 179.

постоянный доход, оплачиваемый отпуск, премии, социальный пакет, а также уверенность в продолжительности срока пребывания на данном месте работы. Кроме того, большую роль играет возможность уделять обеим сторонам своей жизни – профессиональной и семейной – одинаковое внимание.

«Якоря» «менеджмент», «предпринимательство», «профессиональная компетентность», «вызов» в среднем получили низкий балл. Это свидетельствует о предпочтении углубления в сторону административной деятельности, а не повышения профессиональной компетентности; отсутствии склонности принимать ответственность за конечный результат и прикладывать лишние усилия.

Подкрепляют гипотезу и данные об удовлетворенности трудом в организации, несмотря на невозможность реализации своего стремления к автономии (независимости от норм и ограничений).

Таким образом, мы можем утверждать, что для сотрудниц государственных учреждений из выделяемых в современной России гендерных контрактов наиболее предпочтительным является контракт «работающей матери».

Модель психологической организации личности менеджера

Максумова Анна Олеговна

аспирантка

Казанский государственный университет им. Ульянова-Ленина, Казань, Россия

E-mail: max_anna@mail.ru

Профессиональная управленческая деятельность имеет давнюю историю и глубокие традиции, отражающие специфические требования к личности менеджера. Массовый характер профессии и ее традиционная значимость наряду с усиливающейся тенденцией к возрастанию зависимости жизнеспособности организации от эффективности управления побуждают к уточнению и систематизации представлений о том, каким должен быть профессиональный менеджер.

Общим для всех существующих подходов к определению нормативной модели эффективного руководителя является стремление обнаружить закономерные отличия эффективного менеджера от неэффективного. Таким образом, целью большинства исследований, посвященных изучению управленческой деятельности (Вудкок М., Фрэнсис Д., Стогдилл Р., Никифоров Г.С., Уманский Л.И.) является выделение ключевых, базовых характеристик, наличие которых отличает эффективного менеджера. Логическим следствием данных исследований является необходимость построения модели эффективного менеджера.

Построение модели эффективного менеджера существует в рамках нескольких групп существующих подходов: функциональный, личностный и ситуационный. Наиболее интересным в рамках создания психологической модели эффективного менеджера представляется личностный подход (Эванс Р., Рассел П., Стогдилл Р., Кричевский Р.Л., Уманский Л.И., Емельянов Ю.Н., Кудряшова Л.Д.)

Личностный подход основывается на допущении, что эффективная управленческая деятельность связана с обладанием менеджером некоторым конечным множеством личностных черт, которые, например, с точки зрения сторонников биологизаторских концепций, могут быть заданы генетически. Личностный подход является наиболее разработанным и располагает значительным количеством эмпирических данных о связи между теми или иными личностными особенностями и эффективностью управления, руководства и лидерства. Таким образом, в рамках данного подхода осуществляется попытка установить зависимость эффективности управления от выраженности

отдельных личностных особенностей или их ансамбля, стиля управленческой деятельности и стандартов поведения.

В зарубежной и отечественной литературе в рамках личностного подхода многократно предпринимались попытки описать структуру личности преуспевающего менеджера. В течение долгого времени в качестве основных выделялись интеллектуальные и аналитические способности, но по мере расширения исследований этот список претерпевал изменения.

Управленческая деятельность характеризуется высокой ценой ошибок, большим грузом ответственности и необходимостью человекознания. Согласно традиционным зарубежным подходам, базовыми характеристиками личности менеджера являются компетентность, коммуникабельность, способность устанавливать контакты, внимательность по отношению к подчиненным, смелость в принятии решений, способность творчески решать проблемы. Каждое из этих качеств, по сути, объединяет некоторые другие черты личности, представляя собой интегральные особенности личности, однако выделения целостной структуры взаимосвязанных психологических качеств личности не происходит.

Однако, очевидно, что представляется довольно трудным говорить подробно о качествах личности руководителя вообще — в отрыве от конкретного содержания его деятельности и ряда сопутствующих ей факторов. Как отмечается в работах последних лет, взаимное соответствие деятельности и личности руководителя характеризуется определенной динамикой (Журавлев А.Л., Уманский Л.И.). Вопрос о проявлении и формировании качеств личности руководителя в его деятельности, должен рассматриваться в непосредственной связи с тем, что и сама деятельность руководителя тоже существенно изменяется в результате приобретения им новых качеств и изменения существующих.

Сказанное не исключает возможности и необходимости определения в самом общем виде тех требований, которым должен соответствовать руководитель современного коллектива любого управленческого ранга.

Общей основой развития менеджера как специалиста и как компетентного управленца являются интеллектуальные качества. Это следует из анализа большинства работ авторов, которые рассматривают менеджера с точки зрения личностного подхода (Эванс Р., Рассел П., Стогдилл Р., Кричевский Р.Л., Уманский Л.И., Емельянов Ю.Н., Кудряшова Л.Д.).

Включение менеджера в организацию как социальный институт означает, что ему делегируется право направлять действия других людей за счет своего рода «отчуждения» этого нрава у подчиненных. Чтобы направлять действия других людей, нужно в качестве исходного момента иметь четкую собственную направленность, «вектор» деятельности и волю эту направленность реализовать, невзирая на помехи и противодействия. Поэтому основой включения менеджера в организацию как социального института являются мотивационно-волевые качества. Наконец, включение менеджера в организацию как систему интерперсональных отношений предполагает эффективное руководство людьми, умение общаться и эффективно строить отношения, т.е. коммуникативные качества.

Таким образом, в рамках построения психологической модели эффективного менеджера можно выделить три основных группы профессионально важных качеств: мотивационно-волевые, интеллектуальные, коммуникативные.

Результаты анализа системообразующих показателей свидетельствуют о том, что наиболее важной группой качеств и черт, выделяемых в рамках гипотетической модели эффективного менеджера, является группа мотивационно-целевых качеств. Психологическая интерпретация феномена, может заключаться в том, что наиболее значимые характеристики для успешности профессиональной деятельности успешного

менеджера составляют именно характеристики регулятивного основания психологической модели успешного менеджера, так как включает в себя эмоционально-волевые и мотивационно-целевые качества, обеспечивающие способность к саморегуляции субъекта деятельности и управлению деятельностью других людей.

О факторах сопротивления организационным изменениям

Махалин Андрей Игоревич

студент

Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: anigma-x@rambler.ru

Возможна ли успешная, эффективная деятельность организации, которая главной задачей считает поддержание собственной стабильности, неизменности своих многочисленных характеристик и тратит на это почти всё время и ресурсы? Подавляющее большинство современных авторов (и практикующих менеджеров, и теоретиков от разных наук) отвечают вполне однозначно: нет. В наши дни, чтобы просто выжить, а тем более эффективно функционировать, организация должна изменяться, поэтому изменения в ней происходят постоянно.

Многие попытки добиться значительных организационных изменений заканчиваются неудачей, а по результатам некоторых исследований таких случаев большинство. Одной из главных видимых причин неудач часто называется организационное сопротивление.

Сопротивление изменениям – явление не случайное, имеющее свою логику и, по мнению некоторых исследователей, даже неизбежное. Несмотря на излишнюю категоричность этого утверждения, практический опыт показывает, что бесконфликтное внедрение изменений в организации является скорее исключением, чем правилом. Некоторое сопротивление персонала встречается почти всегда при более или менее значимых изменениях.

Говоря о практической неизбежности в организации сопротивления изменениям, очень важным представляется вопрос о фактических причинах его возникновения, поэтому,

описывая такое явление как сопротивление, исследователи часто концентрируются на поиске и описании его причин. Учитывая многообразие возможных причин, ведущих к сопротивлению изменениям, и необходимость их дифференциации, были попытки экспериментальной оценки значимости этих причин.

Например, на российских предприятиях по данным двух исследований имеют место:

индивидуальные (непризнание проблем или несогласованность в понимании их причин; недоверие к инициатору перемен) и организационные причины («навязывание» изменений, опасения увеличения объема работ) по Дж. Коттеру [2];

технические (отсутствие обратной связи с руководством), политические («революционность» изменений) и культурологические причины (игнорирование традиций) по С. Фролову [8] с различной оценкой их значимости.

Сопротивление в реальной практике может иметь множество форм, которые существенно отличаются друг от друга. Но возникновение организационного сопротивления естественно требует принятия определённых мер по его преодолению. Этот вопрос в определённые моменты существования организации становится ключевым практически для всех руководителей. Его решение значительно усложняется из-за того, что в последние годы повышается вероятность возникновения стрессов на

работе (и для руководителей, и для сотрудников), потому что рабочее пространство подвергается воздействию широкого спектра социо-экономических и технологических изменений. Уровень стресса сотрудников современных организаций чрезвычайно высок, а ситуация организационных изменений является одной из наиболее стрессогенных.

В проведённом нами ранее исследовании была проверена гипотеза о том, что, исходя из индивидуальных моделей преодоления стресса или копинг-стратегий сотрудников, руководитель может более эффективно предсказывать и преодолевать ситуации сопротивления изменениям. Результаты исследования, однако, показали, что стратегия преодоления стресса сотрудника лишь в незначительной степени предопределяет его поведение в случае возникновения организационного сопротивления изменениям.

Нами был сделан вывод о необходимости включения в исследование дополнительных факторов, таких как: базовое отношение сотрудников к организационным изменениям, влияние эффекта социальной желательности или конформизма (связаны с уровнем групповой сплочённости и позицией коллег), личная рациональная заинтересованность в изменениях.

В настоящее время проводится исследование влияния данных факторов на процесс сопротивления изменениям. Предполагается, что на уровне практического использования полученные результаты позволят более осмысленно прогнозировать поведение сопротивления сотрудников и создавать более эффективные системы мер по преодолению этого сопротивления.

Литература

1. Ерохин Д.В., Скляр Е.Н. К вопросу управления сопротивлением изменениям системы правления промышленного предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2002, №4.
2. Коттер Джон П. Впереди перемен / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007 - 256 с.
3. Леонова А. Б., Мотовилина И. А. Профессиональный стресс в процессе организационных изменений // Психологический журнал, 2006, том 27, №2, с.79-92.
4. Осипова Е. Стратегический подход к планированию и проведению организационных изменений // IT Manager, 2000, №3
5. Сазанов Е.Г. Сопротивление организационным изменениям: диагностика и преодоление, // Проблемы теории и практики управления, №6, 2003.
6. Сизова И. Г., Филиппченкова С. И. Методика диагностики когнитивно – поведенческих стратегий преодоления // Современная психология: состояние и перспективы исследований: Материалы юбилейной научн. конф. Ин-та психологии РАН. М.: Изд-во Ин-та психологии РАН, 2002. С. 180 – 199.
7. Том Н. Управление изменениями. // Организация: теория, структура, проектирование, изменения. Тематический сборник статей. Выпуск 2. – М.: Главная редакция международного журнала «Проблемы теории и практики управления», 2000. С. 134 – 142.
8. Фролов С.С. Социология организаций: Учебник. – М.: Гардарики, 2001.
9. Хентце Й., Каммель А. Как преодолеть противодействие запланированным организационным изменениям. // Организация: теория, структура, проектирование, изменения. Тематический сборник статей. Выпуск 2. – М.: Главная редакция международного журнала «Проблемы теории и практики управления», 2000. С. 143 – 150.

Опережающая рефлексия в контексте изучения психологических основ успешности управленческой деятельности

Мотькина Юлия Валерьевна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: jul123@bk.ru

Управленческие кадры востребованы во всех отраслях народного хозяйства. На руководителя возложена наибольшая доля ответственности за успешное развитие и функционирование организации. В связи с этим появляется необходимость использовать рациональные средства анализа собственной деятельности для преодоления влияния модели ограниченной рациональности, описанной Д. Канеманом, А. Тверски [3]. На более высокую эффективность опережающего подхода (prospective approach) к анализу собственной управленческой деятельности по сравнению с ретроспективным (retrospective approach) указывают А. Mumford P. Honey и G. Robinson [10].

В контексте изучения психологических основ успешности управленческой деятельности следует рассматривать опережающую рефлексия как качественно новую форму опережающего отражения, возникающую на речемыслительном уровне антиципации, и имеющую место в процессе планирования. При наличии сходных понятий в психологии, встает вопрос о границах понятия «опережающая рефлексия».

Б.Ф. Ломов, Е.Н. Сурков [6] указывают на то, что все понятия, подразумевающие фактор будущего времени в организации поведения животных и деятельности человека, являются однопорядковыми. Они раскрывают разные аспекты явлений одной и той же природы. Согласно этим авторам, наиболее емкое из понятий – понятие «опережающего отражения».

Опережающее отражение – термин, предложенный П.К. Анохиным [1] в рамках теории функциональной системы как центрально-периферического образования, обеспечивающего достижение приспособительного эффекта при помощи саморегуляции. Опережающее отражение позволяет исправить ошибку поведения.

Гипотезу о нервном механизме экстраполяционных процессов предложил Е.Н. Соколов [7], используя термин «нервная модель стимула» как многомерное отображение нервной системой внешнего раздражителя. Информация о первоначальных параметрах, поступающая в мозг, может привести к формированию модели, предвосхищающей все параметры раздражителя.

В концепции Н.А. Бернштейна [2] рассматривается моделирование потребного будущего, которое происходит посредством двигательной задачи. Обязательной предпосылкой двигательной задачи является экстраполяция – «заглядывание вперед». «Наметить двигательную задачу... означает создать в какой-то форме образ того, чего еще нет, но что должно быть...» [2, с.280]

Текущее программирование взаимодействует с вероятностным прогнозированием хода отдельного действия или целого поведения (И.М. Фейгенберг). В результате прогноз становится более точным. При включении в прогнозируемую ситуацию более одного субъекта возникает рефлексия [8]. Поскольку механизм вероятностного прогнозирования предполагает опережение вероятного хода событий, здесь возможно говорить об опережающей рефлексии.

Один из частных случаев опережающего отражения представляет собой антиципация. Б.Ф. Ломов, Е.Н. Сурков рассматривают антиципацию с позиции системного подхода, выделяя пять уровней. Субсенсорный уровень – это уровень неосознаваемых нервно-мышечных преднастроек для выполнения действий. Сенсомоторный уровень обеспечивает элементарное временно-пространственное

обнаружение и опережение стимула. На перцептивном уровне становится возможным синтез прошлого опыта и формирование образов-представлений. Уровень представлений предполагает переживание человеком временно-пространственной непрерывности окружающей его среды. Речемыслительный (вербально-логический) уровень – уровень интеллектуальных операций. Здесь становится возможным планирование действий. На этом уровне включаются рефлексивные процессы. Человек «способен предвидеть последствия своих действий на достаточно длительные промежутки времени, а также возможные ответы на его действия со стороны других людей. Иначе говоря, в процессе антиципации осуществляется рефлексивное отражение» [6, с.212]. «Антиципация на речемыслительном уровне... связана с появлением качественно новых форм опережающего отражения» [6, с. 249].

Антиципационным процессам принадлежит ведущая роль в регуляции поведения – они являются связующим звеном механизма психической регуляции и деятельности. «Именно антиципация обеспечивает формирование цели, планирование и программирование поведения (и деятельности), она включается в процессы принятия решения, текущего контроля и в коммуникативные акты» [6, с.13]. Процессуальная сторона целеобразования, помимо прочего, включает в себя отображение промежуточных и конечных результатов, а в ряде случаев и последствий совершаемой деятельности. Таким образом, учет возможности антиципации развернуться от будущего к настоящему в процессе целеобразования, и возможности рефлексии оценивать прошлое с точки зрения настоящего [4, 9], позволяет сделать следующее предположение. Оценивание настоящего с точки зрения будущего в рамках речемыслительного уровня антиципации возможно посредством опережающей рефлексии. Опережающая рефлексия содержит в себе основной признак рефлексии – остановку и «взгляд назад» [9], но сама эта остановка происходит с позиции будущего по отношению к настоящему. Рефлексивное управление, о котором пишет В. Лефевр [5] и рефлексивные процессы различного порядка, о которых упоминает И.М. Фейгенберг при описании видов вероятностного прогноза [8], возможны в случае предвосхищения позиции оппонента и рассмотрения с этой позиции собственного поведения.

Исследование роли опережающей рефлексии позволит углубить представления психологов о ресурсах повышения эффективности управленческой деятельности.

Литература

1. Анохин П.К. Узловые вопросы теории функциональной системы. Издательство: Наука, 1980.
2. Бернштейн Н.А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности. М., «Медицина», 1966.
3. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы// Психологический журнала.– 2003.– Т.24.- №4.– С.31-42.
4. Карпов А.В. Психология рефлексивных механизмов деятельности. – М., 2004.
5. Лефевр В.А. Конфликтующие структуры. — М.: Изд-во «Советское радио», 1973
6. Ломов Б.Ф., Сурков Е.Н. Антиципация в структуре деятельности. М., «Наука», 1980.
7. Соколов Е.Н. Нервная модель стимула и ориентировочный рефлекс. – Вопросы психологии, 1960, №4, с.61-72
8. Фейгенберг И.М. Иванников В.А. Вероятностное прогнозирование и преднастройка к движениям. М.:МГУ, 1987.
9. Щедровицкий Г.П. Рефлексия и ее проблемы. // Международный научно-практический междисциплинарный журнал «Рефлексивные процессы и управление» 2001г. №1, с.47-54.

10. Four approaches to learning from experience// The Learning Organization, Vol. 1 No. 1, 1994, pp. 4-10, MCB University Press.

Психологический анализ «промоутерской» деятельности в целях профотбора⁹

Назарова Елена Геннадьевна¹⁰

аспирантка

Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

E-mail: lenusik25@mail.ru

Введение

За последние годы в России существенно изменилась ситуация на рынке труда, повысились требования, предъявляемые к квалификации и способностям работников. Корректировались представления о методических подходах к осуществлению такого важного направления деятельности организации, каким является профессиональный отбор. Произошло осознание и более глубокое понимание того, что от сотрудников, их психологических особенностей, зависит результативность деятельности организации, а значит - успешность и конкурентоспособность организации. Поэтому, учитывая возрастание практической значимости, профотбор проводится не только на специальности, предъявляющие повышенные требования к человеку, отдельным его качествам, но затрагивает все больший круг профессий и специальностей.

«Промоутерская» (от англ.«promote»–продвигать, содействовать) деятельность - составляющая рекламной деятельности, которая приобрела в современных экономических условиях большое значение; поэтому исследования, которые затрагивают различные аспекты «промоутерской» деятельности, имеют актуальность. Работа «промоутером» не всегда требует особой специальной подготовки, и приобрела популярность среди молодежи, студентов. В рекламные агентства и отделы маркетинга предприятий обращается большое количество претендентов, желающих работать «промоутерами». Но деятельность далеко не всех, несмотря на отсутствие высоких требований по различным (напр., образовательным) параметрам - бывает успешной. Прежде всего, это связано с психологическими особенностями претендентов, недостаточным уровнем сформированности профессионально важных качеств. Итак, цель работы - психологический анализ «промоутерской» деятельности в целях профотбора.

Результаты исследования

Методологической основой работы выступала концепция В.Д.Шадрикова. В ней выделяется 5уровней анализа деятельности: мотивационно-личностный, индивидуально-личностный, компонентно-целевой, структурно-функциональный и информационный. По этим уровням и была проанализирована деятельность «промоутера», составлена профиограмма, выделены профессионально важные качества «промоутерской» деятельности.

Необходимо заметить, что «вклад» различных профессионально важных качеств в обеспечение успешности деятельности «промоутера» не одинаков. Используя метод регрессионного анализа, удалось определить, что, прежде всего, большое значение имеют коммуникативные и аттенционные способности в качестве профессионально

⁹ Тезисы доклады основаны на материалах исследований, проведенных в рамках курсовых работ, дипломного и диссертационного проектов.

¹⁰ Автор выражает признательность профессору, д.пс.н. Черемошкиной Л.В. за научное руководство работой по данной проблематике.

важных качеств. Однако, наибольший «вклад» в обеспечение успешности промоутерской деятельности принадлежит мыслительным способностям. Умение понять, что является стимулом к приобретению определенного продукта, дает возможность использовать это для успешного решения профессиональных задач в процессе трудовой деятельности. Можно предположить, что в данном случае последние играют роль регулирующих механизмов, тогда как коммуникативные и аттенционные способности – операционных механизмов, т.е., выступают в качестве средств данной профессиональной деятельности.

В исследовании определен интегральный критерий профпригодности для «промоутерской» деятельности, сопоставление с которым позволяет прогнозировать успешность в данной деятельности кандидата на этапе профотбора. Но необходимо отметить, что наличие профессиональных способностей, знаний и навыков является только внутренним условием успешности деятельности; важное влияние оказывают внешние условия, среди которых можно назвать систему оплаты, форму стимулирования труда, социальное окружение, следовательно, прогноз является вероятностной характеристикой, поэтому для достижения реальной отдачи – максимально эффективного решения задач профессионального отбора – необходимо учитывать все аспекты деятельности, – для чего и необходим психологический анализ соответствующей деятельности.

Психологический анализ «промоутерской» деятельности может быть положен в основу не только для определения критериев отбора персонала, но и для решения других вопросов управления персоналом – при профессиональном обучении сотрудников, профконсультировании, оценке, разработке системы стимулирования.

Психологический анализ деятельности «промоутера» выводит нас на проблему профессиональных способностей, реализуемых в рекламной (более широко, чем в «промоутерской») деятельности, которая еще практически не изучена в отечественной психологии труда и является предметом последующих исследований. Психологический анализ деятельности, составление профессиограмм различных новых профессий, в перспективе, способствует уточнению их в Общероссийском классификаторе профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОКПДТР), что представляет собой большую значимость не только в практическом, прикладном плане, но и на научном – для психологии труда и для всех других наук, изучающих труд и профессиональную деятельность человека.

Литература

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2002;
2. Субботина Л.Ю. Мотивация трудовой активности // Психология труда: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. проф. А.В. Карпова. – М. «Владос», 2004. – С. 223-237;
3. Черемошкина Л.В. Способности как факторы профессиональной деятельности // Психология труда: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений/ Под ред. проф. А.В. Карпова. – М. «Владос», 2004. – С. 174-190;
4. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. – М.: «Наука», 1982;
5. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В., Краснюк В.М. Введение в рекламоведение. Учебник. – М.: «Элит – 2000», 2002.

Психологическая готовность к инновациям на предприятии различных участников инновационного процесса.

Науменко Яна Константиновна

аспирантка

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: yanaumenko@mail.ru

Тема инноваций в последнее время становится все более актуальной в связи с ускорением темпа изобретений, появления и внедрения новых технологий. В таких условиях конкурентоспособным становится предприятие и бизнес, которые ориентированы на постоянное внедрение инноваций – совершенствование, переоборудование производства. Перед Россией стоит задача переориентации экономики, развития инновационного сектора. Однако, несмотря на активные вливания средств и наличие идей, данная сфера пока неуспешна. Причины этого (помимо некоторых экономических особенностей бизнеса в России) во многом определяются общей психологической неподготовленностью персонала предприятий к инновационной деятельности – начиная от руководителей, до разработчиков новых продуктов до исполнителей.

