

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Застосування соціально-психологічних методів є одним з варіантів здійснення управлінських дій щодо персоналу, який базуються на використанні закономірностей соціології і психології. Об'єктом дії цих методів є групи людей і окремі особи.

Слід відмітити, що менеджмент відстежує насамперед соціально-економічні взаємовідносини осіб, що виникають в управлінні. Внаслідок чого формується не проста мережа людських відносин. Організації виступають не тільки виробничо-економічними одиницями, але й середовищами, в яких відбуваються процеси формування особи як працівника. Через це важлива роль в менеджменті належить соціальним та психологічним методам управління. Саме вони дають можливість впливати на духовні інтереси людей, врегульовувати індивідуальні відносини, а також мають відношення щодо формування і розвитку трудового колективу.

Соціально-психологічні методи управління можуть вирішувати наступні завдання:

- проведення аналізу професійної компетентності працівника;
- задовільний підбір і розстановка робочих кадрів;
- врегулювання взаємовідносин у трудовому колективі;
- підвищення стимулу працездатності підлеглих;
- виховна робота серед працівників і покращення дисципліни;
- раціоналізація робочих процесів та ін. [1].

На практиці вирішення всіх перелічених вище пунктів потребує утворення на підприємствах спеціалізованих соціально-психологічних відділів (служб, бюро, лабораторій і т. д.).

Діяльність таких бюро на підприємствах проходить по трьом основним напрямкам:

- 1) аналіз груп і окремих колективів, а саме чітке визнання проблем, проведення спостереження, отримання та обробка даних щодо їх вирішення;
- 2) соціальне проєктування – створення рекомендацій щодо розвитку окремих груп в соціальному плані;
- 3) консультації – процес надання інформації менеджерам підприємств, навчання підлеглих.

Соціальні методи дають можливість встановити приналежність та місце працівників у відповідній робочій групі, а також проявити лідерів і надати їм підтримку, поєднати мотивацію підлеглих з кінцевими результатами функціонування підприємства, гарантувати ефективні комунікації та знаходження варіантів вирішення конфліктів у трудовому колективі.

Метою психологічних методів є формування сприятливого психологічного клімату. Вони зазвичай спрямовані на конкретну людину і, є персоніфікованими та індивідуальними. Їх використання передбачає вивчення внутрішнього стану людини, індивідуальності, розуму, почуттів, поведінки задля спрямування внутрішнього потенціалу особи на вирішення певних завдань підприємства.

Належне використання соціально-психологічних методів потребує від менеджера знань соціальної психології, соціології, психології, досвіду і навичок спілкування з людьми.

Соціальні відносини і методи управління, які їх відображають, тісно пов'язані з іншими методами управління: соціальним і психологічним плануванням, регулюванням тощо.

Метод регулювання передбачає широкий інформаційний вплив у двох аспектах: інформування та нормування.

Інформування включає доведення до відома працівника і пояснення йому тих дій, які потрібно виконати, декількома шляхами:

–пряме інформування – коли керівник повідомляє про завдання, основні стани і показники діяльності;

–створення орієнтовних ситуацій – тобто представлення певної управлінської ситуації, яка має декілька варіантів розвитку подій;

–особистий приклад керівника – коли інформація доводиться до співробітників у демонстраційній формі, тобто здійснюється на практиці [2].

Використання таких засобів позитивно впливає на ефективність діяльності, але потребує високого рівня професійної підготовки самого керівника.

Нормування охоплює сукупність способів, які ґрунтуються на встановленні норм, регламентації дій працівників. До них належать:

1. Дозвіл – спосіб впливу на виконавців шляхом нормативних документів, в яких описуються дії, необхідні для виконання ними певної діяльності. Головним чином це дії, реалізація яких спрямована на підвищення ефективності, але пов'язана з певним ризиком. Наприклад, дозвіл на розробку нових туристичних маршрутів.

2. Заборона – протилежний попередньому спосіб впливу: нормативно заборона встановлюється на дії виконавця, які можуть негативно вплинути на систему управління і викликати небажані наслідки. Наприклад, у ситуації відмови туриста від подорожі. Залежно від рівня управління, характеру порушень передбачається відповідальність винних, яка може бути: дисциплінарною, адміністративною, громадянсько-правовою, кримінально-правовою.

3. Припис – нормативний документ, який містить опис дій виконавця, які необхідно обов'язково виконати для забезпечення ефективної діяльності.

За невиконання таких норм може передбачатися дисциплінарна відповідальність.

Таким чином, головна мета застосування соціально-психологічних методів – формування в колективі сприятливого соціально-психологічного клімату. Завдання будь-якого керівника полягає в тому, щоб виховувати і підтримувати високі почуття власної гідності у своїх підлеглих. Люди з високим рівнем такого почуття відрізняються послідовністю дій, легше справляються зі своїми внутрішніми конфліктами, проявляють високий рівень самоконтролю. Це – врівноважені, тактичні, спокійні і незалежні люди. Вони постійно підвищують свій рівень загального розвитку, ретельно виконують покладені на них обов'язки тощо.

Список використаних джерел

1. Бердник А.А. Мотивування персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Технології та дизайн: економіка, фінанси, менеджмент*. 2013. № 1 (6). URL: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/td/2013_1/13baasug.pdf (дата звернення: 15.05.2022)

2. Войнаш Л.Г. Кадрова політика підприємства в сучасних умовах розвитку національної економіки. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 1 (10). URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2011/1/6.pdf> (дата звернення: 15.05.2022)

УДК 658.8

Odeh Yezhovok, student; Gryshko V.V., PhD in Economics, Associate professor
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic» (Poltava, Ukraine)

MARKETING MANAGEMENT IS THE WAY TO FIND OUT THE OPPORTUNITIES WHICH ARE PROFITABLE

Marketing management is a process of controlling the marketing aspects, setting the goals of a company, organizing the plans step by step, taking decisions for the firm, and executing them to get the maximum turn over by meeting the consumers' demands. A person who is a marketing manager must do a deep study to have the idea of actually what is marketing management and how