

ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВНУТРИ КОМПАНИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С.А. Грязнов, канд. пед. наук, доцент
Самарский юридический институт ФСИН России
(Россия, г. Самара)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-7-1-41-43

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме современного менеджмента, психологии и социологии управления, в ней определены основные признаки коммуникации, способствующие эффективному решению производственных вопросов работниками компании. Автором выделены особенности психологического взаимодействия сотрудников компании, влияющие на улучшение предпринимательской деятельности организации. В процессе коммуникации люди взаимодействуют друг с другом и обмениваются своими идеями и предложениями. Главной целью осуществления коммуникации остается передача важной информации, которая может способствовать развитию компании и переходу на новый уровень.

Ключевые слова: психология, взаимодействие, сотрудник, коммуникация, предприятие, общение.

Современный мир представляет собой сложную систему взаимодействия огромного количества людей. Производство новых товаров и услуг является главной движущей силой любого общества, так как от этого зависит, сколько и как будет происходить дальнейший обмен между различными классами общества.

В результате найма человек предлагает работодателю свою рабочую силу, свое время, возможности и профессиональные знания, а работодатель в свою очередь выставляет заработную плату согласно выверенным стандартам или собственным предпочтениям. Именно работодатель, будь то руководитель компании, где человек работает ведущим менеджером или директор нефтеперерабатывающего завода, определяет цели деятельности сотрудника, время работы и его режим, а также систему трудового процесса.

Коммуникация – это взаимодействие людей или группы лиц, по обсуждению выбранных тем, которые требуют вмешательства или пояснения для продолжения эффективной деятельности [1]. Рассматривая коммуникацию как элемент управления предприятия стоит выделить еще один важный пункт коммуникации: предпринимательская деятельность обязательно связана с тем, чтобы информация

улучшала деятельность компании и по возможности увеличивала прибыль.

Отдельное место влияния оказывают социальные сети и различные мессенджеры для личной и деловой переписки. Особенно важно иметь непрерывную и точную коммуникацию в сфере бизнеса. От этого зависит, как быстро работник сможет решить проблему клиента и найдет нужный продукт, а также как партнеры по бизнесу или инвестору договорятся о дальнейшем сотрудничестве. В добавок в процессе деловой коммуникации человек развивает важные моральные и культурные принципы, учатся общаться с другими людьми, развивают уважение к собеседнику и обучаются выделять главные тезисы в процессе общения.

Рассматривая процесс коммуникации, можно выделить несколько основных признаков коммуникации:

1) В обсуждении присутствуют две и более стороны, участвующих в диалоге с целью решения проблемы или дискуссии о выбранном объекте/субъекте бизнес – сферы;

2) В процессе дискуссии всегда выделяется главный предмет или объект, который сотрудники должны обсудить в результате коммуникации и предоставить свое мнение об этом объекте.

3) Участники диалога должны выслушать друг друга, предоставить объективные «за» и «против» своей или чужой позиции.

При решении деловых вопросов работники компании, а также участники деловой деятельности извне – других компаний, например, должны использовать различные методы ведения деловой коммуникации [2]. От успешности взаимодействия с сотрудниками и деловыми партнерами сотрудники должны развивать позитивную и продуктивную атмосферу, которая положительно повлияет на развитие компании как внутри организации, так и за ее пределами. Именно поэтому в настоящее время выделяют два основных вида коммуникации в организации: внутреннюю и внешнюю.

Начальник отдела и его сотрудники имеют свою структуру коммуникации. Это необходимо прежде всего для выполнения задач и основных идей компании. Начальник отдела должен доносить всю информацию до своих подчиненных и предоставлять требуемые данные и товары для выполнения поставленной задачи. Однако не стоит забывать, что начальник отдела при этом подчиняется руководителю предприятия и должен уметь взаимодействовать как с начальством, так и со своими подчиненными сотрудниками.

Межличностные отношения – это сильная, глубокая или тесная связь, или знакомство между двумя или более людьми, продолжительность которых может варьироваться от краткого до продолжительного [3]. Эта ассоциация может основываться на умозаключении, любви, солидарности, регулярных деловых отношениях или каком-либо другом типе социальных обязательств.

Межличностные отношения формируются в контексте социальных, культурных и других воздействий. Контекст может варьироваться от семейных или родственных отношений, дружбы, брака, отношений с окружающими, работы, клубов, микрорайонов и мест отправления культа. Они могут регулироваться законом, обычаем или взаимным соглашением и являются основой социальных групп и общества в целом.