Между тем, по последним исследованиям подготовленность персонала к внедрению инноваций составляет 80 процентов успеха, в то время как отсутствие правильного восприятия таковых приводит к полному провалу нововведений (Настас Т., 2007; Шленов Ю.В. 2003). Тема инноваций поднимает целый веер проблем, решения которых относятся к области психологии труда. Это проблемы отбора креативных, творчески мыслящих, разносторонне развитых сотрудников – для выработки идеи; создание команд компетентных исследователей на стадии испытания нового продукта; проблемы обучения персонала новым технологиям; создания потребительского спроса на инновационный продукт. Анализ мировой практики нововведений показывает, что существуют проблемы выработки нового стиля руководства, сопротивление изменениям «на местах», проблемы переобучения профессионалов. Не смотря на актуальность, данная тема является мало исследованной именно с точки зрения психологии.

Ключом к пониманию этих проблем, причин их возникновения и выработке решений становится изучение особенностей психологической готовности к инновациям, или инновационной готовности, (далее эти понятия используются как синонимы) участников инновационного процесса.

Понятие психологической готовности разрабатывалось в трудах различных исследователей: Л.И. Божович, Д.Н. Узнадзе, А.Д. Ганюшкина, А.А. Деркача, А.С. Мельничук, М.И. Дьяченко, Л.А. Кандыбович, А.А. Понукалина, С.А. Николенко, Р.Г. Шакировой, А.П. Авдеевой, А.К. Марковой, Е.Л. Хиллгард. Это комплексное понятие, которое определяет общее отношение человека, его психологическую настроенность, установку к определенному способу выполнения действия в наличных условиях; психологическая готовность представляет собой систему взаимосвязанных компонентов. Разные исследователи выделяют различные компоненты; мы, вслед за исследователем Лопатиной А.А., находим целесообразным выделить 3 блока:

- мотивационно-волевой – включает в себя особенности мотивации и волевой регуляции;
- операционально-мыслительный – знания, владение способами и приемами профессиональной деятельности;
- субъектно-образный – образ ситуации профессиональной деятельности, образ себя в ситуации, оценочный компонент.

Использование термина «инновационная готовность» кажется нам наиболее оправданным. Зарубежные исследователи рассматривают также феномен «психологического сопротивления изменениям». Однако это термин «негативный»: ведь «сопротивление нововведениям» – то, от чего необходимо избавляться. Нам кажется более целесообразным позитивный подход: инновационная готовность – это то, что необходимо и возможно формировать у участников инновационного процесса. Также некоторыми исследователями рассматривается термин «инновационный потенциал» (например, в исследовании Глотовой Е.Е.) понимаемый как сумма характеристик личности, выражающаяся в желании совершенствовать свою деятельность, стремление к новому. Данный термин, тем не менее, содержит намек на некоторую «пассивность»: сумма характеристик личности – то, что уже имеется, задано; в отличие от термина «инновационная готовность» он не отражает динамической характеристики.

Зарубежными экспертами высказывается мнение, что «инновации» ассоциируются у русского человека с «новой идеей», что порождает неверное восприятие инноваций в целом. В действительности же процесс внедрения инноваций представляет сложный и поэтапный путь от рождения идеи до воплощения ее в готовом конкурентоспособном продукте и выхода этого продукта к потребителю. Делая акцент на «процессуальной» характеристике, имеет смысл говорить не об «инновации» как таковой, а об «инновационном процессе», в котором выделяют различные стадии.

Анализ случаев внедрения инноваций а также экономической литературы по нововведениям позволяет нам выделить следующие этапы: 1) генерация идей, 2) разработка конечного продукта, 3) испытание продукта; 4) запуск производства; 5) поступление продукта в продажу; 6) стабилизация производства.

Каждый этап внедрения инноваций характеризуется специфическим набором проблем, новым вызовом ситуации. В каждой стадии на первый план выходят различные участники инновационного процесса: команда разработчиков, руководитель проекта, маркетинговый отдел, обучающий персонал, основной персонал предприятия. Все эти участники характеризуются различными особенностями инновационной готовности, степенью ее сформированности, и, вследствие этого, различным восприятием изменений производства, эффективностью и стилем деятельности. Изучение этих особенностей, а также путей формирования инновационной готовности поможет преодолеть трудности внедрения нововведений на предприятиях и повысить эффективность производства.

Это доказывает необходимость дальнейшей разработки понятия «инновационная готовность», а также изучения особенностей психологической готовности к инновациям у участников инновационного процесса.

Литература:

1. Авдеева А.Г., Некоторые психологические и социальные аспекты готовности к деятельности, Москва: 1992
2. Дьяченко М.И., Кандыбович Л.А. Психологические проблемы готовности к деятельности. Минск, 1976
3. Ильенкова С.Д., Инновационный менеджмент, Москва: 2003
4. Кристенсен К., Маркс М., Стивенсон Г.: «Арсенал преобразователя», Harvard Business Review Россия, ноябрь 2006.
5. Кабаченко Т.С., Психология в управлении человеческими ресурсами, СПб.: 2003
6. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. Москва: 1989
7. Узнадзе Д.Н. Экспериментальные основы психологии установки. Тбилиси: 1961
8. Шленов Ю. В., Управление инновациями. Москва: 2003
9. Harvard Business Review Июнь-июль 2007 спец.выпуск «Анатомия инновации»: Настас Т., Лори Д., Шер К., Хаммер М.

Психологические аспекты управления инновациями

Новгородова Анна Петровна

аспирантка

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: annanow@mail.ru

В большинстве современных российских организациях почти непрерывно происходят различные трансформации. Экономическая и политическая нестабильность, а также быстрое изменение рынка и связанное с конкуренцией революционное развитие технологий постоянно угрожают существованию организации. Достаточно традиционной точкой зрения на инновации, является их рассмотрение в качестве единственного способа, который может обеспечить адаптивность, гибкость и жизнеспособность организаций в среде, характеризующейся возрастающей динамичностью. Эффективность инноваций напрямую связана с возможностями адаптации служащих организации к новым требованиям и содержанию трудовой ситуации. Персонал же, можно рассматривать как основной ресурс, обеспечивающий инновационный процесс, и потому успешность инновации с необходимостью определяется профессиональной компетентностью, творческой активностью и мотивационной направленностью сотрудников. Их отношение к инновациям влияет на восприятие этого нового во всех вариациях и на реальное участие в его осуществлении.

Управление инновациями включает в себя обоснование и реализацию намеченных мер, действий, мероприятий. Поэтому организационные изменения предполагают выполнение информационно-аналитической и организационной работы, в которой наиболее принципиальными являются вопросы - что конкретно необходимо изменить, для чего, какие и когда ожидаются результаты при реализации этих изменений? С целью управления человеческим ресурсом организации интересным представляется несколько другая сторона работы с инновациями, а именно, выявление сопротивлений инновациям и попытка трансформировать их в конструктивную движущую силу организационных преобразований. И если не учтены текущие и последующие психологические проблемы изменений, то они, как правило, превращаются в неудачные попытки. Ведь измененная среда, если она психологически не устраивает конкретного человека, расценивается им отрицательно.

Условно, персонал можно разделить на три группы по отношению к инновациям - сторонников, противников (которые проявляют сопротивление по отношению к инновациям) и так называемая буферная (средняя) группа. И, безусловно, эти группы по-разному проявляют свое отношение к нововведениям - от саботажа, коалиционной активности и распускания слухов (данное поведение связано с природным стремлением людей и групп к сохранению стабильности, с предпочтением «знакомого» «незнакомому», с жизненными стереотипами, побуждающими к осторожности и опасениям) до готовности к инновационной деятельности, полной поддержки любых инноваций и принятие на себя дополнительной нервно-психологической нагрузки.

Несомненно, лучшее время для преодоления сопротивления инновациям – это период до их возникновения, т.е. их профилактика. В качестве одной из основных причин сопротивления переменам, многие исследователи указывают - страх изменений прежних социальных отношений, и в этом случае, руководству требуется настоящее понимание, существующей в организации системы социальных отношений, которые или сохранятся или изменятся как из-за самих перемен, так и из-за того, каким способом они осуществляются. Это обычно означает ясное представление о том, что же такое неформальная организация и кто ее лидеры. Заверив более сильных неформальных лидеров, что предполагаемые нововведения не ухудшат их материального положения,

или даже сообразовав процесс внедрения новшеств с настроениями неформальной организации, можно устранить сопротивление.

Психологическое обеспечение инноваций, направлено на решение двух основных задач – психологически описать состояние объекта и воздействовать на его с целью изменения и оптимизации. Оно должно создавать предпосылки, способствующие формированию и поддержанию у персонала организации адекватного уровня психологической готовности к инновационной деятельности:

- Диагностика социально-психологических характеристик коллектива (диагностика структуры коллектива, групповых норм и ценностей, степени влияния приверженцев изменений, отношение лидера к изменению), диагностика структуры коллектива – выявление инноваторов (сторонников изменений) и противников, а также буферной группы;
- Диагностика уровня мотивации;
- Характер отношения между руководителем и подчиненными, между подразделениями компании;
- Исследование степени неудовлетворенности персонала условиями деятельности;
- Диагностика характеристик организационной культуры;
- Информирование персонал, мотивация персонал к инновациям;
- Обучение, формирование мотивации к обучению;
- Стимулирование активности (привлечение группы к принятию решения, наделение полномочиями, материальное стимулирование);
- Социализация индивидов;

С точки зрения Загашева О.И., готовность к инновациям выступает как мотивационно-поведенческая предрасположенность к содействию целенаправленным изменениям системы отношений.

Безусловно, работа по психологическому сопровождению инновационной деятельности важна, т.к. инновационные процессы, призванные обеспечивать выживание организации в постоянно меняющейся внешней среде, не всегда оказываются безболезненными для персонала и в должной степени эффективными для самой организации.

Литература

1. Загашев И.О. Психологические аспекты внедрения образовательных инноваций // Международная конференция: Развитие критического мышления в высшей школе – технология и подходы (реализация Болонской декларации). – М.: ЦРКМЧП, 2005. – С. 12-13.
2. Комаров Е.И. Управление изменениями. Стр.18-23. Журнал «Управление персоналом», 1997, №1
3. Мескон М. Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, М.: Дело, 1998
4. Советова О.С. Основы социальной психологии инноваций. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000
5. Хентце Й., Каммель А. Как преодолеть противодействие запланированным организационным изменениям. Стр. 70-75. Международный журнал – Проблемы теории и практики управления. 1997, №3

Исследование психологической совместимости и сработанности(на примере инструкторов спортивного туризма)

Одинцова Полина Анатольевна

студентка

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-Mail: polina@meshera.com

В наши дни все большей популярностью начинает пользоваться активный и экстремальный отдых. Одновременно с этим встает вопрос о психологической подготовке и сопровождении инструкторов спортивного туризма, работа которых сопряжена с высокой ответственностью, физическими нагрузками и экстремальными условиями. Эти особенности обуславливают важность учета психологической совместимости при комплектовании рабочих групп инструкторов. Совместимость предполагает оптимальное сочетание свойств участников, обеспечивающее эффективное их существование. Эффективным можно считать существование, которое удовлетворяет участников и сохраняет их отношения [6]. Также выделяют сработанность - согласованность в работе между участниками, т.е. лучшее сочетание их действий во времени и пространстве [6].

Целью нашей работы стало исследование факторов психологической совместимости и сработанности в диадах инструкторов.

Выборку составила группа инструкторов спортивного туризма (25 человек) при Нижегородском областном туристском клубе. Это группа профессионалов, отличающихся по возрасту (от 17 до 48 лет) и опыту (как взаимодействия с людьми, так и туристскому).

В исследовании использовались методы наблюдения, психодиагностические методы (опросник Мини-мульти), метод экспертных оценок.

В течение летнего туристского сезона (2007г.) мы наблюдали за взаимодействием инструкторов при решении рядовых трудовых задач: подготовка к походу (проверка снаряжения, проведение собрания), обеспечение безопасности на всем маршруте, хозяйственно-бытовая деятельность и организация досуга туристов.

Нами были выделены следующие категории наблюдения:

- эмоциональная устойчивость /лабильность, тревожность (поведение в стрессовых условиях – в ситуации высокой ответственности, например, при исполнении роли руководителя спортивного туристского похода, реакция на неудачу и неопределенную ситуацию);
- оптимистичность /пессимистичность - ожидание позитивного/негативного в будущем, отношение к неудачам, большим нагрузкам;
- проявления конформности /нонконформности - оценивалась степень участия в принятии группового решения, личный вклад;
- ригидность - уверенность в своей правоте, споры, стремление «делать по правилам», требования такого же выполнения заданий от членов группы, застревание на негативных моментах взаимодействия;
- импульсивность /зажатость - отмечалась степень самоконтроля, ориентация на нормативность в поведении, на нормы, принятые в профессиональной среде.

После каждого похода сами испытуемые оценивали свое взаимодействие (как успешное - неуспешное) и выделяли ситуации, вызвавшие конфликты.

Также нами было проведено тестирование инструкторов с помощью опросника Мини-мульти. Эта модификация стандартизированного многофакторного метода исследования личности была рекомендована нам психологической службой МЧС г. Нижнего Новгорода. Результаты помогли выделить нам личностные особенности испытуемых.

Полученная информация позволила выделить принципы, на основании которых возможно формирование рабочей пары..

Так как работа сопряжена со стрессом, желательно, чтобы индивиды, склонные к повышенной тревожности и пессимизму, не усугубляли эмоциональное состояние друг друга. Рядом с ними желательно нахождение человека с противоположной тенденцией. Беспечность же обоих членов пары может привести к аварийной ситуации. Как показало наблюдение, в то же время, слишком сильное противоречие в понимании ситуации может привести к конфликту.

Как известно, различная степень совместимости и срабатываемости зависит от оптимального распределения функций типа «лидер – ведомый» в группе. Двум людям, каждый из которых стремится к лидированию, тем более, к соперничеству, будет трудно отказаться от своей точки зрения, уступить [3]. Могут возникнуть трудности на маршрутах у пар, обе стороны которых склонны к педантизму, уверенности в своей правоте [6].

Люди, склонные к гипостеническому типу реагирования на стрессовые условия, в аварийной ситуации пассивны, растеряны, не могут проявить инициативы [3], следовательно, рядом с ними должен быть человек с преобладающим стеническим типом реагирования – действенный, решительный, уверенный.

В результате тестирования было выявлено, что большинство инструкторов не являются акцентуированными личностями (обладающими ярко выраженными особенностями), следовательно, принцип формирования рабочих микрогрупп (диад) может быть достаточно гибким, возможны различные варианты.

Мы предполагаем, что хорошей психологической совместимости способствует формирование норм внутри группы, которое осуществляется благодаря развитой системе обучения при туристском клубе.

Литература

1. Лебедев В. И. Личность в экстремальных условиях 1989г.
2. Леонов А.А, Лебедев В. И. Психологические особенности деятельности космонавтов
3. Собчик Л. Н. Психология Индивидуальности. Теория и практика психодиагностики. – СПб.: Издательство «Речь», 2005.
4. Линчевский Э. Э. Психологический климат туристской группы. М.: "Физкультура и спорт", 1981г.
5. Кричевский Р. Л. Психология малой группы. 1991г.
6. Обозов Н. Н. Совместимость и срабатываемость людей. 2000г.

Вопросы диагностики готовности студентов к профессиональной деятельности

Оспищева Мария.Васильевна

студентка

Дохоян Анна Меликсовна

доцент

Армавирский государственный педагогический университет, Армавир, Россия

E-mail: d.a.m@mail.ru

Профессиональный психологический отбор– комплекс мероприятий, позволяющих принять решение по результатам психологических испытаний о зачислении кандидатов к последующей деятельности. Анализ работ в области профессионального психологического отбора (А.Д.Глоточкин, К.М.Гуревич, М.И.Дьяченко, Е.А.Климов, Ю.В.Котелова, Н.И.Майзель, Г.С.Никифоров, К.К.Платонов, и др.) показал, что одним из перспективных путей проведения процедуры психологического отбора является изучение психологической готовности человека к деятельности. Психологическая

готовность человека к деятельности рассматривается как особое достаточно устойчивое состояние, включающее ряд компонентов: мотивационно-ориентировочный, операционный, оценочный, волевой и др.

Кафедра психологии АГПУ ведет работу в указанном направлении в течение ряда лет. Ежегодно обновляются тестовые программы, позволяющие диагностировать психологическую готовность абитуриентов к учебно-профессиональной педагогической деятельности, и Разработана программа психологического сопровождения студентов 1-2-х курсов в период педагогической практики. Программа диагностирования психологической готовности абитуриентов к учебно-профессиональной деятельности строилась на общеизвестных принципах психологического отбора:

- системного подхода (психологическая готовность абитуриента к учебно-профессиональной деятельности рассматривается как система);
- лично-деятельностного подхода (психологическая готовность абитуриента рассматривается как интегративный показатель социально-психологической зрелости выпускника школы, необходимый для успешного овладения им программным материалом в вузе, для построения конструктивного стиля общения со школьниками на практике, для оптимальной реализации личностного профессионального плана);
- устойчивости к влиянию случайных факторов (при проведении обследования для всех испытуемых созданы одинаковые условия);
- активности (результаты тестирования используются для решения формирующих задач на этапе профессиональной подготовки);
- адекватности (результаты диагностики зачисленных абитуриентов соотнесены с эффективностью их учебно-профессиональной деятельности).

В программу диагностирования психологической готовности абитуриентов к учебно-профессиональной деятельности вошли тесты. Как показало исследование, психологическая готовность студентов 1-2-го курсов к практической деятельности в школе способствует формированию индивидуального стиля их общения с учащимися в ходе педагогической практики, а также служит основой выбора определенного способа реализации личностного плана профессионального самоопределения в адаптационный период.

На этом этапе ведущую роль играет превалирование оценочного, операционного или мотивационного компонентов психологической готовности студентов к профессиональной деятельности:

- при высоком уровне развития этих компонентов у студентов складывается в основном конструктивный стиль деятельности и общения на педагогической практике, гармоничный или прагматичный тип реализации личностного плана профессионального развития (80%);
- при недостаточном уровне развития операционного компонента готовности студенты либо самоустраняются от деятельности, либо пытаются копировать образцы поведения других: более успешных студентов или учителя (85%);
- при недостаточном уровне развития оценочного компонента готовности студенты могут ориентироваться на такие способы деятельности и общения, которые не всегда соответствуют их индивидуально-типологическим особенностям. Это вызывает деформацию стиля деятельности и общения на педагогической практике (33%);
- при низком уровне развития мотивационной готовности студенты, как правило, занимают самоустраняющуюся, пассивную позицию (50%).

При составлении и апробации компьютерной диагностической программы мы столкнулись с трудностями:

1) среди стандартизированных тестов преобладают опросники, использование которых затрудняет получение реальной оценки того или иного компонента готовности, так как имеется большая вероятность создания абитуриентами социально-желаемого образа;

2) затруднен выбор коэффициентов соотношения всех оцениваемых компонентов готовности с точки зрения их значимости для абитуриентов на данном этапе профессионального становления и в зависимости от их индивидуальных особенностей;

3) по санитарно-гигиеническим нормам абитуриенты могут проводить за компьютером не более одного часа, кроме того, через 40-60 минут у любого человека наступает естественное утомление, снижается качество работы. В связи с этим возникла проблема в отборе тестов, позволяющих за ограниченное время максимально полно оценить выделенные ранее компоненты психологической готовности абитуриентов;

4) в связи с тем, что имеющиеся у абитуриентов представления о педагогической деятельности и опыт общения оказывают влияние на все компоненты психологической готовности, возникает вопрос о выборе содержания диагностической программы;

5) итог тестирования, высвечиваемый на мониторе по окончании всей процедуры без пояснений экзаменатора, иногда оказывает негативное психологическое воздействие на эмоциональное состояние абитуриента. В связи с этим для обоснования итоговой оценки и снятия излишней тревожности абитуриентов в итоге тестирования, помимо балла-результата, высвечиваются некоторые показатели, которые позволяют экзаменатору прокомментировать итог.

Создание технологии компьютерного тестирования психологической готовности к педагогической деятельности в системе профессионального отбора оказывает положительное влияние, прежде всего, на процесс подготовки старшеклассников к вступительным экзаменам в вуз, а также дает возможность учитывать полученные результаты с первых дней обучения студентов и вносить коррективы в организацию учебно-воспитательной работы с первокурсниками.

Литература

1. Аминов Н.А. Дифференциальный подход к исследованию организации главных компонентов педагогических способностей // Вопросы психологии. – 1998. – №5. – С.71-77
2. Бодров В.А. Проблемы профессионального психологического отбора // Психологи-
ческий журнал. – 1994. – Т.6. – №2. – С.85-94
3. Глоточкин А.Д., Забродин Ю.М., Сосновский Б.А. Базовая психологическая модель личности учителя // Педагогическое образование. - Вып.4. – М.: Прометей, 1991
4. Климов Е.А. Психология профессионала. Избр. психол. труды. – М.: Институт практической психологии, Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. – 400с.
5. Митина Л.М. Учитель как личность и профессионал. – М.: Дело, 1994. – 216с.

Образ конфликтной ситуации в зависимости от уровня конфликтности межличностных взаимоотношений в группе

Павлович Мария Николаевна

студентка

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

E-mail: pishi_pisma@tut.by

Внутригрупповой межличностный конфликт – частое явление, возникающее при взаимодействии в группах; он часто носит деструктивный характер, что негативно сказывается на функционировании группы. Для конструктивного разрешения конфликта необходимо знание факторов влияющих на его динамику. Одним из таких факторов является восприятие субъектами конфликта конфликтной ситуации и друг друга. Важность изучения этого фактора объясняется тем, что «именно восприятие, понимание ситуации как конфликтной порождает конфликтное поведение». Интерпретируя внешнюю ситуацию как конфликтную, человек начинает вести себя по правилам конфликтного взаимодействия, трансформируя ситуацию в конфликт. Также следует отметить недостаток эмпирических исследований в области образов конфликтной ситуации при внутригрупповом межличностном конфликте.

Целью проведенного нами исследования было установление взаимосвязи между уровнем конфликтности межличностных отношений в группе и образом конфликтной ситуации.

Мы попытались определить содержание образа конфликтной ситуации в структуре внутригруппового межличностного конфликта, выделить структуру восприятия конфликтной ситуации при межличностном внутригрупповом конфликте, установить различия в восприятии себя и оппонента в конфликте.

К исследованию было привлечено 4 группы студентов в количестве 57 человек. В качестве метода исследования мы использовали опрос, проводившийся в соответствии с двумя методиками - «Образ конфликтной ситуации», разработанной Н.И.Леоновым и построенной на основе процедуры семантического дифференциала; а также модульным социотестом А.Я.Анцупова, который позволяет диагностировать взаимоотношения и межличностные конфликты в группе. Основанием данной работы послужил когнитивный подход в изучении конфликтов.

Респондентом было предложено оценить каждого участника своей группы по одиннадцатибальной шкале, в соответствии с двумя критериями: «Мое отношение» и «Отношение ко мне». Также респонденты заполнили бланк, где оценили субъектов конфликтного взаимодействия в соответствии с предложенными биполярными шкалами семантического дифференциала, составленными из наиболее употребляемых характеристик конфликта: себя («Я в конфликте»), оппонента («Член моей группы в конфликте»), человека, идеально разрешающего конфликт. Это позволило нам получить информацию об уникальных образах каждого респондента касающихся области внутригруппового межличностного конфликтного взаимодействия.

