ROLURI TIPICE PENTRU PSIHOLOGI DE AFACERI

Elena SUMAN,
doctorand, USM

Scopul acestui studiu este de a sublinia importanța prezenței psihologilor de afaceri într-un cadru organizațional oferind asistență atât managementului de vârf, cât și angajaților. După cum se observă, știința psihologiei redefinește rolurile tipice pentru psihologii de afaceri, precum și ajută la modelarea tehnologiilor moderme. Totodată, impactul este unul esențial la locul de muncă, ajutând managerii de la toate nivelurile ierarhice să selecteze, să susțină, să motiveze și să formeze angajații potriviți, precum și să ajute firmele să proiecteze produse, să construiască spații de lucru mai bune și să promoveze un comportament sănătos. De asemenea, prin cercetările lor științifice psihologii de afaceri descoperă noi modalități de a crește productivitatea muncii, de a identifica nevoile de formare și dezvoltare profesională și de a implementa politici eficiente pentru a atrage și reține cei mai buni angajați. Prin studierea modului în care oamenii interacționează psihologii de afaceri pot oferi servicii asistându-i la dezvoltarea abilităților interpersonale și la prevenirea conflictelor.

Cuvinte-cheie: *psiholog de afaceri, cadru organizațional, consiliere, roluri.*

TYPICAL ROLES FOR BUSINESS PSYCHOLOGISTS

Abstract: *The purpose of this study is to emphasize the importance of the presence of business psychologists in an organizational setting by providing assistance to both top management and employees. As it can be seen, the science of psychology redefines the typical roles of business psychologists, as well as helping to shape modern technologies. At the same time, the impact is essential in the workplace, helping managers at all levels to select, support, motivate and train the right employees, as well as help companies design products, build better workspaces and promote healthy behavior. Also, through their scientific research, business psychologists are discovering new ways to increase labor productivity, identify training and professional development needs, and implement effective policies to attract and retain the best employees. By studying how business psychologists interact, they can provide services by assisting them in developing interpersonal skills and conflict prevention.*

Keywords: *business psychologist, organizational framework, counseling, roles.*

Introducere

Deoarece profesia de psiholog de afaceri nu este o activitate de sine stătătoare, ea se bazează pe aceeași abordare sistemică organizațională: intrări (inputs), transformări/conversie (throughputs/conversion) și ieșiri (outputs), doar că mai mult accentul este pe capitalul uman. Această specializare se înscrie alături de coaching, mentoring, consilier. În sens larg, aplicabil această specializare reprezintă un proces de influență interpersonală orientată spre oferirea de asistență managerilor. Așadar, în calitate de psiholog de afaceri, acesta se poate concentra pe o gamă largă de activități și roluri specifice. Cele mai des întâl-

nite sunt: consilierea angajatorilor și directorilor generali pe baza cercetărilor studiilor științifice relevante pentru psihologia umană; îmbunătățirea modelelor de angajare; elaborarea planurilor pentru îmbunătățirea performanței, eficienței și motivației angajaților; cercetarea și implementerea metodelor de evaluare a angajaților, de dezvoltare a leadership-ului, de asigurare a siguranței la locul de muncă, de menținere a echilibrului dintre viața profesională și cea privată, precum și diversitatea în firmă. Totodată, proiectează soluții pentru a asigura un cadru de lucru pozitiv, îmbunătățește structura organizațională și de management a afacerii. Toate aceste categorii de roluri au dus la dezvoltarea mai accentuată a teoriei organizației în comparație cu teoria pură a managemenului. Handy rezumă foarte clar noua relație între variabile-cheie pe care un psiholog de afaceri trebuie să le stăpânească: oamenii, lucrul și structurile, sistemele și procedurile, tehnologia disponibilă, cultura organizației (valorile, credințele etc.). Pentru o abordare de succes toate aceste variabile trebuie echilibrate într-un mod în care să satisfacă nevoile organizației pe o anumită perioadă de timp, ceea ce reflectă în esență relația manager-psiholog de afaceri. Așadar, odată cu redresarea economiei după o perioada de pandemie, multe afaceri ar putea începe o restructurare la nivel de politică de personal, de exemplu: să recruteze personal suplimentar pentru a satisface cererea în creștere pentru produsele sau serviciile lor. Cu toate acestea, după cum știu majoritatea psihologilor de afaceri, angajarea persoanei potrivite este mult mai complicată decât simpla plasare a unei reclame în ziare sau pe internet. Psihologii de afaceri ocupaționali sunt în poziție ideală pentru a oferi acel nivel de profesionalism pentru a se asigura că organizațiile adoptă o abordare amănunțită și progresivă pentru angajarea persoanelor potrivite.

