

ти;

– авторитарність в управлінні. Керівник, який намагається виконувати свої розпорядження силою авторитету, з часом може перейти до насильства;

– хизування знаннями. Іноді керівник для здійснення своїх позицій, самоствердження намагається приголомшити своїх підлеглих знаннями, професіоналізмом.

Управління людьми є, як зазначали вже древні філософи, великим мистецтвом, яке формується на досконалому знанні філософії, педагогіки, психології, соціології. Спеціальність менеджера є квінтенцією знань дійсності у всій їх багатоманітності, вміння людини вичленити необхідне саме "тепер", саме "це" в палітрі філософського відношення "Я і Світ" [1].

Література:

1. Герасимчук А.А. Філософські основи менеджменту і бізнесу. Навч. посібник – К.: В-во Європ. у-ту, 2006 – 111 с.

2. Хилл Н. Думай и богатей. – М.: Агенство "ФАИР", 1997 – 272 с.

3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: "Эвросеть", 1992. – 384 с.

4. Карнегі Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Пер. с англ. – Рыбинск: ОАО "Рыбинский дом печати", 1997. – 800 с.

СИЛА ПЕРЕКОНАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Грох Ю. Ю.

Науковий керівник:

ст. викладач **Герасименко Ю.В.**

Розглянуті психологічні основи сили переконання в менеджменті, як результативного інструментарію впливу керівника на підлеглих.

Інтерес є спонукальною причиною підлеглого до конкретної дії. Інтерес – це відбиття потреб людини через структуру відносин, у які вона виступає в процесі виконання певної ролі. Інтерес як трансформація потреб виникає у людини на психологічному рівні і діє як мотив, спонукальна причина задоволення нею своїх потреб. Інтерес є мотивом, що може спонукати людину до діяльності, з метою задоволення потреб, що виникли [2, с. 295].

Менеджери відіграють головну роль у здійсненні процесів управління. Це особа, яка очолює організацію, її структурно відокремлений виробничий або функціональний підрозділ і наділена повноваженнями приймати рішення щодо розпорядження виділеними йому матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами [1, с. 37]. Діяльність же менеджера орієнтована на досягнення загальноорганізаційних цілей, шляхом цілеспрямованого впливу на працівників. Але важливо розуміти, що вчинки людини визначаються логічною залежністю: потреба – інтерес – ціль. Тому в діях менеджера, як і будь-якої іншої людини, виявлятиметься ця залежність. Приймаючи важливі рішення, менеджер пристосовує використовувану ним модель управління до індивідуальних інтересів і цілей членів команди. Причому така поведінка не залежить від того, хто є менеджером – власник чи найманий працівник. Але він також намагатиметься врахувати і свої інтереси, задовольнити власні потреби у рамках чинної діяльності при ухваленні управлінських рішень. Слід також зауважити, що жодне керівництво не буде задоволене тим, що його розпорядження не виконуються або піддаються сумніву [2, с. 293].

Процес управління – це процес впливу менеджера на виконавця. У менеджменті існують і використовуються три форми впливу однієї людини на іншу: страх, переконання та задоволення інтересу за допомогою мотивів.

Ці три форми впливу є спонукальною причиною підлеглого до конкретної дії. Вони можуть походити як від керівника в процесі впливу його на підлеглого, так і від самого підлеглого. Людину, чи то керівника чи підлеглого, можна спонукати до дії страхом, внутрішнім переконанням або виникненням потреби. При цьому зовнішній вплив може бути відсутнім, а людина починає діяти. Появу якої-небудь спонукальної причини людина може сприймати на рівні фізіологічного відчуття або психологічної появи потреб [2, с. 295].

У процесі спілкування, особливо діловому, прагнучи досягти певної мети, люди намагаються знайти різні способи впливу на свого

співрозмовника, скоригувати розмову таким чином, щоб спровокувати потрібну для них поведінку (чи прийняття рішення) свого співрозмовника. Вони намагаються знайти «слабкі місця» у позиції співрозмовника, впливати за допомогою різних психологічних механізмів для досягнення поставленої мети.

Переконання – спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувані в неї нові установки [3, с. 92]. Переконання передбачає логічне мислення, воно впливає не лише на почуття, а й на розум. Однак не слід ототожнювати переконання з моралізуванням. Переконання не повинно бути нав'язливим, людина має сама дійти до прийняття правильного рішення у процесі розмови. Тому дуже важливим у процесі переконання є уникання слів «ти мусиш...», «вам необхідно обов'язково...», «ти зобов'язаний...» тощо [4, с. 40].

Переконання як форма впливу на підлеглого заснована або на викликанні в людини почуття страху, небезпеки, або ж на виявленні її інтересу. Тому залежно від того, яку первинну форму впливу буде використовувати керівник, переконання може бути стимулом, що спонукає (або примушує) людину до дії.

Мистецтво переконувати є чи не найпотужнішим механізмом впливу на людей. Адже особа, яка здатна переконати, захопити своєю ідеєю, стає безсумнівним лідером і здобуває авторитет в оточуючих. Про мистецтво переконання словом писав Б. Паскаль: «Кожен знає, що поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі...» [4, с. 40].

Дуже важливим у процесі переконання є поведінка тієї людини, яка переконує. Не можна зверхньо ставитися до особи, яку ти переконуєш, не показуйте, що ви маєте більший життєвий досвід, що ви розумніші. Ви не повинні бути вчителем у процесі переконання, а швидше – добрим другом, товаришем, який дає пораду [5, с. 439]. Але пам'ятаємо, що переконати можна лише ту людину, яка здатна слухати і сприймати, яка прагне змін і тому є «придатною» для переконання. Однак, якщо людина не хоче, щоб її переконували, вперто дотримується свого життєвого плану, не прагне до чужої корекції її власного життя, то її переконати буде практично неможливо.

Література:

1. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидво, 2003. – 608 с.
2. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
3. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник. – К., 2003. – 92 с.
4. Паскаль Б. Об искусстве убеждать // Химия и жизнь. – 1990. – № 3. – с. 40.
5. Сімейно-побутова культура та домашня економіка: Навчальний посібник / За ред. Т.Б. Грищенко та ін. – К.: Вища освіта, 2004. – 480 с.

КОУЧИНГ ЯК СТИЛЬ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Борейко А.Д.

Науковий керівник:

ст. викладач **Герасименко Ю.В.**

Розглядається поняття коучингу як нового методу співпраці менеджера і підлеглих працівників. Акцентовано увагу на розкритті їхнього потенціалу, вихованні почуття відповідальності, що сприятиме результативності управлінських дій.

Зазвичай, як тільки ми отримуємо пораду від іншої людини, то перестаємо думати. Виникає це само по собі, незалежно від наших бажань. Наша свідомість відключається від процесу індивідуального мислення і починає «приймати» чужі думки, виражені в формі поради. Коучинг не дає порад, він допомагає людям думати, мислити і самостійно знаходити відповіді на питання, що їх хвилюють [4].

Коуч – незалежна особа, що знаходиться поза «системою проблеми» клієнта. При цьому він не виступає в експертній позиції стосовно заявленої проблеми – він не приймає рішень за співробітника. Він створює такі умови, в яких співробітник, як клієнт, самостійно вирішує перераховані вище задачі. Він вміє робити виклик і допомагає брати на себе відповідальність за зроблений вибір. Але рішення завжди приймає клієнт [2].