Результаты

Факторная структура восприятия конфликтной ситуации включила в себя следующие элементы:

сила: «нерешительный-решительный» (-0,786) «сильный-слабый» (0,766), «активный-пассивный» (0,703), «неуверенный-уверенный» (-0,684) «свободный-зависимый» (0,598), «упрямый-идуший на поводу» (0,381),

отношение к оппоненту «успокаивающий – пугающий» (0,734), «нежный – грубый» (0,726), «неогорчающий-огорчающий» (0,503), «испытывающий вину-нет вины» (0,379),

оценка содержит категории «навязчивый-ненавязчивый» (0,714), «аморальный-моральный» (0,83), «ненужный-нужный» (0,634), «запутывающий-проясняющий» (0,481),

дискомфорт вошли такие категории, как «страдающий-наслаждающийся» (0,728), «отчаяние-восторг» (0,720), «испытывающий вину-нет вины» (0,609), «разрешающий-неразрешающий» (0,413),

управление объединил в себе категории «управляемый-неуправляемый» (0,703), «разрешающий-неразрешающий» (0,611), «довольство-обида» (0,497), «неогорчающий-огорчающий» (0,414), «сложный-простой» (-0,348),

впечатление включил такие категории, как «непредсказуемый-предсказуемый» (0,634), «незабываемый-легкозабываемый» (0,581), «причиняющий боль-принимаящий боль» (0,422), «свободный-зависимый» (0,340),

отношение к ситуации объединяет такие категории, как «небезразличный-безразличный» (0,625), «расслабленный-напряженный» (-0,527), «упрямый-идущий на поводу» (0,503), «гордый-смирный» (0,484).

Выделение этих факторов объясняется представлением о конфликте как о борьбе, противостоянии, требующей от субъекта полного включения в ситуацию. Взаимодействие в такой ситуации требует определенных личностных качеств, успешность разрешения этой ситуации зависит от выбранной стратегии, которая включает в себя отношение к оппоненту.

При анализе образов субъектов внутригруппового межличностного конфликта (Я в конфликте, оппонент в конфликте, человек, идеально разрешающий конфликт) мы пришли к заключению, что респонденты склонны приближать образ «Я в конфликте» к идеальной модели внутригруппового конфликтного взаимодействия. Исключение составляет такая характеристика как сила (первый фактор). Респонденты склонны оценивать себя как слабых, что противоречит идеальной модели поведения.

Другой тенденцией в оценивании образов субъектов конфликтного взаимодействия является противопоставление образа оппонента образу «Я в конфликте» и идеальной модели внутригруппового конфликтного взаимодействия.

Количество внутригрупповых межличностных конфликтов и их интенсивность влияет на представление респондентов о качествах, необходимых субъектам данного взаимодействия. Так качества участников конфликта, связанные с силой, и вошедшие в первый фактор, являются значимыми при высоком уровне конфликтности межличностных взаимоотношений в группе. Другими словами, чем больше число внутригрупповых межличностных конфликтов, тем важнее участникам этой группы проявлять силу, активность, решительность. Большое число конфликтов может свидетельствовать об атмосфере конкурентности в группе, значит, при конкурентном взаимодействии важны перечисленные выше характеристики.

Была выявлена взаимосвязь интенсивности внутригруппового конфликтного взаимодействия и оценки образа «Я в конфликте»: увеличение интенсивности конфликтного взаимодействия связано с формированием более негативного образа «Я в конфликте».

В целом, можно сказать, что при оценке субъектов внутригруппового межличностного конфликта преобладают либо качества, характеризующие субъекта как сильного и активного, либо противоположные им характеристики.

Эмоциональный интеллект как фактор эффективности профессиональной деятельности

Панкова Татьяна Анатольевна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: djali@bk.ru

Профессиональная успешность специалиста, несомненно, связывается с его знаниями, умениями и навыками, его эрудицией и способностями к мышлению вообще, т.е. с уровнем его интеллекта. Однако в большинстве случаев высокого уровня общего

интеллекта оказывается недостаточно. Даже в творческой и научной деятельности навыки эффективного межличностного общения оказываются незаменимыми. Так, для того, чтобы «продвинуть» свою идею, необходимо правильно ее преподнести, заинтересовать в ней окружающих (коллег, начальство, клиента). Следовательно, помимо уровня общего интеллекта с успешностью профессиональной деятельности должны быть связаны и другие характеристики, которые можно отнести к компетентности в сфере общения, к интеллекту эмоциональному. В самом широком понимании эмоциональный интеллект объединяет в себе способности личности к эффективному общению за счет понимания эмоций окружающих и умения подстраиваться под их эмоциональное состояние. Такое умение владеть собой и грамотно организовывать взаимодействие оказывается незаменимым, если речь идет о сферах деятельности, подразумевающих непосредственное общение с окружающими.

Особую актуальность профессиональная успешность личности приобретает в контексте руководства коллективом, т.к. именно от руководителя во многом зависит продуктивность и качество работы персонала. Для обеспечения наибольшей эффективности своей деятельности наряду с формальными управленческими функциями руководитель должен играть роль мотиватора и морального лидера, повышая заинтересованность и работоспособность своих подчиненных, а также поддерживая оптимальную атмосферу в коллективе, направляя коллективные эмоции в нужное русло.

Умение руководителя использовать эмоции окружающих и влиять на них (межличностный эмоциональный интеллект), при желании, может помочь избежать многих конфликтов и напряженных ситуаций в коллективе. Умение же руководителя контролировать собственные эмоции (внутриличностный эмоциональный интеллект) может обеспечить ему большую устойчивость перед всевозможными стрессами на работе и предотвратить развитие синдрома эмоционального выгорания, выражающегося в «приглушении» эмоций, апатии, эмоциональном истощении равнодушии и отгороженности от переживаний другого человека и разочаровании в собственных успехах и способностях. То есть умение руководителя создавать и поддерживать в себе внутреннее ощущение психологического комфорта также является важной и необходимой предпосылкой эффективности деятельности группы в целом.

Резонно предположить, что каждый руководитель в разной степени использует свои навыки межличностного общения и свой эмоциональный интеллект в процессе трудовой деятельности, что может определяться гендерными особенностями или предпочитаемым стилем руководства. Так, например, женщины обычно более ориентированы на межличностные отношения в группе, то есть для них способности, связанные с пониманием и управлением эмоциями, должны быть более важными при организации взаимодействия. То же можно сказать и о демократическом руководителе.

В связи с этим целью проведенного нами исследования явилось изучение роли эмоционального интеллекта в обеспечении эффективности профессиональной деятельности. В частности – в эффективности деятельности руководителей (разного пола и с разным стилем руководства). В качестве критериев этой эффективности обычно рассматриваются внешние и групповые критерии эффективности руководства, т.е. показатели работы всего коллектива в целом. Однако не менее важным показателем эффективности деятельности, на наш взгляд, являются внутренние ощущения руководителя, его работоспособность и заинтересованность в достижении поставленных целей. Поэтому в качестве показателей эффективности деятельности руководителя нами было выбрано субъективное ощущение эффективности деятельности, т.е. удовлетворенность руководителя своей работой, а также отсутствие у него ярко выраженных симптомов эмоционального выгорания.

В нашем исследовании приняло участие 57 руководителей из различных организаций (26 женщин и 31 мужчина) со стажем руководства не менее 1 года,

каждому из которых предлагалось заполнить ряд опросников, измеряющих уровень эмоционального интеллекта, наличие симптомов эмоционального выгорания, степень удовлетворенности трудом и определяющих предпочитаемый стиль руководства.

Результаты проведенного в данной работе эмпирического исследования указывают на наличие взаимосвязи между уровнем эмоционального интеллекта руководителя и эффективностью его деятельности. Руководители, способные улавливать эмоции окружающих и направлять их в нужное русло, в меньшей степени испытывают такие симптомы эмоционального выгорания, как цинизм по отношению к коллегам по работе и ощущение непродуктивности собственной деятельности. Причем было установлено, что эмоциональный интеллект в большей степени отражается на эффективности деятельности мужчин-руководителей (для женщин-руководителей низкие способности распознавания и управления эмоциями окружающих связываются лишь с редукцией личных достижений), а также тех руководителей, которые предпочитают демократический стиль управления.

Интересным оказывается сравнение связи эмоционального интеллекта с предпочитаемым стилем руководства в гендерных группах. Выбор стиля руководства у женщин связывается с уровнем межличностного, а у мужчин – с уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта. Причем женщины-руководители с более высокими показателями межличностного эмоционального интеллекта совершают этот выбор в пользу демократического стиля, а мужчины с высоким уровнем внутриличностного эмоционального интеллекта – в пользу авторитарного. Способности понимать свои эмоции и управлять ими позволяют мужчинам-руководителям быть более независимыми и брать на себя больше ответственности за принятие решений, не нарушая внутреннего равновесия и ощущения психологического комфорта. Женщины-руководители с высоким уровнем эмоционального интеллекта, напротив, избегают авторитарных стратегий и ориентируются на демократический стиль управления. Их умение влиять на эмоциональные состояния окружающих делает возможным выбор коллегиального стиля, направленного на взаимодействие с подчиненными.

Рассматривая перспективу изучения понятия эмоционального интеллекта, можно отметить, что дальнейшие научные исследования в этой области могут касаться углубления представлений об эмоциональном интеллекте и поиске его связей с другими показателями успешности в различных областях профессиональной деятельности.

Литература

1. Бендас Т.В. Гендерные исследования лидерства // Вопросы психологии, 2000, №1
2. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: искусство управлять людьми на основе эмоционального интеллекта. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
3. Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования /Под ред. Д.В.Люсина, Д.В.Ушакова. М.: Институт психологии РАН, 2004.
4. Чирикова А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний // Социологические исследования. 2003. №1.
5. Cherniss C. Social and Emotional Competence in the Workplace // Bar-On R., Parker J.D. The Handbook of Emotional Intelligence, Jossey-Bass, 2000.
6. Maslach C. A Multidimensional Theory of Burnout // Cooper C.L. Theories of Organizational Stress, Oxford, 2000.

Взаимосвязь корпоративных ценностей и ценностных ориентаций личности как фактор адаптации нового сотрудника

Панова Александра Сергеевна

студентка

Московский государственный университет им М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: psygirl_05@mail.ru

Ценностные ориентации являются одним из базовых образований личности, которые задают направление действиям и помыслам людей, служат эталонами для оценки своего и чужого поведения. Именно на основе системы персональных ценностей человек строит образ социального мира, они определяют главные и относительно постоянные отношения человека к другим людям и к самому себе. В то же время социальный мир осознается человеком через призму социальных ценностей. При этом, очевидно, существует проблема соотношения ценностей общества с личностными ценностями.

Ценности являются ориентирами не только личной, индивидуальной картины мира человека, но и выступают важным регулятором жизни группы. Так, корпоративная культура является сложным комплексом предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации и задающих общие рамки поведения, принимаемые большей частью сотрудников организации. В основе корпоративной культуры лежат ценности, разделяемые участниками компании, из которых вытекают стили поведения, межличностного общения и др. Очевидно, что ценностные ориентации личности и ценности, лежащие в основе корпоративной культуры, не совпадают полностью. В связи с этим возникает круг проблем, связанных с тем, насколько рассогласование в этих двух ценностных системах влияет на различные аспекты взаимодействия человека как с другими членами группы, так и с организацией в целом. Наиболее ярко это, на мой взгляд, проявляется при адаптации новых сотрудников, у которых степень отличия ценностных образований с организационными ценностями будет максимальной. Исследование данной проблемы с такой позиции открывает дополнительные перспективы в построении успешного процесса адаптации, влияющего на эффективность сотрудника, что имеет непосредственное практическое значение в связи с увеличением в настоящий момент конкуренции между различными компаниями не по критерию продукта, а по способам работы с человеческими ресурсами организации.

Таким образом, основная цель исследования состоит в выявлении рассогласования между ценностями, лежащими в основе корпоративной культуры, и ценностными ориентациями нового сотрудника в связи с его адаптацией на новом месте работы, а также оценка значимости этого рассогласования. Эта цель конкретизируется в следующих задачах исследования: 1) определить основные ценности организации, выраженные в корпоративной культуре, путем исследования их носителей, т.е. «старых» сотрудников; 2) установить ценностные ориентации «новичков»; 3) провести сравнительный анализ ценностей «новичков» и «старых» сотрудников; 4) оценить влияние степени рассогласования в этих ценностных системах на эффективность адаптации «новых» сотрудников.

Гипотеза исследования.

В связи с определением круга проблем, а также целей исследования, можно выдвинуть следующую гипотезу:

Ценностные ориентации новых сотрудников будут не совпадать с ценностями организации, и степень их различия будет влиять на эффективность адаптации (т.е. чем более схожи ценностные ориентации нового сотрудника с корпоративными ценностями, тем скорее и эффективнее будет происходить его адаптация в новой организационной среде).

Измеряемые показатели:

1. Ценностные ориентации как отношения личности, группы или общества к тому или иному событию.

2. Корпоративная культура как требования к сотруднику, регламент, миссия компании и др.

3. Корпоративные ценности как непосредственное отношение членов организации к собственно компании, сотрудникам, клиенту, продукту и др.

4. Социально-психологическая адаптация как эффективность выполнения рабочих задач, позитивная обратная связь от коллектива по отношению к новому сотруднику, а также непосредственно ощущения самого сотрудника, степень его комфортности на рабочем месте, отношение к профессиональным задачам и др.

Выборка.

Для возможности обобщения в исследовании необходимо использовать организации, имеющие разные производственные задачи и различающиеся спецификой деятельности, что задаст основания для различий в их организационных культурах, и, следовательно, корпоративных ценностях. Предполагается проведение исследования в организациях трех типов - производственной, торговой и консалтинговой, в каждой из которых выделяются группы «новичков» (сотрудников со стажем работы не более 2-х месяцев) и «старичков» (сотрудников со стажем работы в данной организации не менее 3-х лет).

Методики сбора данных и их анализа.

Для подтверждения гипотезы будут использованы следующие методики:

1) методика Шварца - для выявления структурно-содержательных особенностей ценностных ориентаций «новичков»;

2) специально разработанный для целей данного исследования список неоконченных предложений - для выявления корпоративных ценностей в каждой организации;

3) методика Роджерса-Даймонда - для определения уровня социально-психологической адаптации «новичков».

В качестве методов обработки данных предполагается использование факторного и корреляционного анализа.

Литература

1. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М., 2001
2. Липатов С.А. Личность и организация // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.115-132.
3. Базаров Т.Ю. Современный кадровый менеджмент. Вып. 3. М., 2004
4. Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л. Управление персоналом. М., 2002
5. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово, 2000

Половой признак как один из факторов влияющих на социально-психологическую адаптацию персонала

Парникова Вера Николаевна

студентка

Якутский государственный университет им. М.К. Аммосова, Якутск, Россия

E-mail: vparnikova@gmail.ru

Считается, что ни одна другая проблема не вызывала столько дебатов, мифов и необоснованных мнений, как вопрос о психологических различиях между мужчинами и женщинами, или способностях женщины выполнять работу наравне с мужчинами.

В целом исследователи утверждают, что существуют лишь незначительные различия между мужчинами и женщинами, которые могли бы влиять на выполнение ими работы. Так, например, не отмечено различий в способности к решению проблем, аналитических навыков, соревновательности, мотивации, лидерства, общительности так же, как и в способности к обучению.

В то же время психологические исследования показали, что женщина более склонна к конформности по отношению к власти, а мужчина более агрессивен и склонен к большему ожиданию успеха. Также есть подтверждения отсутствия различий в продуктивности мужского и женского труда. И нет свидетельств тому, что пол работника связан с уровнем его удовлетворенности трудом.

Были исследования и по изучению особенностей профессиональной адаптации мужчин и женщин. Так, выявлено, что у женщин на первый план выступает социально-психологический аспект, а у мужчин - профессионально-деятельностный.

Было также установлено, что мужчина и женщина, выполняющие одинаковую профессиональную деятельность имеют не одинаковый взгляд на нее и на ее выполнение. Так, в исследованиях И.В.Грошева, Р.Х.Кузиной было показано, что есть различия у мужчин и женщин в оценке ими профессиональных качеств.

Также, различаются у мужчин и женщин стили осуществления одной и той же деятельности. Так, Д.А.Мишутин показал, что имеются некоторые различия в педагогическом общении мужчин и женщин-учителей: мужчины чаще используют личностно-групповое общение, а женщины - межличностное общение. Мужчины по сравнению с женщинами чаще используют неречевые средства общения, а женщины - речевые.

По данным других исследований установлено, что женщины в большей степени, чем мужчины, заинтересованы в санитарно-гигиенических условиях труда, в улучшении организации работы. Они, как отмечает Н.Н.Обозов, больше ориентированы на оценки их труда другими участниками совместной деятельности, поэтому похвала или негативная оценка являются основными регуляторами их трудовой активности. Женщины больше всего чувствительны к отношениям, складывающимся на производстве, поэтому они предпочтут работу, где у них сложились хорошие отношения, даже в ущерб заработной плате. Ориентация на личные, конформные отношения может компенсировать их неудовлетворенность в семейно-брачных отношениях.

В исследовании приняли участие сотрудники среднего управленческого звена ОАО «Сахазнерго». Выборка состояла из 40 женщин и 40 мужчин.

Для решения поставленных задач исследования нами выбраны следующие психодиагностические методики:

1) Опросник для оценки уровня социально-психологической адаптации работника предприятия.

2) Многоуровневый личностный опросник «Адаптивность» (МЛО).

Проведенное исследование показало, что уровни социально-психологической адаптации мужчин и женщин значимо не отличаются.

Но отметим, что нами были выявлены различия частного характера, так, установлено, что женщины в целом в процессе адаптации ориентированы на ее социально-психологическую сторону, а мужчины - на профессиональную. Например, женщины, в отличие от мужчин, оценивают взаимоотношения в коллективе более благоприятно, считая, что коллектив помогает проявлять личную инициативу и развивать свои способности. По параметру «отношение к труду», выявлено, что женщины определяют свою работу более пессимистично, они менее удовлетворены тем, насколько работа соответствует их склонностям, интересам и в отличие от мужчин не склонны оценивать свою работу как интересную. Также, выявлено, что женщины чаще мужчин

ощущают напряженность и монотонность во время работы, и в отличие от мужчин они расценивают свою работу как имеющую небольшое значение для всего коллектива и т.д.

Но выдвинутая гипотеза о существовании значимых гендерных различий в социально-психологической адаптации персонала не подтвердилась. И мы можем утверждать, что фактор «полового признака» не влияет значительно на характер социально-психологической адаптации персонала в организации.

Литература

1. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология. - СПб.: Питер, 2001.
2. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология: мужчины и женщины. – СПб.: Питер, 2002.
3. Маклаков А.Г. Личностный адаптационный потенциал: его мобилизация и прогнозирование в экстремальных условиях // Психологический журнал. - 2001, - №1.
4. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: учебное пособие / Под. ред. Г.С.Никифорова, М.А.Дмитриевой, В.М. Снеткова. - СПб.: Речь, 2003.

Взаимосвязь эффективной системы управления персоналом и отношения к организации в потребительской среде

Прикуль Татьяна Владимировна

студентка

Гуманитарный университет, Екатеринбург, Россия

E-mail: t_prikul@mail.ru

Современная система управления персоналом в России находится на стадии своего становления. Многие подходы и методы в работе с «человеческими ресурсами» были заимствованы на Западе и более, а иногда менее успешно трансформированы под российскую действительность и ее ментальность. В отличие от экономически развитых стран, в которых вопросы управления решаются уже более ста лет и стали нормой эффективного функционирования и статьей солидных расходов, в России в настоящее время управление персоналом является сравнительно новым веянием, в котором, к сожалению, весьма многое совершается «по наитию», значительная часть действий носит формальный характер, оторвана от реальности, специфики как самой организации, так и рынка, на котором она работает. Организации стараются следовать подобию и примеру других, внедряя аналогичные пакеты программ, уходя от реально стоящих проблем и потребностей.

В ходе нашей работы, нами была проанализирована система управления крупнейшей торговой сети г. Екатеринбурга и Свердловской области, объединяющей более 100 магазинов, работающих по системе супер- и гипермаркетов.

Цель исследования — проведение комплексного анализа эффективности системы управления персоналом на предприятии, а также взаимосвязи между эффективностью управления и отношением к организации в обществе (среди реальных и потенциальных клиентов).

Для изучения и диагностики обозначенной нами проблемы нами использовался комплекс методик, включающий в себя различные каналы получения информации: наблюдение, анкетирование, метод шкалирования, проективные методики «незаконченное предложение», методика диагностики условий труда, опросник мотивационных источников (MSI).

Методы и результаты.

Исследование проводилось на двух группах. В первую очередь, внутри организации, диагностика была направлена на сотрудников ТС «Кировский» - 33 человека, обслуживающий персонал (продавцы, кассиры, операторы), с целью исследование удовлетворенности персонала, их мотивации, уровня лояльности к организации как одного из факторов, указывающего на эффективный подход в управлении.

На этом этапе проведенное исследование показало, что уровень лояльности довольно низкий, ярко выражена неудовлетворенность трудом, условиями и системой управления у персонала. При анализе многие факторы рабочей среды были оценены ниже среднего. Неудовлетворенность персонала имеет свой негативный выплеск в рабочую среду: некачественное выполнение своих функций, халатность, конфликтность, не желание выполнять поставленные задачи. Некомфортный психологический климат и частые конфликты как внутри коллектива, так и с покупателями также подтверждает этот факт.

При этом анализ предпринимаемых действий со стороны руководства показал, что в большинстве случаев делался акцент на тех факторах, которые и так были высоко оценены и уже не служили достаточным мотивом для удовлетворения. В связи с чем, такой метод действий можно назвать как метод «затыкания дыр» старыми способами, без осмысленной диагностики потребностей персонала. Небольшие денежные премии или грамоты перестали быть факторами, способствующими росту лояльности в связи с более значимыми для персонала проблемами в рабочей среде (неудобный график работы, отсутствие корпоративной культуры, конфликты, невозможность проявить себя, недостаток информации)

Второй группой, которой коснулось наше исследование, являются клиенты данной организации – потенциальные и реальные покупатели – 100 человек. Анализ данной группы проводился с целью выяснения отношения к данной торговой сети, уровня покупательской лояльности и выявления взаимосвязи между лояльностью сотрудников организации (базирующейся на эффективном управлении) и покупательской лояльностью.

Мы выяснили, что структура отношения к данной торговой сети в покупательской среде носит также негативный характер. 22% опрошенных потеряли лояльность к данной организации и перестали пользоваться ее услугами, 27% - продолжают посещать данные магазины лишь ввиду их близости и низких цен. Лишь 35% покупателей довольны работой магазинов. Среди основных причин неудовлетворенности и снижения лояльности опрошенные назвали – «плохой сервис», «грубость, невнимательность продавцов», и прочие факторы, в большинстве своем связанные с контактированием с обслуживающим персоналом.

Проведенный анализ показал, что эффективная система управления, формирующая лояльность своих сотрудников оказывает существенное влияние на успешность деятельности организации в целом. Сотрудник, который непосредственной взаимодействует с контактной группой (в нашем случае «продавец-покупатель») является своего рода визитной карточкой организации, именно через него транслируются основные послылы, значения и веяния, характеризующие руководство, его отношения к своим потребителям, клиентам.

