

УДК 338.001.36

**МЕТОДИКА ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЕЛЕМЕНТА В
СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**THE METHOD OF APPLICATION OF THE PSYCHOLOGICAL
ELEMENT IN THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF THE
ENTERPRISE**

*I.В. Воловельська, канд.екон.наук, А.Мазіашвілі
Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків)*

*I. V. Volovelska, PhD (Econ.), A. Mamiashvili
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)*

В умовах глобалізації і нестабільності зовнішнього оточення, а також агресивної конкуренції, одним з головних питань, що стоять перед сучасними підприємствами стає застосування факторів психологічного впливу на співробітників і клієнтів.

Головним завданням наразі стає не тільки максимальне збільшення прибутку, але й залучення клієнтів і мотивація співробітників, нейтралізація ризиків і усунення «втрачених вигод». Це пов'язано в першу чергу з тим, що сформована практика господарювання вітчизняних підприємств переважно націлена на найближчу перспективу і рішення оперативних завдань, тоді як реалізації стратегічного управлінського підходу, орієнтованого на довгострокову перспективу не приділяється належної уваги. Наслідки розвитку таких сценаріїв призводять до виявлення абсолютно нового сенсу поняття психологічного впливу (мотивації) як на глобальному, так і на локальному рівнях. Актуальними стають розгляд таких факторів ефективного розвитку підприємства як психологічний, релігійний, військовий.

Для досягнення найкращого результату необхідно створити абсолютно нову, відмінну від уже наявних методику застосування та оцінки факторів психологічного впливу, яка ґрунтується на задоволенні не тільки матеріальних, а й духовних потреб співробітників і споживачів підприємства.

Таким чином особливої актуальності набуває створення такої методики застосування факторів психологічного впливу на співробітників і клієнтів, при якій комплексно охоплюються всі необхідні для успішного розвитку підприємства питання.

Це пов'язано в першу чергу з тим, що сформована практика роботи вітчизняних підприємств переважно націлена на отримання прибутку і вирішення оперативних завдань, тоді як реалізації стратегічного

управлінського підходу, орієнтованого на довгострокову перспективу не приділяється належної уваги.

У нашому розумінні ефективна робота психологічного елемента системи економічної безпеки підприємств- це сукупність комплексної системи психологічного впливу на всі складові підприємства, а також моніторингу, діагностики кількісних і якісних показників ефективності прийнятих заходів для спонукання співробітників і клієнтів підприємства до досягнення їм поставлених цілей. Данна система, таким чином, буде поделена на два рівні:

1. Внутрішня-оцінка методів впливу на кадровий потенціал
2. Зовнішня-оцінка методів впливу на споживачів.

На наш погляд, оцінка кадрового потенціалу повинна визначити відповідність співробітників основним цілям підприємства з урахуванням застосування методик активізації мислення і методів мотивації. Висновком з такої оцінки повинен бути вердикт про реальні і приховані можливості кожного окремого співробітника, а також про найбільш прийнятні для нього методи мотивації, необхідні для збільшення якісних і кількісних показників праці, а також робочого процесу в цілому.

Існуючі методики застосування та оцінки впливу на споживача в основному засновані на визначенні їх рівня лояльності або прибутку, яку той чи інший клієнт приносить і на цій основі побудові стратегії подальших дій підприємства по їх утриманню або залученню. [5; 6]

Для того, щоб повною мірою задовольнити вимоги клієнта, необхідно врахувати всі його переваги.

Дуже важливий індивідуальний підхід до кожного клієнта. Це необхідно не тільки для виконання умов творчого задоволення, але і для створення міцних, довгострокових партнерських відносин меду компаніями і клієнтами.

Для цього необхідно вивчити психотипи споживачів і їх матеріальне становище. На підставі цих груп критеріїв ми пропонуємо види психологічного впливу (мотивації) на суб'єкта. Тобто поєднати можливості і потреби або бажання. Зараз основа мотивації-в забезпеченні тих переживань, на які налаштований споживач.

[1] Дикань, В.Л. Економічна безпека підприємства [Текст]: навч. посібник / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз. – Х.: УкрГАЗТ, 2011. – 243 с.

[2] Дикань, В.Л. Управління бізнесом [Текст]: підручник / Дикань, В.Л., Панченко С.В., Маслова В.О., Воловельська І.В.- Х.: УкрДАЗТ, 2017. – 315 с.

[3] Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – М.: ИД Вильямс, 2016.-752 с Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – М.: ИД Вильямс, 2016.-752 с.

[4] Оценка персонала по методике «360 градусов» <https://hr-portal.ru/blog/ocenka-personala-po-metodike-360-gradusov>

[5] Папазян Ж.В. Современные методы исследования лояльности клиентов//Современные проблемы науки и образования.-2013.-№3;

[6] Н.С.Ползикова. Лояльность потребителей компании: основные понятия, методология, способы формирования лояльности. //Экономика и бизнес: теория и практика, 2017.-№2.-С.61-63

[7] Прыгунов П.Я. Психология полевого поведения менеджеров по безопасности предпринимательства. Автореф. Диссертации на соискание научной степени канд.псих.наук: спец 19.00.06 «юридическая психология».-К.:НАВС Украины, 2004-20с

[8] Саушева О.С. Диагностика интеллектуальной и кадровой составляющей экономической безопасности корпорации: угрозы и условия нейтрализации. Интернет-журнал «Науковедение». Т7, №5. 2015. <http://naukovedenie.ru>

[9] Утенин В. { KPI: ключевые показатели эффективности и практическая система мотивации персонала. <https://hr-portal.ru/article/kpi-klyuchevye-pokazateli-effektivnosti-i-prakticheskaya-sistema-motivacii-personala>;

[10] Шальнова О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле: Монография / О.А. Шальнова, М.В. Зинцова, Н.В. Ребрикова; под ред. Шальной О.А. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2014. - 107 с.].

[11] Шаховская Л.С. Общественные ресурсы экономического развития: потенциал общества или потенциал бизнеса? / Л.С. Шаховская, И.В. Аракелова // Известия ВолгГТУ. Серия "Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)". Вып. 12 : межвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. - Волгоград, 2011. - № 14.)

УДК 658.5.001

ШЛЯХИ ПРИЙНЯТТЯ ОПТИМАЛЬНОГО РІШЕННЯ

WAYS OF ACCEPTING THE OPTIMAL DECISION

І.В. Воловельська, канд.екон.наук, Я.Старченко

Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків)

I. V. Volovelska, PhD (Econ.), Y.Stapchenko

Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

Використання мотиваційних факторів заснованих на поведінкових моделях, у роботі підприємства є дуже важливим аспектом.

Саме мотивація служить основою при прийнятті будь-якого рішення. При правильному використанні мотиваційних факторів підприємство буде не тільки захищено від основних ризиків, але і буде працювати максимально ефективно за мінімальних витрат.

Одним із основних чинників забезпечення ефективної роботи підприємства на основі теорії прийняття оптимальних рішень є фактор позитивного ставлення його працівників до тієї діяльності, якою дане підприємство займається .

Для забезпечення необхідної активності і спрямованості поведінки працюючих використовуються різні методики мотивації.

Мотивація, пов'язана із забезпеченням даних характеристик