În continuare vom discuta o serie de roluri în care se specializeaza psihologii de afacerii.

Rolul de recrutor. Din momentul în care activitățile de recrutare desfășurate de organizație au reușit să atragă un număr suficient de candidați adecvați de pe piața internă și externă de muncă, psihologii de afaceri își folosesc abilitățile de selecție care au drept scops să-i identifice pe candidații cei mai potriviți pentru post și să-i convingă să facă parte din organizație. Odată ajunși în acest punct, să trecem în revistă aptitudinile necesare unui psiholog de afaceri pentru realizarea celui mai bun interviu de selecție. Cele mai recente studii arată că capacitatea de a asculta, inclusiv sesizarea chestiunilor implicite din răspunsurile candidaților, capacitatea și talentul de a pune întrebări relevante la momentul potrivit, capacitatea de a analiza imaginea candidatului, capacitatea de a rezuma modul cum se prezintă candidatul, capacitatea ce a crea o relație de comunicare, precum și știința de a controla permanent discuția, sunt competențele

de bază critice pentru un psiholog de afaceri care garantează candidatul cel mai potrivit pentru post. În domeniul psihologiei muncii se pune un mare accent pe un proces riguros care produce beneficii tangibile atât în ceea ce privește performanța psihologului de afaceri la locul de muncă, cât și eficiența sa. Desigur, multe firme odată cu pandemia și-au redus personalul din departamentul de resurse umane și, prin urmare, lipsa unui psiholog va duce la tentația de a repeta ceea ce s-a făcut cândva, pur și simplu, la aplicarea unui model tradițional de recrutare. Cu toate acestea, pentru a evita greșelile costisitoare în angajarea persoanelor potrivite, prezența psihologului de afaceri va contribui în mare măsură la profitabilitatea pe termen lung a afacerii din acest punct de vedere.

Rolul de creator al unui mediu de lucru pozitiv. Deci, cum psihologii de afaceri ar putea să obțină un mediu de lucru pozitiv, în care angajații să fie fericiți, apreciați și pe deplin implicați? Așadar, lumina de lucru a angajatului, mai rece sau mai caldă, fie prin creșterea cantității de lumină naturașă, fie prin instalarea de becuri speciale. Calitatea aerului și temperatura care poate afecta concentrarea și reduce nivelul de energie al angajatului. Luând în considerare asemenea lucruri, psihologul de afaceri împreună cu managerii vor furniza facilități menite să îmbunătățească bunăstarea fiecărei persoane.

Rolul de negociator al conflictelor. Conflictul este parte de neevitat a existenței umane [1]. Relațiile dintre oameni și mediile instituțional-organizaționale ale vieții sociale generează nu doar situații de stimulare, emulație, motivare și satisfacție, ci și situații conflictual-tensionale [2]. Deși multă vreme aceastea au avut o conotație negativă, cu efect distructiv și distabilizator, cu timpul s-a conștientizat conotația pozitivă. Rezolvarea conflictelor la locul de muncă poate fi evaluată de un psiholog de afaceri care, spre deosebire de mediatori, nu se va concentra exclusiv pe probleme, ci va include preocupări psihologice, cum ar fi: nevoia de respect, demnitatea personală, eficacitatea, imputernicirea, angajamentul, stima de sine etc. Aceasta deoarece relațiile dintre oameni și mediile instituțional-organizaționale ale vieții sociale generează nu doar situații de stmulare, emulație, motivare și satisfacție, ci și situații conflictual-tensionale.