Неудовлетворенный сотрудник с низким уровнем лояльности несет за собой негативное отношение и в работе с клиентами, тем самым, формируя в нем также неудовлетворенность. В итоге, негатив в работе и в отношении к себе со стороны руководства сотрудник перекладывает на покупателя, снижая его уровень лояльности.

Таким образом, прослеживается детерминированность системы управления персоналом и отношения к организации в среде потребителей.

Лояльность персонала как социально-психологическая детерминанта эффективности деятельности организации

Примак Анна Игоревна

студентка

*Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского, Нижний
Новгород, Россия*

E-mail: nyrec@rambler.ru

Эффективность компании – первоочередная задача менеджмента и условие инвестирования в человеческие ресурсы организации. Такие инвестиции ведут к более высокой удовлетворенности персонала организации и как следствие — к улучшению качества продуктов и обслуживания, что, в свою очередь, может повысить степень удовлетворенности клиентов и их лояльность. В результате могут улучшиться экономические показатели компании. Таким образом, эти факторы связаны в бесконечной цепи, которая укрепляет сама себя. Одни эксперты называют это циклом роста на основе лояльности, другие — цепочкой «персонал—клиент—прибыль».

Целью проведенного исследования: выявить социально-психологические аспекты лояльности персонала и клиентов и характер их влияния на эффективность деятельности организации.

Методы исследования: экспертная оценка эффективности организации, наблюдение, в том числе по методу К.В. Харского, беседа, социометрический анализ (по Я.Морено) методика измерения лояльности ОСQ (в адаптации В.И. Доминьяка). Исследование проводилось в двух кафе компании «ПИР» в Нижнем Новгороде — кафе «Альфа» и кафе «Бета». В качестве показателей эффективности кафе использованы показатели лояльности клиентов и получаемая прибыль, рассчитанная на одного клиента.

Проведенное исследование показало, что одним из факторов, влияющих на повышение эффективности деятельности организации, является лояльность персонала, которая в свою очередь влияет на лояльность клиентов.

Организационные и социально психологические характеристики трудовых коллективов

Характеристики организации	Кафе «Альфа»	Кафе «Бета»
Тип ОК	«Клан»	«Иерархия»
Социально-психологический климат	Благоприятный климат: высокая устойчивость коллектива, высокая сплоченность, высокая плотность структуры, средний уровень напряженности.	Неблагоприятный климат: низкая устойчивость коллектива, низкая сплоченность, низкая плотность структуры, средний уровень напряженности.
Корпоративные правила	Правила четко прописаны, большинство из которых направлено на улучшение условий труда коллектива.	Правила направлены скорее на контроль над дисциплиной сотрудников.
Корпоративные ценности	Высокое качество предоставляемых услуг; прибыль – прибыль от работы, которая приносит пользу людям; честность, порядочность.	Высокое качество предоставляемых услуг; быть пионером – не следовать за другими; дисциплина.

Система поощрения	Руководством введена обширная система поощрений сотрудников.	Отсутствуют поощрения. Выстроена система штрафов.
Руководство	Руководитель коллектива является реальным лидером и самым популярным сотрудником в коллективе при 100% лояльности коллектива.	Руководитель коллектива один из самых непопулярных личностей в коллективе при нелояльности последнего.
Лояльность персонала	Высокий индекс лояльности персонала к своей организации (лояльность на уровне ценностей и убеждений).	Низкий индекс лояльности персонала к своей организации (имитационная лояльность).
	Самые популярные сотрудники коллектива демонстрируют наибольшую лояльность.	Популярные сотрудники демонстрируют наибольшую лояльность.
	Сотрудники с полной занятостью более лояльны, чем те, кто работает в организации по совместительству.	Сотрудники с полной занятостью более лояльны, чем те, кто работает в организации по совместительству.
	Лояльность увеличивается в зависимости от возраста сотрудника и его стажа.	Лояльность увеличивается в зависимости от возраста сотрудника и его стажа.
Лояльность клиентов	Высокий показатель удовлетворенности обслуживанием (удовольствие); Высокий показатель готовности возвратиться (частота посещения).	Низкий показатель удовлетворенности обслуживанием (удовольствие); Низкий показатель готовности возвратиться (частота посещения).

Результаты:

1. Лояльность сотрудников зависит от степени их удовлетворенности отношениями в коллективе: чем выше показатели удовлетворенности, тем лояльнее сотрудник (коэффициент корреляции: кафе «Альфа» $r = 0,75$, кафе «Бета» $r = 0,65$).

2. Так же было выявлено, что чем выше авторитет руководителя, тем лояльнее трудовой коллектив по отношению к своей компании (коэффициент корреляции: кафе «Альфа» $r = 0,9$, кафе «Бета» $r = 0,68$).

3. Чем выше статус сотрудника в коллективе, тем более этот сотрудник лоялен (коэффициент корреляции: кафе «Альфа» $r = 0,86$, кафе «Бета» $r = 0,7$).

4. Таким образом, сравнивая полученные данные, было выявлено, что уровень лояльности коллектива кафе «Альфа» гораздо выше уровня лояльности коллектива кафе «Бета», что было подтверждено статистически (t-критерий Стьюдента $t = 7,59$).

5. Высокий уровень лояльности персонала кафе «Альфа» положительно влияет, как на уровень удовлетворенности обслуживанием, так и на готовность клиентов вернуться в данное кафе. При этом показатель удовлетворенности обслуживанием (удовольствие) является более чувствительным, поскольку изменение уровня лояльности персонала на 1 единицу ведет к изменению показателя удовольствия клиента на 1,25.

6. Если лояльность персонала увеличивается на 1 единицу, то лояльность клиентов увеличится на 1,25 в том же самом месяце. При росте уровня лояльности клиентов на 1% прибыль (эффективность деятельности) в следующем месяце увеличится на 0,885%.

Выводы: Предприятие, достигшее более высокой лояльности сотрудников, добивается также более высокой лояльности клиентов.

Более высокий уровень лояльности персонала формируется при следующих социально-психологических условиях: клановый тип ОК, благоприятный социально-психологический климат, руководитель должен быть реальным лидером коллектива, ценности сотрудников должны соответствовать ценностям организации, наличие организационной поддержки и организационной справедливости в отношении персонала.

Понимание цепочки «персонал—клиент—прибыль» будет иметь большее значение для размещения ресурсов и реализации программ по повышению качества и увеличению лояльности в целях увеличения доходности.

Особенности планирования карьеры в разных типах профессий

Притула Ольга Сергеевна

студентка

Таганрогский Институт управления и экономики, Таганрог, Россия

E-mail: olga2k@rbcmail.ru

В настоящее время планирование карьеры не считается чем-то недостойным, наоборот, сознательное и целенаправленное планирование влияет на профессиональный рост и развитие человека. Планирование карьеры является частью психологии управления персоналом. Процесс планирования индивидуальной карьеры начинается с выявления сотрудниками своих потребностей, интересов и потенциальных возможностей, на основе чего с учетом перспектив организации и объективных личных данных формулируются основные цели карьеры. Затем самостоятельно или с помощью руководителя и при консультации специалиста по работе с персоналом определяются варианты продвижения по службе, как в собственной фирме, так и за ее пределами и необходимые для этого меры.

В целом планирование карьеры должно быть связано с мотивацией продвижения по службе и являться долгосрочной программой перемещения по горизонтали и вертикали. В результате у сотрудников имеет место большая удовлетворенность трудом, видение перспектив; возможность планировать другие аспекты собственной жизни, целенаправленно повышать квалификацию и готовиться к будущей работе. Сотрудники, связывая жизнь с организацией, становятся более лояльными по отношению к ней, заинтересованными в производительном и качественном труде.

Цель нашего исследования – выяснить одинаково ли планируют карьеру люди, работающие в разных профессиональных сферах.

Для каждой профессиональной сферы необходимы свои профессионально важные качества.

Профессионально важные качества (ПВК) - это индивидуальные свойства субъекта, включенные в процесс деятельности и обеспечивающие эффективность ее исполнения по параметрам производительности, качества труда и надежности. Они бывают общие и специальные. Общие ПВК оказывают положительное влияние на эффективность любой деятельности. К таким можно отнести определенную мотивацию человека, интернальность – экстернальность, самооценку, уровень притязаний. Специальные ПВК необходимы для выполнения конкретного вида деятельности. ПВК необходимы для того, чтобы человек мог адаптироваться в профессии и в дальнейшем достичь профессионального роста, развития, акме. Сейчас в нашей стране далеко не все выбирают профессию и работают в соответствии со своими способностями, личностными и индивидуальными особенностями.

В развитии человека осознание своих ПВК может положительно влиять на профессиональный рост, на планирование его карьеры. «Карьера» - это успешное

продвижение вперед в области общественной, служебной, научной и профессиональной деятельности. Она бывает должностная (переход с одной должности на более высокую) и профессиональная (расширение своих знаний, соответствие в работе, мастерство).

Для реализации цели исследования мы выбрали следующие профессиональные сферы: «человек-человек» («Ч-Ч»), «человек-техника» («Ч-Т»), «человек-знак, знаковая система» («Ч-З»). А из ПВК мы взяли общие: интернальность – экстернальность, стремление к успеху – избегание неудач и специальные: для профессии типа «Ч-Ч» – эмпатию, для «Ч-Т» – интерес к технике, для «Ч-З» – устойчивость внимания и работоспособность.

В качестве объекта данного исследования выступили люди, работающие в данных сферах. Предметом явились ПВК этих людей. Нами была выдвинута следующая гипотеза: планирование карьеры не зависит от типа профессии. При этом, планируя карьеру, люди опираются на свои ПВК.

В данном исследовании приняли участие 50 человек, из них 18 работают в сфере «Ч-Ч», 17 – в сфере «Ч-Т», 15 – в сфере «Ч-З». Для представителей этих групп профессий были предложены следующие методики: «Методика диагностики уровня субъективного контроля» Дж. Роттера (адаптация Бажина Е.Ф., Голынкиной С.А., Эткинды А.М.), «Тест – опросник А. Мехрабиана, направленный на измерение мотивации достижения» (модификация М.Ш. Магамед – Эминова) и разработанная нами анкета для определения планирующих и не планирующих карьеру людей. Кроме того, для работников профессий типа «Ч-Ч» еще была предложена «Методика диагностики уровня эмпатических способностей» В.В. Бойко, для работников профессий типа «Ч-Т» – «Методика выявления и анализ ПВК специалистов системы «Ч-Т»», а для представителей профессий типа «Ч-З» – «Методика изучения ПВК персонала системы «Ч-З»» (модификация Ф.Д. Горбова).

По результатам анкеты оказалось, что планирующих карьеру больше, чем не планирующих, при этом профессиональную карьеру планируют чаще, чем должностную. Сфера «Ч-Ч»: планируют карьеру – 77,78% (из них профессиональную – 55,56% и должностную – 22,22%). Сфера «Ч-Т»: – 70,59% (из них профессиональную – 52,94% и должностную – 17,65%). Сфера «Ч-З»: – 86,67% (из них профессиональную – 66,67% и должностную – 20%).

Для всех профессиональных сфер между всеми параметрами обнаружилась достоверная связь ($p \leq 0,05$), за исключением сферы «Ч-Т», где интернальность не связана мотивацией достижения.

По результатам методик существенных различий в степени выраженности ПВК у представителей разных профессиональных сфер не обнаружено. Большинство из тех, кто планирует профессиональную и должностную карьеры, являются интерналами (сфера «Ч-Ч» – 50% и 16,66% соответственно; сфера «Ч-Т» – 35,29% и 11,77% соответственно; сфера «Ч-З» – 40% и 13,33% соответственно). Они имеют достаточный уровень развития ПВК (сфера «Ч-Ч» – 38,89% и 16,66% соответственно; сфера «Ч-Т» – 41,18% и 11,77% соответственно; сфера «Ч-З» – 53,34% и 13,33% соответственно). Некоторые различия обнаружились только в мотивации: для сфер «Ч-Ч» и «Ч-Т» преобладает стремление избегать неудачи (33,34% и 22,22%, и 29,41% и 11,77%, соответственно), а для сферы «Ч-З» – стремление к успеху (40% и 20%). У не планирующих карьеру людей (и профессиональную, и должностную) преобладает экстернальный тип контроля (сфера «Ч-Ч» – 16,66%; сфера «Ч-Т» – 17,65% и 5,88% соответственно; сфера «Ч-З» – 13,33%). Они имеют достаточный уровень развития ПВК (сфера «Ч-Ч» – 22,22%; сфера «Ч-Т» – 17,65% и 5,88% соответственно; сфера «Ч-З» – 13,33%) и стремятся избегать неудачи (сфера «Ч-Ч» – 22,22%; сфера «Ч-Т» – 17,65% и 5,88% соответственно; сфера «Ч-З» – 13,33%).

Таким образом, наша гипотеза подтвердилась. Действительно, ПВК влияют на выбор разного типа карьеры, а вот от сферы, в которой они работают, это не зависит. В любой профессиональной сфере люди планируют разный тип карьеры. При планировании карьеры человек опирается на собственное мнение, берет ответственность на себя, у него достаточный уровень развития ПВК, но при этом все-таки стремление избежать неудач преобладает, хотя есть и те, которые к успеху стремятся. А если человек карьеру не планирует, то, во-первых, он – экстернал, во-вторых, он избегает неудач (поэтому и не планирует карьеру) и, в-третьих, его ПВК на этот процесс не влияют. Осознавая свои ПВК, и будучи интерналом, человек свою карьеру планирует, а, не осознавая их, и будучи экстерналом, он карьеру не планирует.

Следовательно, люди чаще будут планировать карьеру, если у них развиты ПВК лучше, при чем как общие, так и специальные. От сферы, в которой они работают, это не зависит.

Социально-психологические характеристики рабочих групп как детерминанты отношения персонала к организационным изменениям

Райхлина Надежда Александровна

студентка

Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: djundel@rambler.ru

Для России характерны быстрые изменения макроэкономической среды, поэтому самостоятельный анализ ситуации на рынке и проведение организационных изменений сообразно новым условиям становится условием выживания организации. В современной социально-экономической ситуации ключевая роль человеческого фактора в реализации систем эффективного управления изменениями в компании уже ни у кого не вызывает сомнения. Однако вопросов по данной теме также возникает немало. Каковы основные причины и методы преодоления сопротивления организационным изменениям? Насколько велико значение организационной культуры в процессе осуществления изменений в организации? Какую роль играет лидер, и какие характеристики являются определяющими для команды стратегических изменений, влияющими на эффективность ее деятельности.

Теоретический обзор литературы по данной теме и данные зарубежных исследований [Л.Грейнер, Дж.Коттер] отражают необходимость эмпирическим путем установить зависимость характера отношения персонала компании к организационным изменениям от социально-психологических процессов, происходящих в ней.

Проведено исследование происходящих организационных изменений и реакции на них персонала в коммерческой организации занимающейся продажей электрооборудования, светотехники и фототоваров, общей численностью 70 человек, с целью выявления социально-психологических характеристик рабочих групп, детерминирующих характер отношения персонала к организационным изменениям разного типа. Полученные результаты представлены в таблице:

Зависимость отношения персонала к организационным изменениям разного типа от особенностей социально-психологических процессов в рабочем коллективе

Особенности социально-психологических процессов до изменений					Тип изменения	Отношение персонала к изменениям*	
№ отдела	Климат	Сплоченность	Тип организационной культуры	Стиль руководства		Поведенческий компонент	Эмоциональный компонент

1	«+»	высокая	клановая	либеральны й	в структуре	- -	- -
2	«+»	высокая	клановая	авторитарн ый	в технологии и задачах	+ не значимо	- не значимо
3	«-»	низкая	рыночная	авторитарн ый		+ +	+ +

* уровень статистической значимости $P < 0,05$

Эмпирически выявлено, что в условиях кланового типа организационной культуры, благоприятного социально-психологического климата и высокой степени сплоченности (№1,2) сотрудники негативно воспринимают и оценивают изменения в структуре. Это во многом объясняется желанием персонала противостоять подобного рода изменениям в виду таких значимых факторов, как приверженность «старым» методам работы, страх перед потерей «зоны неопределенности», которую каждый работник самостоятельно контролирует, отсутствие включенности субъектов в ситуацию изменений. Причем в поведении персонала наблюдаются значительные расхождения поскольку, определяющим в данном случае при прочих равных является тип руководства. При либеральном лидере, в отличие от авторитарного персонал открыто демонстрирует собственное недовольство переменами, что проявляется в явном пренебрежительном поведении в отношении изменений, касающихся каждого сотрудника, нежелании выполнять рабочие задачи и следовать нововведениям и т.п.

Прямо противоположная ситуация наблюдается, если преобладающим типом культуры является рыночная, что сопровождается напряженной внутренней ситуацией, неблагоприятным психологическим климатом (№3). Оба типа организационных изменений оцениваются персоналом весьма позитивно, что находит свое отражение и в поведении сотрудников, которые без особых трудностей принимают радикальные структурные преобразования, изменения в системе подчиненности, делегирования полномочий и распределения ответственности, изменения в технологии и задачах при внедрении нового программного продукта. Причинами этого является не только специфика деятельности данного отдела, позволяющая сотрудникам обладать большей информацией, но и характеристики организационной культуры, где ориентированность на результаты превалирует над дружественностью межличностных взаимоотношений. Главная забота сотрудников выполнение поставленной задачи, они целеустремленны и соперничают между собой. При этом лидер — твердый и весьма требовательный руководитель.

Выводы:

1. Отношение персонала к организационным изменениям разного типа во многом детерминируется особенностями социально-психологических характеристик рабочих групп.

2. Организационная культура как системная детерминанта, включающая особенности социально-психологического климата, определенную степень сплоченности персонала и стиль руководства, играет определяющую роль в процессе формирования отношения персонала к изменениям и непосредственной поведенческой реакции на них.

3. Еще на этапе проектирования стратегии изменений менеджменту следует проанализировать характер взаимоотношений персонала в формате организационной культуры того или иного типа, обращая внимание на сплоченность рабочего коллектива. Это важно, поскольку между ростом групповой сплоченности и увеличением продуктивности деятельности группы нет линейной зависимости, а важную роль при этом играют групповые нормы, предусматривающие высокие уровни

производительности труда, мотивации членов группы и позитивное восприятие изменений в организации.

4. В основе различий восприятия изменений в зависимости от их характера лежат ценности персонала. Реструктуризация принимается персоналом с меньшим сопротивлением, в рамках рыночной культуры, где преобладает жесткая конкуренция, независимость, ориентация на индивидуальный результат (по сравнению с клановой культурой, где дружественные, семейственные отношения среди персонала имеют весьма важное значение). Аналогичным образом внешняя ориентация и дифференциация, характерные для рыночной культуры обуславливают более позитивное восприятие персоналом изменений в технологиях и задачах, нежели при клановом типе культуры.

5. В качестве рекомендаций менеджменту для преодоления негативного поведения и сопротивления персонала в ответ на организационные изменения следует отметить грамотно продуманную стратегию их осуществления на основе социально-психологического анализа специфики текущей организационной ситуации и социально-психологических характеристик рабочих групп как детерминант отношения персонала к организационным изменениям. Обязательным компонентом программы изменений должно быть своевременное информирование и активное вовлечение сотрудников всех уровней подчиненности в программу изменений (поскольку внутреннее сопротивление изменениям линейных руководителей является еще более серьезной организационно-психологической проблемой).

Предпринимательская активность в структуре интегральной индивидуальности в связи со сферой деятельности

Ротманова Наталья Валерьевна

молодой ученый

Пермский государственный педагогический университет, Пермь, Россия

E-mail: rotmanova@pspu.ru

Исследования проблем активности в русле теории интегральной индивидуальности достаточно условно можно разделить на два направления (Б.А.Вяткин, 2000): теоретическое и теоретико-экспериментальное. Первое из них связано с концепцией метаиндивидуального мира Л.Я. Дорфмана и рассматривает активность как основной способ взаимодействия ИИ с миром.

Теоретико-экспериментальное направление разработки проблем активности в Пермской психологической школе осуществляется под руководством Б.А. Вяткина и связано с изучением роли активности в структуре ИИ в русле одного из вариантов «линии Рубинштейна», продолженного К.К. Абульхановой-Славской и И.А. Джидарьян, т.е. представление об активности исходит из понимания ее как меры взаимодействия субъекта с окружающей действительностью, как такого способа самовыражения и самосуществования личности в жизни, при котором достигается (или нет) ею качество целостного, самостоятельного и развивающегося субъекта. В русле данного направления изучаются, прежде всего, различные виды активности. Первая группа работ ставит акцент на психодинамических видах активности в зависимости от ведущего вида деятельности: эмоциональная (П.В. Токарев, 1991), волевая (Ю.Я. Горбунов, 1992), моторная (И.Е. Праведникова, 1993). В данных исследованиях изучается гармонизирующая функция стиля того или иного вида активности в рамках ИИ.

В дальнейшем локус исследовательского интереса пермских ученых смещается на виды активности психологического и социального уровней: учебная активность (А.А. Волочков, 1997), религиозная активность (Д.О. Смирнов, 2001), коммуникативная

активность (С.А. Васюра, 1997; Д.С. Корниенко, 2003), социально-психологическая активность (Н.А. Кирилова, 1997).

Таким образом, в Пермской психологической школе с позиций теории интегральной индивидуальности активность понимается в качестве инициативной характеристики интегральной индивидуальности в отношениях с миром, в котором она, будучи открытой системой, осуществляет себя в своей уникальности как субъект, объединяя в себе внутренние и внешние, причинные и целевые типы детерминации.

В условиях современной рыночной экономики все большее значение для успешной адаптации к экономической действительности играет предпринимательская деятельность. Основной характеристикой в определении предпринимательства является адаптация к постоянно изменяющимся условиям, большой запас сил и энергии, а также самостоятельность и ответственность за принимаемые решения и их выполнение. Основным вопросом в изучении предпринимательства, который волнует психологов, - это вопрос избранности или общедоступности предпринимательской деятельности, т.е. предприниматели это особая категория людей, наделенная определенными психологическими качествами, или же предпринимательской активностью обладают все, но в разной степени (Абчук В.А., 1995).

В своих исследованиях мы придерживаемся подхода, который утверждает, что «предпринимателями не рождаются, ими становятся», что не возможно выделить определенный профиль личности предпринимателя, «различия между людьми заключаются в том, сколько предпринимательских действий они совершают» (Максимов В.П., Симоненко В.Д., 2001). Также с выраженностью предпринимательской активности связывают феномен экономико – психологической адаптированности (Дейнека О.С., 2000; Леонтьев А.В., 2000).

В связи с этим особенно остро стоит вопрос изучения предпринимательской активности в русле теории интегральной индивидуальности. Предпринимательскую активность следует отличать от «экономической активности» - конкретной формы участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения его жизнедеятельности (А.В. Бусыгин, 2000).

Под предпринимательской активностью мы понимаем сложное, многокомпонентное психологическое образование, характеризующееся как мера взаимодействия с окружающей действительностью, направленная на получение личной экономической выгоды.

Пилотажные исследования, проведенные в данном направлении, показывают, что структура интегральной индивидуальности существенно различается в зависимости от уровня выраженности предпринимательской активности и включенности в предпринимательскую деятельность.