Межличностное общение, по сути, определяет отношения. Межличностное общение носит реляционный характер; это происходит в отношениях, и то, как мы общаемся, зависит от того, какие у нас отношения с другим человеком.

Межличностные отношения двух участников взаимозависимы, где поведение каждого влияет на результаты деятельности другого. Люди формируют множество различных видов отношений с другими людьми, некоторые из которых являются интимными и близкими (например, родитель–ребенок, супруг–супруг, дружба), а другие – нет (например, сосед, учитель–ученик). Большая часть исследований межличностных отношений была сосредоточена на тех отношениях, которые являются близкими, интимными и имеют высокую взаимозависимость.

Неформальная коммуникация является наиболее обширным и емким вариантом коммуникации на предприятии. Поддержание личных отношений очень важно для развития дружелюбной атмосферы внутри организации и поддержания высокого уровня мотивации [4]. Внутри многих компаний проводятся различные мероприятия по улучшению неформальной системы коммуникации. По последним исследованиям компании, которые развивают в своей компании неформальные встречи, получают производительность в 12% больше, в сравнении с другими компаниями, не использующие неформальные связи внутри коллектива.

Немаловажную роль в межличностных отношениях коллектива играет психологический климат. Содержательная характеристика психологического климата связана, как правило, с самочувствием человека в коллективе (настроением, удовлетворенностью, психологическим комфортом); когда же самочувствие людей переносится на их отношение к труду и другим членам коллектива, на межличностные отношения, на общие взаимоотношения, тогда складывается психологический климат [5].

В таком аспекте рассматривают психологический климат Б.Д. Парыгин, К.К. Платонов, Г.А. Моченов, М.Н. Ночевник и другие. При этом тесные

положительные взаимоотношения повышают работоспособность, улучшают состояние здоровья. Психологический климат формируется под влиянием групповых эмоций, возникающих в результате достижения успеха или неудачи.

Важнейшими признаками благоприятного психологического климата являются доверие и высокая требовательность членов группы друг к другу; доброжелательная и деловая критика; свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива; удовлетворенность принадлежностью к коллективу и др.

Рассматривая различные виды коммуникации внутри предприятия, стоит понимать, насколько она важна и необходима в

современной компании как в России, так и по всему миру. Однако главной целью осуществления коммуникации все равно остается именно передача важной информации, которая может способствовать развитию компании на новый уровень. В процессе коммуникации люди взаимодействуют друг с другом и обмениваются своими идеями и предложениями. Психология личностного взаимодействия сотрудников компании прямо пропорционально влияет на развитие деятельности компании и поэтому развитие коммуникационной системы предприятия является важной составляющей предпринимательской деятельности в Российской Федерации.

Библиографический список

1. Костина, А.А. Современные концепции научных исследований // А.А. Костина, Т.И. Ларина. – 4изд. – СПб: МИИТ, 2015. – С. 112-114.
2. Бобинкин С.А. Влияние линейных менеджеров на психологическую атмосферу в трудовых коллективах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2009. – № 2-2. – С. 249-256.
3. Шетровский, А.В. Психология: учебник для студентов высших педагогических заведений // А.В. Петровский, М.Г. Ярышевский. – второе изд. – М.: Гуманит, 2011. – 137 с.
4. Куницына В.Н. Современные концепции научных исследований // В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова В.М. Погольша. – СПб.: Росмен, 2010. – 204 – 367 с.
5. Макшанов, С.И. Личность в общении // Под ред. Г.М. Андреевой, Я. Яноушека. – СПб.: МГУ, 2010. – 367 с.

PSYCHOLOGY OF PERSONAL INTERACTION WITHIN THE COMPANY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

S.A. Gryaznov, *Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*
Samara Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia
(Russia, Samara)

Abstract. *The article is devoted to the actual problem of modern management, psychology and sociology of management, it identifies the main signs of communication that contribute to the effective solution of production issues by employees of the company. The author highlights the features of the psychological interaction of the company's employees that affect the improvement of the organization's entrepreneurial activity. In the process of communication, people interact with each other and exchange their ideas and suggestions. The main purpose of communication remains the transmission of important information that can contribute to the development of the company and the transition to a new level.*

Keywords: *psychology, interaction, employee, communication, enterprise, communication.*