Rolul de comunicator. Comunicarea pe cale orală reprezintă prncipala metodă de comunicare la locul de muncă [3]. De aceea, comunicarea proastă stă la baza multor probleme pentru organizații. Un sondaj de opinie a constatat că 86% dintre respondenți au acuzat lipsa de colaborare sau comunicarea ineficientă pentru eșecurile la locul de muncă. Atunci când angajații nu știu ce se așteaptă de la ei sau care este direcția firmei de dezvoltare, se simt fristrați. Atunci când managerii nu comunică bine între ei, apar neînțelegeri, iar mediul la locul de muncă nu va fi foarte pozitiv. Din fericire, putem apela la psihologul

de afaceri care intervine în procesul îmbunătățirii comunicării ascendende și descendente, de la utilizarea instrumentelor tehnologice până la stabilirea mecanismelor de feedback și practicarea rezolvării conflictelor.

Rolul de constructor al unei echipe de muncă. Construcția unei echipe eficiente de muncă se datorează legăturii de colaborare a tuturor părților implicate, de la topmanagement la psiholog. Odată construite, ele nu rămân statice, ci, dimpotrivă, încep să funcționeze, să se concentreze pe realizarea obiectivelor, să desfășoare anumite activități care aduc modificări importante în viața grupului. Echipa cu întreaga sa procesualitate este supusă evoluției, schimbării și dinamicii. Psihologul de afaceri cunoaște și stăpânește tehnici și procedee de intervenție, fie pentru a obține modificarea sau structurarea într-un sens dorit, fie menține echipa de muncă la un nivel constant. Competențele psihologului de afaceri la această dimensiune asigură eficiența productivă, dar și cea psihosocială.

Rolul de formator. Conform lui Marc Cutright, într-o acțiune de proiectare a unui program de formare multe dintre dificultățile în a prezice corect evoluția angajatului provin din dificultatea condițiilor de mediu. Conform principiului lui Cutright, vitorul este creație, nu predicție, de aceea rolul analizei de nevoi este acela de a stabili împreună cu psihologul prioritățile și de a lua anumite decizii.

Rolul de motivator. Motivația este o pârghie importantă în procesul autoreglării individului. Iată de ce acțiunea de motivare conceptualizată cu ajutorul unei definiții simple de tipul celei oferite de către Streers și Porter, pentru care „motivația este ceea ce energizează, direcționează și susține un comportament", este actuală. Literatura de specialitate susține efortul, perseverența, modelele de motivație explicative dezvoltate de psihologi. De remarcat faptul că extrem de important pentru structura și fincționalitatea comportamentului motivat este relația dintre psiholog-manager-angajat. Aceste „forțe psihologice" determină sursele de energie motivațională din mediile organizaționale.

Concluzii

În concluzie putem menționa că psihologul de afaceri poate sa-și atribuie rolurile și acțiunile necesare de intervenție pe direcția ameliorării și optimizării structurilor organizatorice, și anume: în faza de proiectare; în faza de implementare; în faza de funcționare. Fiecare dintre aceste faze presupune prezența psihologului de afaceri în stabilirea ponderii temporare a diverselor activități. Așadar, rolul psihologului în cadrul firmelor este, pe de o parte, acela de a contribui la crearea unui climat psihologic favorabil în vederea funcționării structurilor organizatorice, iar, pe de altă parte, de a ajuta puterile de decizie

prin conștientizarea eventualelor disfuncționalități, prin furnizarea măsurilor de optimizare.

Referințe:

1. SCHELLING, T.C. *Strategy of conflict.* New York: Oxford University Press, 2000.
2. ZLATE, M. *Tratat de psihologie organizațional-managerială.* Vol.II. Iași: Polirom, 2007. ISBN 978-973-46-0452-4
3. COLE, G.A. *Personnel Management.* CODECS, 2000. ISBN 973-8060-23-0