В частности, по результатам эмпирического исследования интегральной индивидуальности и предпринимательской активности у частных предпринимателей и людей, работающих в бюджетной сфере, были выявлены различия по большинству изучаемых показателей (54%). Так, предпринимателей отличают следующие характеристики: определенный круг общения в соответствии с целями и задачами, прагматичность, рациональность, организаторские способности, включенность в экономическую ситуацию предприятия, генерирование идей, новаторство, нестандартный подход. Для представителей бюджетной сферы характерны больше: общительность, коммуникативность, широкий круг общения, мечтательность, эмоциональность, управляемость требованиями профессии, включенность в экономическую ситуацию страны. Кроме того, у предпринимателей с низким и высоким уровнем предпринимательской активности различия проявляются на психодинамическом, личностном и социально – психологическом уровнях интегральной индивидуальности. Компоненты предпринимательской активности в обеих выборках

оказались тесно взаимосвязаны со свойствами всех уровней интегральной индивидуальности, однако в группе частных предпринимателей взаимосвязи характеризуются большей выраженностью и большей много-многозначностью. Факторное отображение структуры интегральной индивидуальности частных предпринимателей с низким и высоким уровнем развития предпринимательской активности также характеризуется существенным своеобразием. Для частных предпринимателей с высоким уровнем предпринимательской активности характерно выделение «смешанных» факторов, т.е. включающих свойства разных уровней интегральной индивидуальности, в то время как для частных предпринимателей с низким уровнем предпринимательской активности характерно выделение факторов в соответствии с уровнями интегральной индивидуальности. Следовательно, предпринимательская активность обладает системообразующей функцией, поскольку определяет своеобразие структуры интегральной индивидуальности.

Маркетинговая служба банка: опыт интеграции психологических знаний

Бегоян Арман Норайрович

студент

Ереванский государственный педагогический университета им. Х.Абовяна, Ереван, Армения

E-mail: armanbegoyan@yandex.ru

Саркисян Андрей Романович

сотрудник

Аршининвестбанк, ЗАО, Ереван, Армения

E-mail: sarkisyanar@yandex.ru

Введение

Рассматривая место и роль банка в структуре общества, учитывая цели и задачи банка, учитывая необходимость мероприятий по отношению оптимизации и поиска новых путей, методов организации и управления деятельностью банка в условиях конкуренции (Роуз, 1995) - прежде всего необходимо рассматривать его (банк) в качестве социально-экономической системы, которая вступает в социально-экономические и социально-психологические связи, отношения, как с определенными малыми и большими социальными группами, социальными системами, также и с конкретными отдельными индивидами. Так как эти взаимоотношения реализуются людьми и между людьми, то следовательно справедливо будет утверждать, что эти взаимоотношения, точнее особенности их конструирования, протекания и исхода детерминированы личностными особенностями каждой из включенных в процесс коммуникации сторон.

Вступая в социально-экономические взаимоотношения, или предпринимая социально-экономическую деятельность, человек проявляет в нем все свои личностные особенности, качества и черты (Журавлев и другие, 1999; Бегоян, 2006а).

“В условиях обострившейся конкуренции банки остро нуждаются в разработке новых и более активной продаже существующих услуг; эти задачи обычно решаются маркетинговым отделом банка. Для осуществления этой важной функции требуются понимание проблем, сопряженных с оказанием банковских услуг, а также знакомство с методами рекламы услуг [...]” (Роуз, 1995). В качестве органа разрабатывающего эффективные методы и методики, основанные на знаниях и опыте психологической и экономической науки, также контролирующего процесс их применения, естественно должна являться маркетинговая служба банка.

Маркетинговая служба банка, его эффективное, целенаправленное функционирование – залог успешного функционирования и самого банка. Современное банковское дело – динамический бизнес, требующий постоянных инноваций, постоянное внедрение новых технологий – исходящих из нужд общества. “Проявившаяся в последние годы тенденция состоит в том, что почти все банковские учреждения становятся со временем более сложными организациями. Одновременно с ростом банк обычно расширяет перечень предлагаемых услуг[...]. Параллельно с этим процессом появляются новые отделы и отделения, помогающие руководству более эффективно распределять и контролировать ресурсы банка” (Роуз, 1995). Маркетинговая служба банка призвана оптимизировать деятельность всех 3-х основных групп подразделений банка – Front Office, Back Office и Middle Office, и повышать квалификацию работников банка.

Место и роль службы в структуре банка

Маркетинговая служба банка это функциональный орган в структуре последнего, занимающийся разработыванием и развитием технологий оптимизации всех сфер деятельности банка, также контролем процесса их применения (управление, реклама, ПР...). Маркетинговая служба банка является своего рода Центральной Нервной Системой социально-экономического организма под названием “банк”, которая имеет свои окончания по всему “телу” банка. В связи с этим мы находим более точным применение словосочетания “маркетинговая служба”, а не “маркетинговый отдел”, так как деятельность этого отдела затрагивает все остальные отделы банка и на прямую соприкасается с их целями и задачами, будь то в процессе их определения или решения, т.е. как бы “обслуживает” все остальные отделы и отделения банка.

Цели и задачи отдела

Основная цель маркетингового отдела банка является постоянная оптимизация всех сфер деятельности банка и поддержание достигнутого оптимального уровня функционирования банка.

Задачи отдела:

- Разрабатывание, развитие и реализация технологий управления;
- Разрабатывание, развитие и реализация технологий эффективной рекламы и PR;
- Разрабатывание, развитие и реализация технологий эффективного обслуживания клиентов;
- Разрабатывание, развитие и реализация технологий выявления и стимуляции общественных потребностей;

Основные направления работ отдела

Направления работ отдела и их специфика детерминируются текущими задачами отдела.

- Разработка технологий управления отделом и организация условий для их реализации (подготовка и переподготовка соответствующих специалистов – заведующих отделом);
- Разработка технологий управления филиалом банка и организация условий для их реализации (подготовка и переподготовка соответствующих специалистов – управляющих филиалом);
- Разработка технологий управления обслуживающим персоналом и организация условий для их реализации (подготовка и переподготовка соответствующих специалистов – менеджеров по персоналу);
- Разработка технологий по обслуживанию клиентов и организация условий для их реализации (подготовка и переподготовка соответствующих специалистов – обслуживающих работников);
- Разработка эффективных технологий рекламы и ее видов, также их реализация ;
- Разработка технологий PR-а и их реализация;

- Разработка технологий по переговорным процессам и их реализация – путем обучения, переподготовки и подготовки соответствующих ;
- Разработка технологий по публичным выступлениям и их реализация (обучение определенного класса работников банка особенностям эффективного публичного выступления, обучение приемам и методам психологии влияния и убеждения);
- Разработка и реализация технологий выявления доминирующих общественных потребностей и потребностей общества;
- Разработка и реализация технологий стимуляции общественных потребностей и потребностей общества.

Литература

1. Бегоян А.Н. (2006а) Введение в экономическую психологию // Экономика #2 2006 (на армянском языке)
2. Бегоян А.Н. (2006б) Основы психологии предпринимательской деятельности // Экономика №3 2006 (на армянском языке)
3. Роуз П.С. (1995) Банковский менеджмент, М.: “Дело Лтд”
4. Социальная психология руководства и предпринимательства / отв.ред. А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохов. М.: “Институт психологии РАН”, 1999

Организационная культура как среда формирования способности сотрудника к рефлексии командной роли

Спиваковский Валентин Евгеньевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: well1985@rambler.ru

Введение

Эффективность командного позиционирования (другими словами – ролевого распределения членов команды) принято считать одним из наиболее значимых факторов успеха командной работы. В большинстве публикаций, посвященных командообразованию, отмечается, что эффективное позиционирование невозможно, если у команды отсутствуют необходимые для этого рефлексивные средства. Поэтому мы рассматриваем рефлексию командной роли в качестве ключевого фактора, обуславливающего успешное позиционирование в команде.

В данной работе нас интересуют детерминанты эффективности протекания процесса рефлексии командных ролей. Наше предположение состоит в том, что одной из главных таких детерминант является организационная (корпоративная) культура компании, в структуре которой функционирует та или иная команда. Ведь характеристики, как команды, так и отдельных ее членов в различных организациях варьируют самым неожиданным образом в зависимости от корпоративной культуры, стиля руководства и других особенностей конкретной организации. Командный стиль возможен только в том случае, если в культуре организации бытуют открытость, право высказывать любые мысли, не боясь потерять статус, доступ к информации.

Таким образом, можно предположить, что в одних организационных культурах процесс рефлексии командной роли идет лучше, а в других – хуже, что какие-то организационные культуры являются своеобразной «питательной средой» для развития умения рефлексировать командные роли, а какие-то – нет.

Цели, гипотезы и методы

С целью проверки нашего предположения мы провели эмпирическое исследование, позволяющее ответить на вопрос о взаимосвязи особенностей корпоративной культуры компании и эффективности командного позиционирования ее

сотрудников. Объектом исследования явилась случайная выборка, которую составили 65 человек в возрасте от 19 до 53 лет (39 женщин и 26 мужчин), работающих в различных организациях с различными организационными культурами и являющихся носителями этих культур. Использование случайной выборки, а не выборки, состоящей из нескольких групп, принадлежащих к штату нескольких компаний, позволило нам исследовать именно интериоризированную, а не декларируемую в официальных документах, корпоративных изданиях и социально-желательных высказываниях организационную культуру.

Для диагностики представлений респондентов о корпоративной культуре их компаний мы пользовались моделью Камерона-Куинна. Тип корпоративной культуры определялся как совокупность двух наиболее выраженных альтернатив модели (всего модель предлагает четыре следующих альтернативы: рыночная, адхократическая или новаторская, клановая, иерархическая культуры). Далее все респонденты разбивались на группы по критерию принадлежности к носителям той или иной организационной культуры.

Уровень рефлексии командной роли операционализировался нами как степень совпадения объективного ролевого профиля (строится в результате заполнения опросника Р.М. Белбина) и имплицитного профиля (командные роли модели Белбина, которые человек приписывает сам себе). Для определения этой степени по каждому испытуемому подсчитывался коэффициент корреляции r -Пирсона между двумя рядами чисел, описывающих объективный и имплицитный ролевой профили. Полученные коэффициенты корреляции позволили нам выделить 5 уровней рефлексии командной роли, согласно следующему принципу. Уровень рефлексии 0 был приписан всем респондентам, коэффициент корреляции профилей которых был отрицательным. Уровень 1 приписывался респондентам, коэффициент корреляции профилей которых колебался в пределах квантильного интервала (0 – 0,25]. Уровень 2 приписывался респондентам, коэффициент корреляции профилей которых попадал в интервал от (0, 25 до 0,5]. Респондентам, коэффициент корреляции профилей которых попадал в промежуток (0,5 – 0,75], присваивался уровень рефлексии 3. И, наконец, тем немногим респондентам, коэффициент корреляции объективного и имплицитного профилей которых превышал 0,75, присваивался наивысший, четвертый уровень рефлексии командной роли.

Задачей заключительного этапа исследования было выявление взаимосвязи между типом организационной культуры и успешностью рефлексии командной роли. Показателем данной успешности мы считаем средний уровень рефлексии командной роли в каждой из организационных культур. Для получения этого среднего уровня представим каждый из пяти выделенных нами уровней рефлексии в виде баллов. В результате каждому из респондентов можно приписать сразу два параметра – тип организационной культуры компании, в которой он или она работает, и балл по рефлексии командной роли. Наиболее успешной по критерию рефлексии командной роли будет считаться организационная культура, где средний балл рефлексии будет наивысшим. Для подсчета среднего балла в каждой организационной культуре мы делили общий накопленный балл рефлексии на количество участников исследования, являющихся носителями данной культуры. Такая процедура позволяет сравнивать показатели успешности рефлексии в разных по количеству респондентов группах, выделенных по критерию принадлежности к той или иной организационной культуре.

Результаты и выводы

В результате проведенного исследования нам удалось выявить существенные различия между организационными культурами по критерию успешности протекания в них процесса рефлексии командной роли (см. табл. 1)

ТАБЛИЦА 1. СРЕДНИЕ УРОВНИ РЕФЛЕКСИИ КОМАНДНОЙ РОЛИ ДЛЯ КАЖДОЙ ИЗ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР

Ранг	Тип оргкультуры	Средний уровень рефлексии
1	БВ(адхократически-рыночная)	2,75
2	ГВ (иерархически-рыночная)	2
3	ГА (иерархически-клановая)	1,75
4	БА(адхократически-клановая)	1,6
5	ГБ (иерархически-адхократическая)	1,5
6	АВ (кланово-рыночная)	1,4
7	АБ (кланово-адхократическая)	1,33
8	ВА (рыночно-клановая)	1,33
9	ВГ (рыночно-иерархическая)	1,17
10	ВБ (рыночно-адхократическая)	1
11	АГ (кланово-иерархическая)	1

Наши данные позволяют подтвердить заявленную в исследовании гипотезу. Мы можем наблюдать, что представленные типы организационных культур отличаются по критерию развития умения сотрудников рефлексировать собственный ролевой профиль. Таким образом, обосновано наличие одной из важных функций организационной культуры – формирование способности к эффективной рефлексии командной роли и описаны особенности протекания процесса рефлексии в различных корпоративных культурах.

Принципы совместного творчества в социально-психологическом тренинге

Сычева Мария Павловна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: yes-day@mail.ru

В литературе под совместным творчеством понимается совместная деятельность, в которой каждый участник процесса становится равноправным создателем нового. Этот тип совместной деятельности характеризуется особой активностью каждого участника в плане повышения собственной профессиональной компетентности за счет участия в коллективной деятельности (Базаров, 2005). Рассмотрим реализацию совместного творчества в социально-психологическом тренинге, опираясь на четыре принципа совместного творчества (рис. 1): принцип индивидуального, социального, культурного и морального творчества (Малиновский, 2001).

1. «Принцип индивидуального творчества» невозможно реализовать без обучения, основанного на опыте («experiential learning» Левин, 2001). Социально-психологический тренинг предполагает индивидуальное творчество, а именно в плане экспериментирования участников с собственным образом, поведением и техниками мышления. Необходимым условием реализации индивидуального творчества является принцип активности личности (В. А. Петровский, 1996, К. А. Абульханова-Славская, 1991). Ключевым для становления человека оказывается «процесс индивидуализации, позволяющий реализовать себя, свое «Я» в этом мире» (Л.А. Петровская). Наиболее яркие проявления индивидуального творчества мы находим в тренинге уверенности, эффективного общения, а так же в психокоррекционных группах.

сконструировано на тренинге остается оторванным от реальности и от культурного контекста.

4. *Принцип морального творчества* - готовность человека служить моральным образцом другим и самому себе. Только в реальных ситуациях межличностного взаимодействия личность может воспроизвести три предыдущих принципа. В процессе морального выбора реализуется потенциал личности, накопленный в процессе социально-психологического тренинга. Сложность реализации данного принципа совместного творчества не в том, насколько человек ориентируется в образцах поведения, сколько в том как разрешить ситуации столкновения образцов поведения, на какой из них ориентироваться, или как конструировать новый. Являясь, по сути, основным принципом совместного творчества, принцип морального творчества выносится за пределы тренинга, но имплицитно формируется за счет Личности тренера и его способности служить образцом поведения.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2000
2. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. – М., Мастерство, 2005
3. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности. М., 2001
4. Левин К. Теория поля в социальных науках. СПб, 2001
5. Малиновский П.В. Глобализация и кризис цивилизационной идентичности: гуманитарные технологии для России//Сборник лекций «Открытый Университет-2003», М., 2004
6. Петровская Л.А. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического тренинга. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1982
7. Петровский А.В. Теория деятельности опосредования и проблема лидерства // Вопросы психологии 1980, № 2

Профессиональная компетентность менеджеров малого бизнеса

Тарасова Людмила Владимировна

аспирантка

Гуманитарный университет, Екатеринбург, Россия

E-mail: tarasovagu@mail.ru

Инновационные процессы, происходящие сегодня в социально-экономической жизни общества, предъявляют новые требования к уровню профессиональной компетентности управленческих кадров. Особенно актуальной данная проблема является для сферы малого бизнеса, т.к. опыт развитых стран показал, что развитие рыночных отношений и функционирование рынка требуют развития именно малого бизнеса и мелкого предпринимательства. В свою очередь, устойчивость и эффективность малых предприятий как важнейшего фактора процесса экономической стабилизации зависит сегодня от качества управления, профессиональной компетентности менеджеров.

В отношении содержания понятия компетентности в современной научной литературе нет единства. Отечественными авторами профессиональная компетентность рассматривается как совокупность профессиональных свойств (Л.И. Анцыферова), сложная единичная система внутренних психических состояний и свойств личности специалиста, готовность к осуществлению профессиональной деятельности и способность производить необходимые для этого действия (Ю.В. Варданян), профессиональное самообразование (А.К. Маркова), устойчивая способность к

деятельности со «знанием дела» (В.И. Огарев), способность реализовывать на определенном уровне профессионально-должностные требования (И.Г. Климкович), способность к актуальному выполнению деятельности (М.А. Чошанов). В зарубежных исследованиях (К. Доуле, Э. Шорт, Дж. Равен и др.) под «компетентностью» понимают спектр индивидуально-психологических качеств, акцент смещен на практическую ее сторону (профессиональное самосовершенствование).

Таким образом, мы можем определить *профессиональную компетентность* как способность человека решать определенный круг профессиональных задач, обусловленную особенностями мотивационно-личностной сферы и имеющимися умениями.

Выявление необходимых условий и факторов развития профессиональной компетентности менеджеров малого бизнеса является в настоящий момент весьма актуальной научной задачей. Кроме того, очевидна также и практическая направленность этой задачи – повышение эффективности деятельности менеджеров фирм малого бизнеса. Для разработки программы оптимизации профессиональной компетентности менеджеров малого бизнеса необходимо предварительно выявить представления о личностных особенностях и менеджерских умениях у менеджеров малого бизнеса. Для этого мы использовали следующие методики: методику диагностики личностных и деловых качеств высшего управленческого персонала Л.П. Калининского и методику К.Л. Вилсона «Цикл управленческих умений». Объектом исследования выступили 79 менеджеров предприятий малого бизнеса г. Екатеринбурга.

Обработка результатов проводилась с помощью факторного анализа методом главных компонент, что позволило выделить 2 основных фактора. Первый фактор представлен показателями: осуществление обратной связи (0.821); разъяснение подчиненным целей и задач (0.774); планирование рабочего процесса (0.772); обеспечение подчиненных необходимыми условиями работы (-0.781); давление на подчиненных (-0.555). Таким образом, данный фактор имеет два полюса: ориентация на процесс и ориентация на результат. В первом случае менеджер руководствуется возможностями подчиненных, опытом решения ими предыдущих задач и на этой основе формулирует, разъясняет им последующие цели и планирует деятельность. В другом случае менеджер, не принимая во внимание возможности подчиненных, оказывает им поддержку, создает условия для того, чтобы они могли достичь поставленных целей, и контролирует рабочий процесс, оказывая давление на подчиненных. Во второй фактор вошли такие показатели: внимание к предложениям и мнению подчиненных (0.772); уступчивость (0.615); требовательность (0.586); психологическая гибкость (0.568); уверенность в себе (0.558); отзывчивость (0.541) и открытость, дружелюбие руководителя (-0.365). Это позволило определить полученный фактор как «стиль взаимодействия с подчиненными», данный фактор также является биполярным. Первый полюс мы обозначили как «деловая ориентация менеджера во взаимодействии с подчиненными», т.к. наибольший вес имеет показатель «внимание к предложениям и мнению подчиненных», что отражает направленность менеджера во взаимодействии с подчиненными на задачу. Остальные переменные, вошедшие в данный фактор с положительными весами, указывают на тактику поведения менеджера при данной ориентации. Второй полюс фактора включает показатель «открытость, дружелюбие руководителя», т.е. характер взаимодействия с подчиненными в данном случае определяется личностной особенностью менеджера, что позволяет назвать данный полюс «личностная ориентация менеджера».

Полученные нами результаты отражают специфику представлений менеджеров малого бизнеса об управленческом процессе и проявляемых в нем личностных качествах менеджеров. Результаты исследования можно продемонстрировать следующим образом:

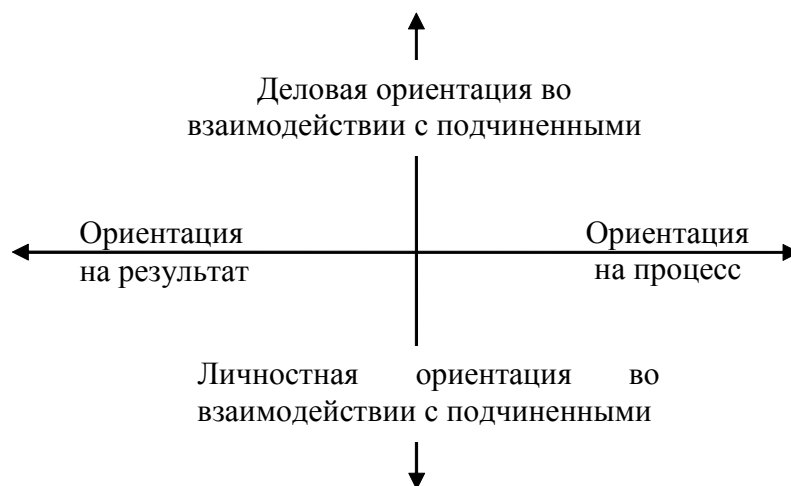


Рис. 1. Представления о личностных особенностях и менеджерских умениях у менеджеров малого бизнеса

В целом проведенное исследование показало, что у менеджеров малого бизнеса нарушено целостное представление о функциях управления, описанных К.Л. Вилсоном, Питером Друкером и другими авторами. Так, взаимосвязанные фазы цикла управления (целеполагание, планирование, создание необходимых условий, обратная связь, контроль и поощрение) не только теряют связь и последовательность, но и оказываются на разных полюсах одного фактора, т.е. противопоставляются друг другу.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что меры оптимизации и развития профессиональной компетентности менеджеров малого бизнеса должны быть, прежде всего, направлены на устранение фрагментарного представления менеджеров о функциях управления, то есть на обеспечение непрерывности, целостности и завершенности процесса управления, а также на развитие у менеджеров малого бизнеса установки на управленческую деятельность и общение с подчиненными.

Литература

1. Друкер П.Ф. Эффективный управляющий. М.: Вильямс, 2002.
2. Калининский Л.П. Психология успешного менеджмента. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2005.

Профессионально важные качества менеджера по непрямым продажам.

Тчанникова Анна Вячеславовна.

студентка

Костромской государственной университет им. Н.А. Некрасова, Кострома, Россия

E-mail: merryann@kosnet.ru

Введение.

В следствии экономического подъема— рынок труда в области продаж развивается быстрыми темпами. «Рынок в “опьянении продаж”, россияне захвачены покупками», именно это можно сейчас услышать от аналитиков.

Действительно, за последний сезон рост покупательной способности населения, общая стабилизация экономики и высокие мировые цены на природные ресурсы привели к резкому увеличению оборотов торговых компаний. Активно развивается ритейл, фирмы–производители создают собственные сбытовые сети.

Как следствие такого подъема— рынок труда в области продаж развивается опережающими темпами и существенно превысил докризисный уровень. По экспертным

оценкам, сектор средних и крупных российских торговых компаний по сравнению с 2000г. увеличил штат продавцов в среднем на 28–30%.

Одновременно с ростом числа вакансий изменилась и сама структура предложения на рынке труда. Главная особенность сегодняшних вакансий в области продаж — несомненно, четкие требования к кандидату на работу. Сегодня большинство торговых компаний с хорошей репутацией и перспективами на рынке, оставляют подбор такого персонала на откуп внутренней HR-службе. Несмотря на большой спрос на вакансии рядовых менеджеров по продажам и торговых представителей в сегмент оптовой/мелкооптовой торговли, в то же время существует относительно высокая текучести персонала в области продаж, а также массовости данных позиций. В результате HR-менеджеры при подборе персонала сталкиваются с трудностью выявления профессиональной пригодности сотрудника и выявления у него профессионально важных личностных качеств.

Результаты нашего исследования позволяют составить идеальную модель личности менеджера по продажам. Данные исследования могут применяться в службе HR при подборе персонала на вакансию менеджера по продажам, так как правильный выбор сотрудников может помочь в увеличении производительности, прибыли и повышении "боевого духа" сотрудников.

Успешный менеджер по продажам приносящий высокие доходы компании должен иметь высшее образование, знать иностранный язык, быть коммуникабельным, уверенный в себе и при установлении контактов, настойчивый, дипломатичным, целеустремленный, обладать логическим мышлением, эмоционально уравновешенный, спокойный, стрессоустойчивый, с оптимистичными взглядами, верой в успех своего дела, самостоятельный.

Методы.

В исследовании использовались следующие методики: анкета для приема на работу (www.rabota.ru); 16 факторный личностный опросник Р.Кетелла (форма А); методика оценки мотивации сотрудников Ф.Герцберга.

Результаты.

Менеджеру необходимо обладать следующими личностными качествами: коммуникабельность и чувство успеха; эмоциональную уравновешенность и стрессоустойчивость; открытость, гибкость, приспособляемость к происходящим изменениям; ситуационное лидерство в корпорационных структурах; внутреннюю потребность к саморазвитию и самоорганизации; энергичность и жизнестойкость; склонность к успешной защите и столь же эффективному нападению; ответственность за работу и принятые решения; тягу к знаниям, профессионализм и творческий подход к работе упорство, уверенность в себе и преданность делу; нестандартное мышление, изобретательность, инициативность и способность генерировать идеи; способность влиять на людей; потребность работать в коллективе и с коллективом; наряду с этим менеджеры должны обладать такими специфическими качествами, как; способность эффективно управлять собой и своим временем; способность устанавливать свои личные ценности; способность четко определять цели выполняемой работы, и собственные цели; способность к саморазвитию; способность решать проблемы быстро и эффективно; изобретательность и гибкое реагирование на изменение ситуации; влияние без прямого давления на окружающих; умелое использование людских ресурсов; способность освоения новых подходов в отношении своих подчиненных; умение помочь другим в быстром изучении новых методов и освоении практических навыков; умение создавать и совершенствовать группы, способные быстро становиться изобретательными и результативными в работе.

По результатам проведенного анализа мы можем сделать вывод о том, что, успешность продаж не обусловлена полом, так как среди менеджеров по продажам есть

как лица женского так и мужского пола, средний возраст которых 26 лет, часть из них состоят в браке и имеют детей. Большинство представителей данной выборки имеют высшее образование и владеют знаниями иностранных языков, владеют знанием ПК, тем не менее исследование показало что для успешной работы в данной сфере не обязательно иметь экономическое образование, т.к. среди испытуемых есть успешные менеджеры с гуманитарным образованием.

Успешность менеджера не зависит от пола, а зависит от наличия профессионально важных качеств таких как общительность(коммуникабельность), уверенность в себе, дисциплинированность; гибкость мышления, самостоятельность в принятии решений, подозрительность, дипломатичность, расчетливость, эмоциональная уравновешенность, лидерство, интеллект.. Средний возраст менеджера может варьироваться от 23 до 30 лет. Менеджер должен иметь высшее образование, владение ПК, знание иностранных языков, иметь хорошее здоровье. Таким образом в соответствие с нашими представлениями, менеджер должен быть талантливым оратором и прекрасно вести переговоры. Глобальное видение, стойкость, увлечение своей работой, интеллект нравственность, мужество и упорство –всеми этими качествами необходимо обладать менеджеру.

Отчасти немногочисленность высококлассных менеджеров объясняется тем, что в обучении и подготовке таких специалистов делается излишний упор на техническое мастерство, а формированию характера уделяется мало внимания. Управленческие науки-статистика, анализ данных, эффективность, финансовый контроль – считаются сегодня неотъемлемыми элементами образования менеджеров.

Литература

1. Бабенко О.А. Профессионально важные качества личности менеджера//статья из интернет; найдена на сайте: <http://psi.lib.ru>
2. Зазыкин В.Г., Чернышев А.П. Менеджер: психологические секреты профессии – М.: ЦИТП, 1992. – 168с.
3. Карпов А.В. Психология менеджмента – М.: Гардарики, 1999. – 584с.
4. Носкова О.Г. психология труда: Учеб. пособие для студ.высш. учеб. заведений/ Под ред. Е.А. Климова.-М.: Издательский центр «Академия», 2004. -384с.
5. www.persona_miks.ru «Выше класс среднего менеджера.»
6. www.thewell.ru Лесли Уитт «Карьера в области продаж».

Психологические особенности конфликтных взаимодействий в организациях

*Хачатурова Милана Радионовна*¹²

студентка

Государственный университет – Высшая школа экономики, Москва, Россия

E-mail: milanahse@mail.ru

Проблема конфликтных взаимодействий в организациях продолжает оставаться одной из самых актуальных проблем современной организационной психологии. Ведь в основе любой организации лежит трудовой коллектив – люди. А взаимодействие людей невозможно без конфликтов. Кроме того, постоянное усложнение современного мира, а, следовательно, и процессов взаимодействия людей в нем делают проблему возникновения конфликтов в организациях особенно актуальной. Разнообразные конфликтные ситуации наносят существенный ущерб экономической деятельности,

¹² Автор выражает признательность профессору, доктору психологических наук Болотовой А.К. за помощь в подготовке тезисов.

приводят к большим потерям ресурсов организаций. Следовательно, необходимо снижать уровень конфликтного противостояния, используя классические и современные достижения в области управления и профилактики конфликтов.

Анализ работ отечественных и зарубежных авторов в области психологии конфликтов позволяет говорить о том, что на возникновение конфликтов оказывают влияние личностные особенности. В частности это касается таких личностных особенностей как *эмпатия* и *локус контроля*.

В работе с уже возникшими конфликтами большую роль играет изучение *копинг-стратегий поведения в конфликтных ситуациях* - основной линии поведения конфликтующих сторон на заключительном этапе конфликта.

Таким образом, *проблемой* данного *исследования* является влияние личностных особенностей человека на конфликтные взаимодействия в организациях и выбор копинг-стратегий поведения.

В качестве *объекта* нашего *исследования* выступили 70 человек (25 мужчин и 45 женщин в возрасте от 20 до 53 лет) - сотрудники организаций разной профессиональной направленности.

В работе нами были выдвинуты следующие *гипотезы*:

1. Существует взаимосвязь между уровнем конфликтности человека и его личностными особенностями, например, эмпатией и локусом контроля: высокий уровень эмпатии и интернальный локус контроля снижают вероятность возникновения конфликтов.

2. Существует взаимосвязь между такими личностными особенностями человека, как эмпатия и локус контроля, и избираемой копинг-стратегией поведения в конфликте: высокая способность к эмпатии и интернальный локус контроля чаще предполагает выбор эмоциональных копинг-стратегий.

Для проверки сформулированных гипотез и решения поставленных задач нами были использованы следующие *методы*: методика «Определение локуса контроля поведения», опросник эмпатических тенденций А.Меграбяна и Н.Эпштейна, методика «Самооценка конфликтности» и методика «Определение копинг-стратегий поведения» Э.Хайма.

Результаты, полученные в ходе проведенного исследования, позволяют сделать следующие *выводы*:

Конфликтность человека, а, следовательно, и возникновение организационных конфликтов, связаны с такой личностной особенностью как эмпатия (полученный уровень значимости - 0,04 ($p < 0,05$)). Результаты исследования показывают, что у личности с высоким уровнем эмпатии ниже уровень конфликтности, чем у личности с низким уровнем эмпатии. Это можно объяснить тем, что хорошо развитая способность к эмпатии способствует тому, что сотрудники организаций ведут себя более адекватно ситуации делового взаимодействия, в большей степени отвечают ожиданиям партнеров по общению, что снижает вероятность возникновения конфликтов.

В работе было выявлено, что вторая выделенная нами личностная особенность, оказывающая влияние на возникновение организационных конфликтов – локус контроля, никак не связана с уровнем конфликтности личности (полученный уровень значимости - 0,93 ($p > 0,05$)).

В исследовании удалось обнаружить, что эмпатия и конфликтность сотрудников имеют гендерную специфику. Женщины более склонны к эмпатии и менее конфликтны, чем мужчины. Это можно объяснить тем, что женщины обычно лучше интерпретируют эмоции окружающих, они лучше выражают и свои эмоции. Однако необходимо отметить, что способность к эмпатии не является изначально заданной гендерной характеристикой, это скорее отклик на социальное ожидание мужчин и женщин. При

этом полученные в работе результаты показывают, что локус контроля от пола не зависит.

Нами было найдено, что на выбор сотрудниками копинг-стратегий поведения в конфликтной ситуации такие личностные особенности как уровень эмпатии и тип локуса контроля влияния не оказывают (полученные уровни значимости $> 0,05$). Однако на уровне тенденции можно говорить о том, что сотрудники с высоким уровнем эмпатии чаще выбирают эмоциональные копинг-стратегии поведения в конфликтной ситуации.

Кроме того, результаты исследования позволяют утверждать, что существуют гендерные особенности выбора той или иной копинг-стратегии поведения в конфликтной ситуации: женщины чаще, чем мужчины предпочитают выбор эмоциональных копинг-стратегий.

В заключение необходимо отметить, что апробированный в работе комплекс методик на выявление личностных особенностей возникновения конфликтов в организациях может помочь в предотвращении возникновения конфликтов, а также при практической работе с уже возникшими конфликтами.

Литература

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология - М.: ЮНИТИ, 1999. - 551 с.
2. Гиппенрейтер Ю.Б., Карягина Т.Д., Козлова Е.Н. Феномен конгруэнтной эмпатии. // Вопросы психологии. - 1993. - №4. - С. 61-68.
3. Гришина Н.В. Психология конфликта - СПб.: Питер, 2004. – 464 с.
4. Громова О.Н. Конфликтология - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», - 2001. - 320 с.
5. Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий. - СПб.: Питер, 2004. - 701 с.
6. Пригожин А.И. Методы развития организаций. - М.: МЦФЭР, 2003. - 964 с.

Организационная культура и мотивация персонала

*Хованский Владимир Николаевич*¹³

студент

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород

E-mail: vovahova@mail.ru

Современная экономическая ситуация в России и в мире характеризуется все более растущей конкуренцией. В целом компании предлагают схожие продукты и услуги одной и той же аудитории, имея при этом примерно равные материальные ресурсы. В этой конкурентной борьбе за потребителя и качество все большую роль начинает играть человеческий ресурс – как мощное конкурентное преимущество. Для того, чтобы персонал организации действительно стал фактором, обеспечивающим победу в конкурентной борьбе, необходимо целенаправленно развивать потенциал сотрудников.

Задача развития персонала решается более успешно, если мотивация сотрудников соответствует характеристикам организационной культуры (ОК), обеспечивающей сильные позиции компании в конкурентной среде бизнеса. Такое соответствие может достигаться в процедурах отбора персонала при целенаправленном учете мотивации

¹³ Автор выражает признательность профессору, доктору психологических наук Захаровой Л.Н. за помощь в подготовке тезисов.

кандидатов, а также при использовании самой ОК как косвенного метода управления мотивацией. Таким образом, ОК, представляющая собой уклад жизнедеятельности организации, выступает инструментом мотивации, побуждая персонал действовать тем или иным образом. Но, рассматривая ОК как инструмент мотивации, менеджеру и организационному психологу необходимо отчетливо представлять мотивирующие влияния разных типов культур, поскольку желание иметь хорошее материальное вознаграждение за труд может существенно замаскировать мотивационное соответствие сотрудников требованиям организации и в конечном итоге неблагоприятным образом повлиять на ее эффективность.

Целью проведенного исследования являлось выявление организационно-культурных предпочтений сотрудников с разной мотивацией, и находящихся, по их мнению, в условиях различных типов организационных культур. Испытуемые: сотрудники нижегородских банков. Методы: экспертная оценка, наблюдение, беседа, методика диагностики организационной культуры Р.Камерона и К.Куина и методика диагностики мотивации «Парные сравнения» И.Д.Ладанова и В.В.Скворцова. Основные результаты представлены в таблице.

Результаты. Вполне ожидаемым являлось желание испытуемых уменьшить присутствие в ОК бюрократического компонента ОК, увеличение адхократического компонента и даже тенденция в желаниях сократить клановый компонент. Но желание сократить присутствие рыночного компонента указывает на действие неблагоприятных факторов в процессах управления. Это – либо следствие недостатков отбора персонала и неадекватной мотивации, либо неумения менеджмента выстраивать привлекательную для персонала систему управления в рыночной парадигме.

Обращение к характеристикам мотивации позволяет увидеть, что испытуемые связывают развитие адхократической ОК с возможностью признания и самовыражения. Именно этого, по-видимому, не хватает сотрудникам в существующих ОК. С рыночным типом ОК испытуемые связывают хорошее материальное вознаграждение, позитивное изменение статуса. Поскольку значительная часть испытуемых несмотря на такие, казалось бы, важные вещи, делает выбор не в пользу рыночной ОК, возможно, материальное вознаграждение за труд банковского служащего позволяет ему ориентироваться на другие важные характеристики труда, присутствующие в адхократической ОК.

Мотивация и организационно-культурные предпочтения персонала

О К	Кол-во испытуемых (в %)			Доминирующая мотивация (в % к общему количеству)									
				Материаль ные		Безопаснос ть		Общение		Признание		Самовыраж ение	
	А	П	У	А	П	А	П	А	П	А	П	А	П
К	57	43	-	50	16	12	0	37	66	37	33	37	33
А	7	29	**	100	25	0	25	0	0	0	75	100	100
Р	42	21	*	33	66	33	33	16	0	83	100	16	33
Б	35	14	*	20	50	60	100	20	0	80	50	60	0

В таблице: К – преобладание кланового компонента в ОК; А – преобладание адхократического компонента в ОК; Р– преобладание рыночного компонента в ОК; Б– преобладание бюрократического компонента в ОК. А - тип актуального, П – тип предпочтительного состояния ОК по мнению испытуемого. У - достоверность различий по критерию Уайта * - $p \leq 0.05$; ** - $p \leq 0.01$.

Заслуживают внимания и дальнейшего изучения результаты, связанные с мотивацией безопасности. Сотрудники с такой мотивационной доминантой стремятся работать в бюрократическом типе ОК. С точки зрения организационной эффективности,

бюрократический компонент поддерживает порядок, следование закону, что исключительно важно для банковской деятельности, но не стоит ли за мотивацией в безопасности неуверенность в собственной компетентности, желание уйти от личной ответственности? Если это так, то открывается особое поле работы с персоналом – поиск и обучение ответственных и компетентных исполнителей.

Выводы. 1. Рыночная и адхократическая ОК способствуют удовлетворению у сотрудников потребностей в признании и самореализации более, чем клановая и бюрократическая ОК. Рыночный тип ОК имеет проблемы в формировании и нуждается в специальных усилиях со стороны менеджмента, не находящего до сих пор эффективной системы мотивирования персонала для работы в культуре данного типа. 2. Диагностика мотивации может служить важным элементом ориентировочной основы деятельности менеджеров и организационных психологов: А) При подборе сотрудников в организацию, выявляя с помощью данной диагностики, потенциальные возможности интеграции кандидата в ОК; Б) При мониторинге эффективности программ по развитию эффективной ОК в компании; В) При внедрении изменений в О.К. – для оценки мотивационного потенциала всего коллектива и выявления сотрудников, чьи потребности совпадают с той ОК, которую планируют формировать. Вовлечение выявленных сотрудников в процесс формирования новой ОК приведет к тому, что они «понесут идеи в массы» и привлекут других сторонников изменений.

Литература

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. С-Пб.: Питер, 2001
2. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие для вузов.— 5-е изд. — М.: Трикста, 2005
3. Абрахам Маслоу. Мотивация и личность. С-Пб.: Евразия, 1999
4. Немов Р.С. Психология. - М.: Изд-во «ИНФРА-М», 1994

Особенности смысложизненных и карьерных ориентаций представителей различных профессий

Хуснутдинова Светлана Булатовна

молодой ученый

Восточная экономика – юридическая гуманитарная академия, Уфа, Россия

E – mail: Svetlana_Kh@mail.ru

Выборнов Роман Романович

молодой ученый

Восточная экономика – юридическая гуманитарная академия, Уфа, Россия

E – mail: romanovych@rambler.ru

Значимым фактором профессионального становления каждого человека является его профессиональная Я – концепция, которую каждая личность воплощает в серию карьерных решений. Система ценностных ориентаций, интересов и социальных установок по отношению к работе и карьере, составляют суть карьерных ориентаций личности. Профессиональные предпочтения и тип предполагаемой карьеры - это попытка ответить на вопрос «Кто я?», найти смысл своей жизни и профессионального самоопределения. По данным социологических опросов более половины работающих россиян хотели бы сделать карьеру, а каждый десятый респондент видит смысл своей жизни в самореализации и самосовершенствовании в профессии. Карьерные ориентации возникают в процессе социализации на основе и в результате научения в начале

карьерного пути личности, оставаясь устойчивыми и стабильными в течение длительного времени.

Данное изыскание посвящено исследованию особенностей карьерных и смысложизненных ориентаций молодых профессионалов разных специальностей. В опросе приняли участие 183 работающих студентов Уфы в возрасте от 18 до 35 лет. Все испытуемые были сгруппированы по признаку «вид профессии» на шесть групп - медицинские работники (медсестры и фельдшера), менеджеры, педагоги (учителя, воспитатели, инструкторы), бухгалтера, инженеры-техники, продавцы, секретари (офис - менеджеры). Тестирование респондентов осуществлялось по опросникам: «Якоря карьеры» Шейна и «Смысложизненных ориентаций» Д.А. Леонтьева (СЖО). Статистическая обработка данных производилась с помощью корреляционного анализа Спирмена и дисперсионного анализа.

Обсуждение результатов. Нами не обнаружено половозрастных различий по уровню смысложизненных ориентаций. Возрастные особенности карьерных ориентаций прослеживаются на основе анализа корреляционных связей – отрицательные корреляции возраста с показателя шкал «менеджмент» ($r=-0,39$, $p<0,0001$), «автономия» ($r=-0,29$, $p=0,039$), «вызов» ($r=-0,31$, $p=0,0002$) и «предпринимательство» ($r=-0,39$, $p=0,006$). В зрелом возрасте личность в меньшей степени ориентируется на управленческую работу и независимость, в меньшей степени ценит риск и конкуренцию. При анализе корреляционных связей стажа с карьерными ориентациями обнаруживаются закономерности аналогичные описанным выше.

Результаты корреляционного анализа взаимосвязей смысложизненных и карьерных ориентаций показали, что из восьми шкал теста карьерных ориентаций одна из них «служение», достоверно коррелирует со всеми шкалами теста смысложизненных ориентаций. Данная закономерность свидетельствует о том, что респонденты, ориентированные в своей трудовой деятельности на помощь и служение людям находят свою жизнь более осмысленной, в большей степени удовлетворены результатами своей деятельности, ставят более четкие цели и считают себя людьми достаточно сильными, способными контролировать свою жизнь. Показано также наличие высокодостоверных умеренных корреляций между показателями по шкале «цели» и карьерной ориентацией «компетентность» ($r=0,38$). Чем более личность ценит свою компетентность и востребованность в выбранной им профессии, тем имеет более четкие жизненные цели и более ясную жизненную перспективу.

При сопоставлении смысложизненных ориентаций представителей различных профессий методом дисперсионного анализа было обнаружено ($p=0,004$), что педагоги выше других профессионалов оценивают пройденный отрезок жизни, считая его продуктивным и осмысленным, а также воспринимают сам процесс своей жизни как интересный, эмоционально насыщенный и наполненный смыслом. Кроме того, педагоги, как обнаружилось, имеют и наиболее высокие уровни по карьерной ориентации «компетентность» ($p=0,009$). Данная карьерная ориентация по смысловому содержанию в наибольшей степени соответствует понятию «самореализация», то есть лица, ориентированные на компетентность в своей профессии, исключительно ценят возможность реализовать свои способности и таланты. Можно сделать вывод, что педагоги больше остальных стремятся к самореализации, к раскрытию своего творческого потенциала.

Бухгалтера, техники и менеджеры продемонстрировали, в целом, более низкие по сравнению с другими профессионалами показатели смысложизненных ориентаций.

Торговые работники (продавцы) в наибольшей степени, а бухгалтера в наименьшей - ориентированы на менеджмент ($p=0,022$) и предпринимательство ($p=0,007$). По всей видимости, именно работники торговой сферы желают создавать что-то новое, готовы к риску, ориентированы на управленческую работу, требующую общения,

уравновешенности и ответственности. Секретари и офис - менеджеры продемонстрировали высокую ориентацию на «интеграцию стилей». Данная карьерная ориентация означает стремление к гармонизации всех сфер жизнедеятельности: личную, общественную жизнь и работу.

Обобщая результаты исследования, можно сделать вывод том, что у обследованных нами респондентов в целом диагностируются высокие показатели осмысленности жизни, особенно у лиц, ориентированных на служение обществу. Педагогические работники ориентированы, преимущественно, на самореализацию, торговые работники - на предпринимательство и менеджмент, секретари стремятся сбалансировать работу и личную жизнь. У бухгалтеров и технических работников более низкие показатели по осмысленности жизни и недостаточно четкие карьерные ориентации. Можно предположить наличие двусторонней зависимости карьерных ориентаций и профессионального выбора. Без сомнения, карьерные ориентации молодого человека пусть даже недифференцированные и недостаточно осознанные влияют на выбор профессии. С другой стороны специфика профессиональной деятельности оказывает формирующее и корректирующее влияние на смысложизненные и карьерные ориентации. Так, работа, связанная регулярным общением с другими людьми предрасполагает к осмыслению своей жизни, стремлению к самореализации.

Литература

1. Глуханюк Н.С., Дьяченко Е.В. *Я в профессии и профессиональное Я: Результаты исследований*. Екатеринбург: Изд – во Рос. гос. проф. – пед. ун – та, 2005. 173 с.
2. Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО). – М.: «СМЫСЛ», 1992. 16 с.
3. Митина Л.М. Личностное и профессиональное развитие человека в новых социально – экономических условиях // *Вопр. психологии*. 1997. №4. С. 28 – 38.
4. Управление персоналом: Журнал. №10(164), 2007. с 22.
5. Чикер В.А. Психологическая диагностика организаций и персонала. – СПб.: Речь, 2006. 176 с.
6. Чудновский В.Э. Проблемы становления смысложизненных ориентаций личности // *Психологический журнал*. 2004. №6. С. 5 – 12.
7. Шаталова Н.И. Трудовой потенциал работника. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. С 7.

Ценности как неотъемлемая часть нашей действительности

Хухорева Анна Владимировна

аспирантка

Государственный университет - Высшая школа экономики, Москва, Россия

E-mail: Night_is_mine@mail.ru

С момента рождения и до самой смерти человек находится в социальной среде общества. В этой среде хранится гигантский общечеловеческий опыт. Порой, совершая тот или иной поступок, мы не отдаем себе отчета в том, что заставляет нас действовать так, а не иначе. Люди веками стремились понять, что же побуждает людей действовать определенным образом, выбирать один путь из всех возможных? Еще М. Вебер отмечал, что любое социальное действие может определяться одним из четырех мотивов. Помимо эмоциональных и традиционных действий, он выделял целерациональные и ценностно-рациональные действия, понимая под ними веру в безусловную самодовлеющую ценность определенного поведения как такового, независимо от того, к чему это поведение приведет [Вебер, 1990].

Ценности как некая философская категория изучались давно. Еще античные мыслители вводили категорию Блага как «ради себя предпочтительного» или, говоря современным языком, социально значимых духовных начал человеческой жизнедеятельности.

Ценностная проблематика никогда не была в зоне особого внимания психологии. Ценности традиционно рассматривались как компоненты социальной среды и подлежали усвоению в ходе социализации. В качестве составляющих культуры, они подвергались исследованиям в рамках таких дисциплин, как культурная антропология, социология и даже экономика. Что касается процессов усвоения – то это поле педагогики. Но, отдав проблематику генезиса ценностей другим дисциплинам, социально-психологическая наука проигнорировала и аспекты функционирования ценностей в качестве регуляторов человеческих действий и поступков. При описании факторов, оказывающих влияние на поведение человека в общественной среде, гораздо чаще использовались такие конструкты, как групповая динамика, групповые нормы, социальные представления и личностные установки.

В отечественной социальной психологии явным исключением из этого правила выглядит, пожалуй, лишь концепция ценностно-ориентационного единства, в свое время предложенная А.В.Петровским. Но исследования ценностной проблематики в рамках стратометрической концепции явились, хотя и заметным, но все же ограниченным во времени явлением.

Внешне ситуация не изменилась и в настоящее время. Если понятие ценности где-то всплывает, то лишь в периферической части поля зрения психологов. Но всплывает оно все чаще и чаще.

И это не случайно. В современном мире, неотъемлемой составляющей которого является тенденция к глобализации; размывание и трансформация географических границ между государствами происходит наравне с развитием экономических связей между ними. Как следствие, растет число совместных предприятий. Все это влечет за собой столкновение и взаимопроникновение культур, как национальных и региональных, так и корпоративных. А значит, происходит столкновение ценностей, как основных компонентов культуры. Все это вызывает региональные, межконфессиональные и межнациональные конфликты как, например, драки парламентариев, побоища московских и питерских болельщиков, неудачи при корпоративных слияниях и поглощениях и т.п.

Человек может декларировать одни ценности (именно это происходит у респондентов социологических опросов), исповедоваться в других (ситуация клиента психологического консультирования), а действовать, ориентируясь на третьи. Речь здесь идет не о лицемерии. И не о том, чтобы вскрывать затаенное с помощью психоанализа. У социально адаптированного человека различные ипостаси системы ценностных ориентаций не тождественны, но редко входят в конфликтные отношения. Они каким-то образом корреспондируют между собой, порой весьма причудливым, но, как правило, непротиворечивым образом. Но распутывание узоров и извилов отдельно взятой души – прерогатива такой дисциплины как психология личности. Для психологии важно ухватить ценности в момент их функционирования в качестве оснований для принятия решений, решений, принимаемых в групповом (организационном) контексте.

Если спрашивать респондента о ценностях напрямую – человек искренне займется декларированием или даже пропагандой. И если социолога могут и должны интересовать причины, по которым одни социальные страты декларируют одно, а другие – другое, то для социального психолога такой подход мало интересен. Другими словами, когда мы спрашиваем человека о том, что он ценит, то далеко не всегда актуализируется та ипостась его системы ценностных ориентаций, которая служит основанием для принятия решений. Респондент решает совсем другую задачу – задачу

построения связных и согласованных речевых высказываний. Кроме того, зафиксированная интервьюером картинка есть актуализация ценностной системы в контексте беседы респондента с интервьюером, а не актуализации в групповом контексте.

В рамках психологии личности, разработан ряд методик, направленных на диагностику индивидуальных ценностей (например, тест Рокича). Однако существенное ограничение этих методик заключается в том, что при прямом изучении ценностей, мы имеем возможность зафиксировать лишь декларируемые ценности.

Еще П.А. Флоренский, рассматривая пару: вещь (инструмент) — идея, писал, что переходы одного в другое возможны лишь опосредованно, через сакральный символ, который есть одновременно и вещь и идея, например, крест, икона и т.п. [Зинченко, 2000]. То есть, в символе содержится некоторое действие, часто в скрытой, неявной форме. В этой логике, если мы начнем изучать символы, стоящие между идеей и вещью, то мы сможем проникнуть глубоко в суть этих самых идей.

Таким образом, целью данной работы явилось создание новой методики для диагностики глубоко скрытых ценностных ориентаций, формирующихся под влиянием культуры, опосредствованно, то есть через символы. Помимо этого в рамках данной работы была сформулирована и проверена гипотеза о том, что со временем ценности развиваются и изменяются, становясь из декларируемых реально разделяемыми и согласованными.

Предполагается, что данная методика может применяться как для решения практических задач организационного консультирования, так и в качестве инструментария научного исследования.

Литература

1. Вебер М. Основные социологические понятия. // Избр. произв. М., 1990.
2. Зинченко В.П. Рассудок и разум в контексте развивающего образования. Журнал - Человек, 2000, № 4.

О критериях и динамике профессионального становления офицеров в пограничных образовательных учреждениях

Шевцов Владимир Сергеевич

адъюнкт

Голицынский пограничный институт, Голицыно, Россия

E-mail: shevtsov83@mail.ru

Введение. В работе рассмотрены отдельные аспекты профессиональной деятельности офицеров образовательных учреждений пограничного профиля, а также описаны основные эмпирические результаты, полученные в ходе комплексного исследования профессионального становления офицеров в должности преподавателя кафедры и заместителя начальника курса факультета. Определены критерии и временные показатели профессионального становления, выделены доминирующие трудности этого процесса. Исследовано соотношение сложности достижения и профессиональной значимости групп критериев профессионального становления [2].

Теоретические основы исследования. Исследовательская тактика строилась на представлении о процессе профессионального становления (далее по тексту ПСТ) офицера в должности, как динамичного многоуровневого процесса углубления, дополнения необходимых профессиональных знаний, развития навыков, умений, соответствующих эталонным профессиональным требованиям. С точки зрения автора,

данный процесс регулируется на основе влияния субъективных (внутренних) и объективных (социальных факторов), а его целью является достижение высокой степени профессиональной эффективности, позволяющее получить военному специалисту общественное признание и удовлетворение от качества выполнения служебных обязанностей.

Методология основания исследования. В рамках данного исследования предпринята попытка решить ряд взаимосвязанных задач, которые определяют суть проблемы оптимизации ПСТ. В их числе следует назвать: 1) обоснование критериев ПСТ, 2) определение продолжительности периода ПСТ, 3) изучение его динамики, 4) определение совокупности трудностей ПСТ офицеров в должности преподавателя кафедры (ПК) и заместителя начальника курса факультета (ЗНК). В исследовании приняло участие 148 офицеров пограничных образовательных учреждений.

Исследование проводилось с января 2006 по октябрь 2007 года и включало три замера параметров ПСТ с помощью следующих методов исследования: модульный социотест Анцупова А.Я. [1], анкетирование, беседа, экспертный опрос, анализ результатов деятельности и другие.

Результаты исследования

Решение первой задачи осуществлялось путем анализа структуры должностных обязанностей офицеров, служебных инструкций, отчетов о результатах деятельности, а также результатов экспертного опроса. Первоначально из 64 критериев были сформированы две группы критериев успешности ПСТ: для ПК - 15 и для ЗНК - 17. Вместе с тем, такая множественность критериев излишне детализировала описание исследуемого процесса, поэтому была проведена первичная факторизация групп критериев, которая позволила ограничиться использованием 10 критериев для ПК и ЗНК. При этом, следует отметить, что группировка критериев была дифференцирована по двум основаниям: а) значимость достижения и б) сложность достижения того или иного критерия ПСТ.

Обоснование критериев позволило перейти к решению второй задачи, а именно, определению продолжительности этапа ПСТ по исследуемым специальностям. Для решения этой задачи, обследовались начинающие профессиональную деятельность ПК и ЗНК факультета, анализировалась их успешность по критериям указанным выше. Кроме того, был проанализирован положительный опыт профессиональной деятельности экспертов Голицынского и Калининградского пограничных институтов.

Полученные результаты позволяют утверждать, что оптимальным и достаточным сроком профессионального становления является: для ЗНК – 1 год и 4 месяца и для ПК – 2 года и 3 месяца.

Следует отметить, что включение в новую профессиональную сферу сопровождается повышением профессионального уровня офицера. Данная тенденция была подтверждена в рамках данного исследования. Так, сравнение результатов трех замеров процесса ПСТ позволили определить динамику ПСТ и тем самым решить третью задачу исследования.

Полученные эмпирические данные позволяют сделать промежуточный вывод о том, что в ходе ПСТ уровень соответствия критериям имеет тенденцию к повышению. Наиболее отчетливо положительная динамика прослеживается в процессе ПСТ заместителей начальников курсов и менее отчетливо у преподавателей кафедр. Следовательно, можно утверждать, что становление в должности ПК – более длительный и многоаспектный процесс.

В рамках данной работы выявлено, что значительная часть ПК и ЗНК, в период ПСТ в должности, испытывает различного рода трудности, которые по ряду признаков (степени влияния на личность офицера) могут быть условно объединены в три группы:

1) социально-психологического характера – трудности, возникающие в процессе социального (межличностного, межгруппового) взаимодействия;

2) индивидуально-психологические – трудности, вызванные уровнем развития профессиональных умений и навыков самоорганизации профессиональной деятельности;

3) организационно-управленческие – трудности, возникающие при недостаточно качественной организации трудового процесса.

Установлено, что в процессе профессионального становления наиболее сложно преодолеваемыми для преподавателей кафедр являются индивидуально-психологические, а для заместителей начальников курсов организационно-управленческие трудности.

Таким образом, поставленные автором задачи, определяющие суть проблемы оптимизации профессионального становления решены.

Литература

1. Анцупов А.Я. Социально-психологическая оценка персонала / А.Я. Анцупов, В.В. Ковалёв. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2006. – 303 с.
2. Шевцов В.С. Материалы 10-х социально-педагогических чтений факультета социальной работы, педагогики и ювенологии / Под ред. Л.В. Мардахаева. Основные направления научных исследований профессионального становления специалиста в отечественной психологии. - С. 240 – 242.

Анализ стиля взаимодействия руководителя с персоналом организации

Шевцова Ольга Владимировна

студентка

Государственный университет – Высшая школа экономики, Москва Россия

E-mail: ol-she@yandex.ru

Проблема руководства, стиля организации управления является актуальной в связи с развитием рыночных отношений в Российском бизнесе. Основной целью любой организации становится повышение уровня производства и реализации продукта или услуги, которые основаны на продуктивной работе сотрудников этой организации. Достижение оптимального результата возможно в случае, когда деятельность работников организована и направлена в конструктивное русло, эффективность которых зависит как от самих сотрудников, так и в большой степени от руководителя организации. Руководитель предстает перед персоналом как формально наделенное правами и обязанностями лицо, и с неформальной точки зрения как человек с набором специфических личностных характеристик, способный наиболее рационально и эффективно управлять. Таким образом, представляется необходимым системно рассмотреть возможные проблемы, возникающие при взаимодействии руководителя с персоналом с целью дальнейшего прогнозирования и регулирования результатов управленческого процесса, консультирования руководящего состава.

Цель исследования – на основе изучения научной психологической литературы провести теоретический анализ проблемы стиля взаимодействия руководителя с персоналом в организациях.

В ходе работы были поставлены несколько задач:

1. рассмотреть особенности личностных качеств руководителя как основы для формирования эффективных взаимоотношений в коллективе;
2. разобрать проблему выбора оптимального стиля руководства;
3. рассмотреть положительные и отрицательные аспекты использования руководителем власти и влияния;

4. выявить условия необходимости использования руководителем лидерских качеств;
5. проследить особенности взаимодействия руководителя с персоналом в различных организационных структурах и при выполнении руководителем управленческих функций;
6. проанализировать проблему руководителя в качестве создателя социальной системы и корпоративной культуры организации;
7. проследить роль руководителя в мотивации персонала.

При написании данной работы была использована литература из области организационной психологии, психологии влияния, лидерства, социальной психологии, работы по теории менеджмента и управления, а также из других, смежных с психологией областей.

Выводы

Были выявлены определенные личностные качества, которые присущи эффективному руководителю. К ним можно отнести доступность и открытость руководителя, внимание к особенностям и потенциалу сотрудников, интерес к инновациям, способность учесть чужое мнение и принять взвешенное решение. Профессиональные качества руководителя можно разделить на несколько групп: организаторские способности, компетентность, педагогические, коммуникативные и нравственные качества.

Были охарактеризованы основные стили руководства, их положительные и отрицательные стороны, а также специфика их проявления в различных организационных структурах. Гибкость политики руководителя заключается в том, чтобы быть восприимчивым к меняющимся условиям, требованиям ситуации и способным изменить или подкорректировать свой метод руководства в соответствии с актуальными обстоятельствами.

Анализ литературы позволяет сделать вывод, что для персонала предпочтительным является использование руководителем референтной и лидерской власти. Данный вид руководства можно считать оптимальным, так как при этом достигается обоюдное согласие, люди не испытывают чувство дискомфорта от принуждения или обиды за наказание. Руководителю стоит быть осторожным в применении власти, поскольку ее обратной стороной является неудовлетворенность сотрудников собственным трудом, плохая производительность, текучесть кадров.

Были выявлены типичные ошибки выполнения руководителем своих управленческих функций, связанные с неправильным пониманием руководителем своей роли или злоупотреблением полномочиями.

Создание руководителем специфической социальной системы, корпоративной культуры играет значительную роль в процессе идентификации сотрудников с целями, идеями компании, в формировании приверженности общим целям, идеям, а также гордости и высокой ответственности членов трудовой команды. Руководитель как главный носитель ценностей организации может выступать как образец для подражания.

Руководителю, особенно среднего звена, которому приходится иметь дело непосредственно с людьми как личностями, имеющими специфические ценности и потребности, необходимо найти индивидуальный подход к каждому. Было показано, что руководитель обладает возможностями повысить эффективность производства, удовлетворенность сотрудников своей работой, создать положительную атмосферу в коллективе, в частности с помощью использования власти руководителя, методов морального и материального стимулирования и поощрения.

Литература

1. Аксенова Е.Л., Базаров Т.Ю. Управление персоналом. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 560 с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.: ил.
3. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. – М.: Дело, 1994. – 320 с.
4. Герберт Д., Л. фон Розенштиль. Организационная психология. Человек и организация. / Пер. с нем. - Х: Изд-во Гуманитарный центр / Шипилова– 2006. – 621 с.
5. Журавлев, А. Л. Психология совместной деятельности. – М.: Ин-т психологии РАН, 2005. - 639 с.
6. Кабаченко, Т. С. Психология в управлении человеческими ресурсами. – СПб. Питер, 2003. - 399 с.
7. Машков В.Н. Практика психологического обеспечения руководства, управления, менеджмента. – СПб: Речь, 2005. – 304 с.
8. Мескон М.Х., Альберт И., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М. : Дело, 2004. – 720 с.
9. Розанова, В. А. Психология управления. – М.: Журн. "Управление персоналом", 2003. - 415 с.
10. Райгородский Д.Я. Психология руководства. – Самара: Изд. дом «Бахрах-М, 2005. – 768 с.
11. Сысоев В.В., Сысоев И.В. Теоретические основы психологии управления. – М.: Изд-во СГУ, 2006. – 394 с.
12. Финкельштейн С. Ошибки топ-менеджеров ведущих компаний: Анализ и практические выводы. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 394 с.
13. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство – СПб: Питер, 2002. – 336 с.: ил.
14. Шеклтон, В. Психология лидерства в бизнесе. – СПб.: Питер, 2003. - 221 с.

Проблемы реализации женщин в условиях социальной нестабильности

Шиловская Валерия Игоревна

аспирантка

Костромской государственный университет им. Н. А. Некрасова, Кострома, Россия

E-mail: shwi@yandex.ru

Процесс развития женской карьеры в России весьма отличается от европейского. С одной стороны, возможностей очень много, но как правило, по достижении определенного уровня успеха в карьере женщинам приходится работать и доказывать окружающим свою состоятельность в два раза активнее, чем мужчинам. С другой стороны, во многом это провоцируют сами женщины - многие из них действительно не планируют свою карьеру, а также время рождения детей. И эти пробелы необходимо каким-то образом восполнять. В Европе, например, пользуются огромной популярностью семинары и тренинги, которые проходят в рамках карьерных форумов. Стремительные темпы современной жизни оставляют мало времени на "раскачивание": если женщины хотят выстроить карьеру, они должны подходить к этому процессу осознанно и системно. И у российских женщин есть шансы продвинуться в этом направлении.

Как одну из наиболее важных и серьезных можно выделить проблему адаптации и социальной самореализации у женщин и девушек в условиях социально-экономической нестабильности. В. Зливкова и С. Яковенко (1999), обнаружили устойчивые образцы поведения молодых женщин и девушек в ситуации с высоким уровнем

неопределенности. Для них были характерны: - нереалистичность притязаний, в соответствии с которыми приемлемой считалась работа хорошо оплачиваемая, легкая, престижная, "быть на виду", с коротким рабочим днем; - ожидание удачи; - боязнь получить отказ, делающая трудными любые обращения к другим людям и усиливающая комплекс "обреченной на неудачу" при каждом отказе; - смирение с доминированием мужчин во всех областях деятельности. Обоснование этих и других причин позволяет понять, что заставляет волевых, способных и энергичных девушек, «маскировать» свой ум и талант и казаться существами наивными, недалекими и чрезвычайно инфантильными. Это следствие распространенных в России полоролевых традиционных стереотипов.

В то же время, просматриваются позитивные тенденции выхода женщин на арену бизнеса. Выявлено, что 73% женщин, поступающих в бизнес-школу, моложе 28 лет. Среди мужчин существует обратная тенденция: 58% мужчин, поступающих в бизнес-школу, старше 28 лет. Таким образом, можно говорить о том, что женщины имеют хорошую возможность начинать карьеру в более раннем возрасте, но как правило им для этого требуется больше времени, чем мужчинам.

Сегодня всё большее число серьёзных исследований (Чирикова А.Е., 2000), проведённых в различных отраслях, свидетельствуют: результаты, достигнутые женщинами - руководителями, оцениваются выше, чем результаты мужчин-руководителей, причём как коллегами одного с ними ранга, так и подчинёнными, и высшим руководством.

Также можно выделить следующие особенности трудоустройства женщин на российском рынке:

- на линейных позициях в большинстве отраслей присутствует больше женщин, чем мужчин;
- на средних позициях соотношение полов примерно одинаковое;
- руководящие позиции С-уровня (CEO, CFO и прочие Chiefs) в преобладающем большинстве занимают мужчины.

В настоящее время мужчины лидируют в бизнесе. Это связано с целым рядом исторических и социально-психологических факторов, таких, например, как система взглядов, согласно которым женщина не должна и не может занимать лидирующих постов, ее карьера ограничена как-будто «стеклянным потолком» (glass ceiling). Но с каждым годом предрассудки и несправедливые по отношению к женщинам социальные представления, взгляды и установки, традиции все больше отступают на второй план. А лидерство в коллективах достигается силой характера и воли, интеллектуальными способностями, опытом, профессионализмом и готовностью к разумному риску людьми обоих полов.

Каждая пятая россиянка (22,58%) готова попробовать себя в роли владельца собственного бизнеса. Мужчины менее активны: лишь 18,4% готовы взять судьбу в свои руки. По уровню предпринимательской активности женщин наша страна уступает только Филиппинам, где предпринимательство привлекает почти половину (41,02%) местных жительниц.

По нашим данным, женщины уходят в бизнес по двум причинам: кто-то по необходимости, не видя других вариантов профессиональной самореализации, а кто-то не видит другой возможности для повышения уровня семейного благосостояния, кроме как развития собственного бизнеса. По словам исследователей (Здравомыслова О.М., Арутюнян М.Ю.) российские женщины всех возрастных групп обладают высоким уровнем образования и квалификации, а также хорошими социальными связями и коммуникативной компетентностью. Кроме того, в России много женщин в возрасте около 40 лет или немного старше с хорошим образованием, например, высшим техническим, которые не видят для себя перспектив на рынке труда. Им не остается

ничего, кроме как «попытать счастья» в собственном бизнесе. И, наконец, в России в отличие от многих развитых стран Западной Европы государство не сумело создать надежной системы социальной защиты женщин. Так что не нашедшие подходящей наемной работы женщины могут рассчитывать только на себя.

Здесь успешны далеко не все. Лишь 13,36% опрошенных нами женщин называют себя владельцами стабильного бизнеса. Как говорят участники рынка, в настоящее время он перенасыщен идеями и людьми, и найти на нем новую незанятую еще нишу очень непросто. Однако в среднем и малом бизнесе, в отличие от крупного, женщины и мужчины оказываются в равных условиях. Выигрывают те, кто обладает «бойцовским» характером в сочетании с хорошей обучаемостью и достаточными знаниями и умениями.

Таким образом, сложность реализации женщин в условиях социальной нестабильности сопряжена с совмещением одновременно ряда противоположных ролей, а также социальных сфер, наличием высоких притязаний и невозможностью их реализации в патриархальном обществе, а также с наличием в современном обществе социальных стереотипов относительно места и роли женщины в социуме.

Литература

1. Бендас Т.В. Гендерная психология лидерства. – СПб.: ПИТЕР, 2000.
2. Терновская О.П. Гендерные различия в представлениях о месте работы в жизни женщины/Ежегодник Росс. психологического общества: Материалы 3 –го Всероссийского съезда психологов. В 8 т.- СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003. -Т. 7. С. 483-486.
3. Крюкова Т.Л. Трудные ситуации в жизни мужчин и женщин и стили совладания с ними // Семья: стресс, копинг, адаптация: Проблемы психологии совладающего поведения в семейном контексте / Отв. ред. Т.Л. Крюкова, М.В. Сапоровская – Кострома, КГУ им. Н.А. Некрасова, 2003. С.60–70.

Особенности феномена недоверия в условиях совместно-творческой деятельности

Шишкина Наталия Сергеевна

аспирантка

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: n_sh85@rambler.ru

Феномен доверия является достаточно популярным предметом изучения в психологии. В социальной психологии основные исследования доверия ведутся в связи с межличностным общением, межгрупповым и организационным взаимодействием. Все чаще в зарубежной и отечественной литературе можно встретить понимание доверия как одного из важнейших условий успешности любой совместной деятельности людей (Скрипкина Т.П., 2000, Шиихирев П.Н., 2003, Шо Р., 2000, Антоненко И.В., 2003, Базаров Т.Ю., 2006)

Однако относительно недавно появилась новая точка зрения, согласно которой некоторые ситуации требуют скорее определенного уровня недоверия, выражающегося в усилении контроля за деятельностью людей, введение дополнительных санкций, без которого взаимодействие не будет эффективным. (Sztompka P.,1997, Р. Левицки, Д. Макалистер, Р. Байес, 1998)

Особенно важным представляется феномен недоверия в связи с совместно-творческой деятельностью (согласно типологии Базарова Т.Ю. и Малиновского П.В. (Т.Ю.Базаров, Еремин Б.Л.,1998)).

Целью настоящего исследования является выявление особенностей групповой работы над задачами, требующими творческого подхода, в условиях ориентации на

высокое доверие одновременно с возможностью взаимного перекрестного контроля (Базаров Т.Ю., 2006). Представляется, что при выполнении творческих, интеллектуальных заданий, требующих оперирования большим количеством информации, разделенной между участниками взаимодействия, а также поиска новых, неочевидных решений, в группе необходимо существование не только достаточно высокого межличностного доверия, но и определенного уровня недоверия в виде взаимного перекрестного контроля участниками совместной работы. Возникает проблемный вопрос: будут ли группы, в которых существует одновременно доминанта доверия участников друг к другу и ориентация на взаимный контроль, более эффективными при совместной творческой деятельности, чем группы, ориентированные исключительно на взаимное доверие?

Общей гипотезой исследования является предположение о том, что в малых группах, ориентированных на решение творческих задач, феномен недоверия в межличностных отношениях (в варианте взаимного перекрестного контроля) в сочетании с высоким межличностным доверием участников друг другу обеспечивает большую успешность взаимодействия, по сравнению с группами, в которых существует установка только на межличностное доверие.

Гипотеза-следствие: участники групп, в которых существует ориентация на высокое межличностное доверие одновременно с возможностью взаимного перекрестного контроля, оценивают совместное творчество как более эффективное по ряду параметров, по сравнению с оценками по этим же параметрам эффективности совместного творчества группами, ориентированными исключительно на взаимное доверие.

Первый этап исследования представлял собой экспертный опрос, целью которого стало выявление ряда наиболее часто встречающихся характеристик группы, в которой между взаимодействующими людьми существует 1) высокое доверие; 2) высокое недоверие, 3) высокий уровень межличностного контроля

Второй этап состоял в проведении экспериментального исследования, в ходе которого в группах по 5-7 человек моделировалась совместно-творческая деятельность. Причем, у половины групп предварительно создавалась ориентация на высокое внутригрупповое доверие, у другой половины – на высокое доверие одновременно со стремлением к взаимному перекрестному контролю.

В качестве комплексной зависимой переменной выступали 1) продуктивность совместного творчества, 2) самооценка эффективности групповой работы участниками.

Результаты первого этапа исследования (экспертный опрос), позволили выявить категории, отражающие основные характеристики групп с высоким уровнем доверия и недоверия между членами. Как свидетельствуют полученные данные, феномены доверия и недоверия как характеристики группы людей, объединенных совместной деятельностью, воспринимаются респондентами практически исключительно как полюса одного и того же психологического конструкта. При этом доверие явно занимает положительный полюс, а недоверие – отрицательный. При этом, межличностный контроль, являющийся, по сути, проявлением недоверия, по мнению респондентов, выступает как характеристика, необходимая для успешной совместной деятельности.

Результаты основного этапа экспериментального исследования: участники групп, в которых существует ориентация на высокое межличностное доверие одновременно с возможностью взаимного перекрестного контроля, оценивают совместное творчество как более эффективное по ряду параметров, по сравнению с оценками по этим же параметрам эффективности совместного творчества группами, ориентированными исключительно на взаимное доверие.

Выводы

1. Группы, ориентированные на высокое межличностное доверие одновременно с возможностью взаимного перекрестного контроля, в целом более успешны при решении творческих задач по сравнению с группами, ориентированными на полное, безоговорочное доверие.

2. Такое проявление внутригруппового недоверия как взаимный перекрестный контроль, выступает в качестве фактора, организующего, упорядочивающего и, в некоторой степени, обеспечивающего, успешную совместную творческую деятельность.

Заключение

Представляется, что осознанное принятие необходимости контроля совместной, творчески ориентированной деятельности каждым участником повышает успешность групповой работы. Объясняется это тем, что члены группы, контролируя работу друг друга и допуская контроль собственной деятельности партнерами, нацелены одновременно на открытость, прозрачность взаимодействия, что приводит к увеличению эффективности организации совместной работы по анализу информации и принятию решения. Группа, для которой взаимный контроль выступает в качестве важной, общепринятой ценности, менее подвержена негативным эмоциональным проявлениям отношений, таким как подозрительность, конфликтность. При этом контроль препятствует возникновению в группе противоположных феноменов – попустительства и отсутствия зон ответственности участников, в свою очередь также отрицательно сказывающихся на качестве совместной работы. Таким образом, недоверие, в таком его проявлении как взаимный перекрестный контроль не только не оказывает деструктивного влияния на совместную деятельность, но и способствует повышению доверия в группе.

Представления предпринимателей о социальной ответственности бизнеса.

Щепоткин Станислав Валерьевич

студент

Омский государственный университет им. Ф.М.Достоевского, Омск, Россия

E-mail: theli@front.ru

В последнее время остро стоит вопрос о возврате долгов российского бизнеса обществу. Сам бизнес считает социальную ответственность формой проявления определенной зрелости, расширения границ своего дальнейшего развития. Свойственна ли такая позиция определенной части бизнеса или же является исключительной для определенной группы бизнесменов?

Роберт Вуд, глава крупной торговой компании США «Сирс» в годовом отчете своей компании с гордостью приписывает управлению «ту широкую социальную ответственность, которая не может быть представлена математически, но все же имеет первостепенное значение».

К сожалению, у нас в стране, несмотря на то, что бизнес разворачивается масштабно в 21 веке, такую яркую этическую позицию встретить трудно. Более того, Милтон Фридмен, лидер современной доктрины, которая легла в основу российских реформ, считает, что существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли. Несмотря на острую актуальность обсуждаемой нами проблемы, исследований ее в психологии крайне мало. Необходимо отметить тот факт, что в настоящее время ведутся лишь теоретические дискуссии о содержании этого понятия: что оно должно включать в себя, кто должен определять приоритеты социальной ответственности, оправданы ли социальные затраты на человеческие ресурсы и какую отдачу они принесут основному бизнесу компаний

Исследование и решение данной проблемы, с нашей точки зрения, должно начинаться с изучения представлений как широких социальных слоев населения, так и самих представителей бизнеса о социальной ответственности бизнеса. Представления о социальной ответственности бизнеса не только являются механизмом социального познания, но и детерминируют коммуникации в группе и поведение ее членов, способствуют интерпретации фактов (С. Московичи).

Анализ литературы по проблеме ответственности и социальных представлений позволил нам сформулировать основную идею нашего исследования. Суть ее состоит, прежде всего, в том, что социальные представления регулируют, определяют и опосредуют поведение не только отдельного индивида, но и целых социальных групп. В условиях рыночной экономики, особенно в нашей стране, явно недостаточно, моральных, этических норм регуляции поведения больших корпораций и бизнес – структур. Одним из важнейших этических оснований бизнеса должна стать его социальная ответственность. Социальная ответственность бизнеса и бизнесмена многогранна и, вероятно, должна распространяться и на наемный персонал, партнеров по бизнесу, социальное развитие региона, на общество в целом. При этом, с нашей точки зрения, чтобы корпорации или средний бизнес был социально ответственным, важна не только позиция самих бизнесменов относительно роли бизнеса в обществе, но и позиция и представления потребителей продукции или услуг бизнеса, т.е. широких социальных кругов.

Цель исследования – изучить представления о социальной ответственности бизнеса у предпринимателей малого и среднего бизнеса (на примере омских предпринимателей).

Для проведения исследования использована модифицированная методика Х. Азумы и К. Кашиваги в адаптации М.И. Воловиковой.

Для выявления статистических закономерностей применялся факторный анализ.

В выборку вошли предприниматели среднего бизнеса в количестве 46 человек. (24 мужчины и 22 женщины.)

Проведённое исследование позволило формулировать некоторые предварительные выводы:

1. У предпринимателей среднего и малого бизнеса представления о социальной ответственности бизнеса находятся в зачаточном состоянии, не дифференцированы, скорее отражают стереотипные представления об обязанностях бизнеса в обществе, закреплённых законодательством.

2. Факторный анализ позволил выделить четыре прототипа социально ответственного омского предпринимателя мелкого и среднего уровня: «создаёт большое количество рабочих мест», «предоставляет льготы своим работникам», «предоставляет социальный пакет», «производит отчисления в пенсионный фонд, соблюдает ТК РФ».

3. Факторы представлений, выделенные в работе, показывают сочетание противоречивых дескрипторов, входящих в фактор, что может свидетельствовать о противоречивости социального мышления предпринимателей, либо о незнании и непонимании сути социальной ответственности бизнеса.

4. Выделенные факторы представлений о социальной ответственности бизнеса, характеризуются крайней «бедностью» по содержанию, стереотипностью, отсутствием существенных характеристик социально -ответственного бизнеса.

5. Некоторые испытуемые отказались отвечать на вопросы методики, мотивируя свой отказ либо незнанием, что такое социальная ответственность бизнеса, либо тем, что не разу не пользовались услугами компаний, которые можно назвать социально-ответственными. Данный факт указывает на крайне низкий уровень осознания социальной ответственности бизнеса и крайне низкой информированности предпринимателей в этом вопросе.

Литература

1. Воловикова М.И. Представления русских о нравственном идеале. М: Институт психологии РАН, 2003. – 311с.
2. Московичи С. Социальные представления: Исторический взгляд // Психологический журнал. 1995 г. №1

Личностные особенности эффективных специалистов по продажам в сфере рекламы

Щербинина Дарья Александровна

студентка

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: daha1801@rambler.ru

Трудно представить современное общество без торговли. Ежедневно на нас обрушивается поток информации о продаже различных товаров и услуг. Несмотря на то, что современное общество является высокотехнологичным и куплю/продажу можно уже осуществлять не выходя из дома (благодаря сети Интернет), выход на новые рынки, привлечение новых клиентов все же невозможны без эффективных специалистов по продажам, без их живого общения с клиентами. Ясно одно: специалисты по продажам будут нужны всегда, как бы ни было высоко развито наше современное общество.

Многочисленные сайты и газеты пестрят объявлениями по поиску менеджеров по продажам. Правда, у всех организаций разное видение идеального кандидата на эту должность. Действительно, слишком специфичны сферы, в которых происходят продажи, и слишком приблизительные представления имеются об эффективных специалистах по продажам. Кто же эти люди, которые занимаются продвижением товара и поиском новых клиентов? И самое интересное: что позволяет этим людям быть эффективными и востребованными на рынке? Постараемся в этом разобраться.

В настоящее время выделяются две группы менеджеров по продажам: технические и психологические. К первой группе относятся менеджеры, направленные на работу с документацией. Психологические же менеджеры больше склонны к взаимодействию с людьми, общению. Соответственно, каждый из этих типов в большей или меньшей степени подходит для определенной организации, где упор делается на техническую или личностную сторону коммуникации при продажах. В рамках данного исследования нас будут интересовать менеджеры, так называемого, психологического типа, основным в работе которых является межличностное общение, от эффективности которого зависит количество продаж. Для изучения подобных менеджеров была выбрана сфера рекламы. Целью нашего исследования является изучение личностных особенностей эффективных специалистов по продажам в сфере рекламы. Исходя из цели, базой исследования была выбрана организация, предоставляющая на рынок рекламные услуги (в виде печатной продукции). Исследование проводилось в течение месяца. Общее число испытуемых составило 60 человек. Стоит отметить, что в исследовании принимали участие менеджеры по продажам, работающие в компании не менее одного года и при устройстве на работу прошедшие психологическое тестирование и собеседование.

На первом этапе исследования были отобраны экспериментальная и контрольная группы. В качестве критерия выступала эффективность специалистов по продажам, за которую принимался средний арифметический показатель продаж за последние полгода. Соответственно, в экспериментальную группу попали менеджеры с высоким показателем продаж, а в контрольную с низким показателем.

На втором этапе мы выявляли личностные особенности всех испытуемых с помощью следующих методик: характерологический опросник К.Леонгарда для

выявления акцентуаций характера, опросник, направленный на диагностику «эмоционального интеллекта» Н.Холла, опросник «Направленность личности» по В.Смейкалу и М.Кучеру, опросник «Потребность в достижении» по Ю.М. Орлову, а так же был использован тест творческого мышления Ф.Вильямса. Для обработки данных был использован t-критерий Стьюдента (для сравнения средних выборочных значений) и критерий Фишера. Были получены следующие результаты: найдены различия в акцентуациях характера, направленности личности (НС, НЗ, ВД), эмоциональном интеллекте и креативности. Не найдено значимых различий в потребности достижения.

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующие выводы. Выделенные нами эффективные менеджеры по продажам, как правило, обладают высоким уровнем эмоционального интеллекта, который включает в себя высокие показатели по эмоциональной осведомлённости, способности управлять своими эмоциями, самомотивации, эмпатии и способности распознавать и влиять на эмоции других людей. Это свидетельствует, в первую очередь, о том, что в работе менеджера по продажам в сфере рекламы важную роль играет именно эмоциональный компонент общения. Для направленности личности этих специалистов характерна направленность на задание (этот показатель отражает интенсивность, с которой человек выполняет задание, решает проблемы и в какой мере он заинтересован выполнять свою работу как можно лучше, несмотря на свои личные интересы), другими словами эффективные менеджеры умеют держать цель и работать на результат. Для неэффективных менеджеров характерна направленность на себя (это означает, что подобные люди ожидают прямого вознаграждения и удовлетворения своих потребностей безотносительно работы, которую выполняют и безотносительно сотрудников, с которыми работают), что свидетельствует о том, что подобные специалисты ставят свои цели превыше всех остальных, не считаясь при этом с коллегами и целями компании. Имея высокую направленность на себя и низкую направленность на задачу практически невозможно стать эффективным специалистом в сфере продаж. В направленности на взаимоотношения с коллегами значимых различий не было выявлено, что вероятно связано со спецификой рабочего дня менеджера и отсутствием как такового трудового коллектива. У эффективных менеджеров был выявлен демонстративный и гипертимный тип акцентуации характера, что, вероятно, и способствовало выбору подобного рода профессии или же эти акцентуации появились уже в процессе профессиональной деятельности. Для неэффективных менеджеров более характерным является эмотивный тип акцентуации, что возможно и мешает им стать более успешными в выбранной профессии. Уровень креативности у эффективных менеджеров выше, чем не у неэффективных по следующим шкалам: гибкость мышления, оригинальность, разработанность. Эти данные свидетельствуют о том, что для специалистов данной сферы, творческий подход к решению проблем (умение переходить от одной категории к другой, поиск необычных, оригинальных, нестандартных решений, отступление от очевидного, общепринятого) является не просто желательной чертой личности, а профессионально важной чертой, от развития которой в значительной степени будет зависеть успешность продаж.

Проанализировав результаты проведённого исследования, можно дать ряд рекомендаций психологу (HR-менеджеру), который осуществляет отбор менеджеров по продажам. Необходимо обращать внимание на следующие личностные черты: эмоциональный интеллект, направленность личности и креативность. Именно эти черты личности, на наш взгляд, являются наиболее важными в работе менеджеров по продажам и определяют их эффективность в сфере рекламных услуг.

Так же хотелось бы отметить важность дальнейшего сопровождения работающих менеджеров по продажам, необходимость проводить диагностику персонала, с целью регистрации их актуального развития, выявления имеющихся проблем. Систематическое

наблюдение за личностной и профессиональной динамикой развития менеджеров позволит выбирать наиболее эффективные пути дальнейшего развития, прогнозировать кризисные периоды профессионального и личностного роста, грамотно выстраивать обучение молодых специалистов по продажам.

В завершении хотелось бы обозначить ряд вопросов, рассмотрение которых, по нашему мнению является наиболее актуальным для продолжения исследования эффективных менеджеров по продажам. Незученными остаются влияние гендерных, возрастных и имиджевых особенностей менеджеров на эффективность продаж и сопоставительный анализ эффективных менеджеров в различных сферах продаж, поиск общих и специфичных личностных черт. Такими мы видим пути наших дальнейших исследований.

Динамика представлений сотрудников о компании-работодателе в процессе организационных изменений

Эльяфи Елена Ярославна

молодой ученый

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: elyafi@mail.ru

Современная организация развивается в условиях неизбежности постоянных изменений, что обусловлено, в первую очередь, высокой скоростью прохождения в нашей жизни информационных потоков различного рода, во-вторых, и как следствие, высоким темпом развития конкуренции. Таким образом, на рынке какого-либо товара или услуги складывается ситуация, когда большое, иногда просто огромное, количество компаний предлагает практически один и тот же продукт или услугу по схожей цене.

F.R. Jacobs отмечает, что «в будущем самыми преуспевающими организациями станут те, которые способны стремительно и эффективно осуществлять фундаментальные, долгосрочные изменения, трансформирующие систему целиком». Следовательно, необходимо изучать технологии проведения организационных изменений, их восприятие сотрудниками, отношение сотрудников к изменениям, искать психологические способы преодоления сопротивления персонала изменениям.

Исследуя представления сотрудников компании «А» о своей организации до и после внедрения организационных изменений, мы предполагали, что участие рядовых сотрудников в выработке направления изменений в компании будет способствовать позитивному изменению восприятия компании-работодателя остальными сотрудниками. Для изучения представлений сотрудников о компании-работодателе мы разработали специальную анкету, которая отразила как рациональный уровень восприятия, так и иррациональный. Само исследование проводилось в два этапа: 1-й этап – до внедрения изменений, 2-й этап – через два года после начала их внедрения.

Через два года после «запуска» организационных изменений в компании «А» у ее сотрудников сместился акцент в ответах на вопросы «Что Вам, в первую очередь, приходит на ум, когда Вы слышите: «Компания Имярек?» и «Что еще приходит на ум?». Так, на 1 этапе исследования большинство ответов (37,9%) было из категории «работа» (компания, услуги, гарантии), а на 2 этапе – ответов данной категории было уже 13,7%. На 2 этапе исследования на первое место вышли ответы категории «качественное описание работы» (надежность, честность, дисциплинированность) – 30,8% всех ответов, которые на 1 этапе были на 2-м месте и составляли 19,4%. Необходимо отметить значительный рост количества ответов в категориях «любимая работа» (с 1,8% до 12,8% всех ответов) и «описание компании» (с 0% до 10,9% всех ответов).

Необходимо отметить, что по всем остальным ответам на вышеуказанные вопросы анкеты респонденты были практически единодушны в своих ответах. Данный факт, по нашему мнению, может говорить как о том, что для радикальных перемен требуется гораздо больше времени, чем два года, так и о том, что в результате организационных изменений будут трансформироваться те представления о компании и те отношения, к изменению которых готовы сотрудники. И таким образом, можно говорить о том, что для достижения эффекта организационные изменения необходимо проводить в «зоне ближайшего развития» сотрудников компании-заказчика изменений.

Рассмотрим ответы на следующие вопросы анкеты. Снизилось количество ответов категории «заработок» (с 39,3% до 30,5% всех ответов) на вопрос «Что побуждает Вас идти на работу?». При этом возросло количество ответов категорий «причастность» (с 16,6% до 18,4%) и «самореализация» (с 4,1% до 9,2%). Изменения в последней категории особенно ценны для компании, т.к. именно этот мотив деятельности, по мнению П.Ф. Друкера, является залогом эффективной работы сотрудника. Снижение количества ответов в категории «заработок» может быть связано, на наш взгляд, с переосмыслением собственных ведущих мотиваторов трудовой деятельности сотрудниками в результате участия в социально-психологических тренингах.

Эти предположения подтверждаются и ответами респондентов на следующий вопрос «В чем суть профессии риэлтора для Вас?». 1-е место как на 1 этапе нашего исследования, так и на втором занимают ответы категории «помощь людям» (31,8% и 54,1% всех ответов соответственно). А на 2-м месте на 1 этапе исследования была категория «заработок» - 15,5% всех ответов, в то время на 2 этапе это место заняла категория «профессиональный подход и собственный рост» - 13,5%, а в категории «заработок» количество ответов снизилось до 0,9%. Также снизилось количество ответов в категории «оказание услуг» (с 14,5% до 8,1% всех ответов) и возросло количество ответов в категории «описание деятельности риэлтора» (с 7,3% до 12,6%). Полученные данные свидетельствуют, по нашему мнению, о конкретизации представления о риэлторе как о специалисте и формализации самой профессии риэлтора, по крайней мере, в рамках исследуемой компании.

Показательными для компании явились ответы на вопрос: «Какие ценности останутся постоянными вне зависимости от изменений в компании «А»?». На обоих этапах исследования большинство ответов было представлено категорией «качество взаимодействия с клиентом» - 48,9% всех ответов на 1 этапе и 43,7% на 2 этапе исследования. Кроме того, если на 1 этапе 2-е место занимали ответы категории «сотрудники» - 23,3% всех ответов, то на 2 этапе исследования они составляли уже 6,5%, а на 2-е место вышли ответы категории «условия обслуживания» - 34,7% всех ответов (ранее 8,3%). Снижение количества ответов в первом случае, на наш взгляд, может быть связано со смещением акцента в корпоративных ценностях с качества взаимодействия (стандарты, честность, профессионализм) как самооценности на условия обслуживания (гарантии, новаторство, организованность), обеспечивающие данное качество. А вот снижение количества ответов в категории «сотрудники», на наш взгляд, является показателем недостаточной информированности сотрудников о происходящих изменениях, об их неподготовленности к этим переменам.

Интересна динамика ответов на вопрос «Что Вы чувствуете, когда слышите: «Компания Имярек?». На 2 этапе исследования увеличилось количество ответов в таких категориях, как «гордость» - с 34% до 41,1% всех ответов, «(+) эмоции» - с 14,9% до 28% всех ответов, «причастность к компании» - с 9,6% до 18,7% всех ответов. А снизилось количество ответов в следующих категориях: «нет ответа» - с 10,6% до 2,8% всех ответов, «значительность» - с 11,7% до 0,9% всех ответов, «описание компании» - с 4,3% до 0% всех ответов. Следовательно, мы можем говорить о смещении у сотрудников акцента в восприятии компании с внешних характеристик организации на собственное

отношение к ней и собственные чувства в связи с принадлежностью к данной компании. Эти данные подтверждают заданное направление проводимых организационных изменений.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для достижения целей организационных изменений (когда главной целью является формирование клиенториентированности компании в лице ее сотрудников, предполагающее изменение системы ценностей последних) требуется время и два года это, возможно, минимум, при котором появляются видимые положительные сдвиги в представлениях сотрудников об организации и о своей принадлежности к ней. Кроме того, эффективными организационные изменения будут в случае, когда их цели и результаты лежат в «зоне ближайшего развития» сотрудников компании-заказчика изменений, а цели изменений и стратегия развития компании доводится до сведения каждого сотрудника в четкой и конкретной форме, причем топ-менеджеры не только от сотрудников требуют проявления новых ценностей в поведении, но и сами демонстрируют желаемое поведение.