

V. PSICHOLOGIJA

VERSLO PSICHOLOGO PASLAUGŲ POREIKIS VERSLO ĮMONĖSE

Prof. habil. dr. Viktoras Justickis

Mykolo Romerio universitetas,
Socialinės politikos fakultetas, Psichologijos katedra
Ateities g. 20, LT-08303 Vilnius, Lietuva
Telefonas (+370) 6153 3289
Elektroninis paštas justickv@takas.lt

Vidminas Dauderys

Mykolo Romerio universitetas,
Socialinės politikos fakultetas, Psichologijos katedra
Ateities g. 20, LT-08303 Vilnius, Lietuva
Telefonas (+370) 6768 1396
Elektroninis paštas vdauder@mruni.eu

*Pateikta 2011 m. rugsėjo 19 d.
Parengta spausdinti 2011 m. lapkričio 8 d.*

Anotacija

Straipsnyje apibendrinami Lietuvos verslo įmonių poreikio verslo psichologo paslaugoms dydžio ir jo psichologinių veiksnių tyrimai. Šie tyrimai atlikti 2007–2011 m. Jiems vadovavo straipsnio autoriai. Tyrime dalyvavo 845 Lietuvos įmonių ir jų padalinių vadovai bei kiti vadovaujantys darbuotojai, kurie atstovauja 317 įmonių iš 18 svarbiausių Lietuvos verslo krypčių.

Tyrimai leido įvertinti bendrąjį verslo poreikio psichologo paslaugoms lygį, struktūrą ir ištirti jų priklausomybę nuo įvairių psichologinių veiksnių. Buvo nustatyta: aukštas verslo psichologo paslaugų reikalingumo įvertinimas; poreikio gauti verslo psichologo

paslaugas universalumas (jos reikalingos nepriklausomai nuo verslo pobūdžio ir api- ma visus verslo įmonės veiklos aspektus); nustatyti akivaizdūs tolesnio verslo įmonių poreikio psichologo paslaugoms didinimo šaltiniai (ypač „techninėse“, monotoniškose, vykdomose pagal tikslų instrukciją veiklose); nustatyti psichologiniai veiksniai, kurie turi reikšmingą statistinį ryšį su verslo įmonės poreikiu psichologo paslaugoms. Tyrimo rezultatai yra pagrindas toliau tobulinti verslo psichologų rengimą.

Reikšminiai žodžiai: verslo psichologas, verslo psichologo paslaugos, verslo psi- chologo paslaugų poreikis, verslo psichologo paslaugų poreikio psichologiniai veiksniai, verslo psichologų rengimas.

Įvadas

Problema. Psichologijos žinių panaudojimo versle svarba nekelia abejonių. Šiuo- laikinė verslo psichologija yra moderni psichologijos šaka, disponuojanti daugybe veiksmingų metodų padėti verslui. Tai yra psichologiniai darbinės veiklos motyvacijos skatinimo, personalo atrankos, darbo santykių tobulinimo, streso įveikimo ir daugelis kitų metodų (Chmiel, 2008). Tačiau nuo gerų verslo psichologijos metodų iki jų realaus taikymo verslo įmonės veikloje – ilgas kelias. Svarbiausia problema – verslo vadovų po- žiūris į verslo psichologijos panaudojimo svarbą. Joks verslo psichologijos metodas nebus naudingas verslo įmonei, jeigu jos vadovai nesupras jo naudingumo ir nepriims spren- dimo pasinaudoti juo. Dėl to palankus verslo vadovų požiūris į psichologijos ir verslo psichologo paslaugų reikalingumą yra būtina prielaida verslo psichologijos pasiekimus panaudoti verslo įmonėje. Būtent šios problemos tyrimui ir skirtas straipsnis.

Problemos aktualumas. Šiuolaikinė verslo psichologija sukaupe plačias žinias apie psichologinius procesus, vykstančius verslo sferoje. Tuo pagrindu parengti veiks- mingi psichologiniai verslo tobulinimo metodai. Jų taikymas leistų iš esmės padidin- ti verslo rodiklius, padaryti verslą pelningesnį, o verslo veiklą našesnę. Tačiau didelė kliūtis plačiai panaudoti verslo psichologijos žinias yra tai, kad nemaža verslo vadovų dalis dar nesusiformavo atitinkamo požiūrio į verslo psichologijos svarbą ir galimybes tobulinant verslą. Susiklosto paradoksali situacija – didžiuliai verslui naudingų žinių klodai lieka nepanaudoti, neteikia verslui tos naudos, kurią galėtų teikti. Ši situacija nepalanki ne tik verslui, bet ir verslo psichologijai, nemažai verslui naudingų verslo psichologijos pasiekimų neperžengia verslo įmonės slenksčio, taip ir lieka akademi- nės, tai yra praktiškai nereikalingos, žinios. Dėl to verslo psichologijai suteikiamas la- bai nepalankus „nereikalingo“, „akademiniio“ mokslo statusas, kai šios verslo šakos potencialus naudotojas nemato jos naudingumo.

Tyrimo tikslas – ištirti verslo įmonių vadovų požiūrį į psichologo paslaugų reika- lingumą ir susietus su juo psichologinius veiksnius.

Tyrimo uždaviniai. Tyrimo tikslui realizuoti, reikia išspręsti tokius uždavinius:

- ištirti įvairių verslo sričių vadovų požiūrį į psichologo paslaugų reikalingumą verslo įmonei;

- atskleisti įmonių vadovų požiūrį į psichologinės paslaugos ypatumus įvairiose įmonės veiklos sferose;
- nustatyti svarbius verslo vadovų požiūrį į psichologo paslaugų svarbą verslo įmonei formuojančius veiksnius.

1. PROBLEMOS IŠTYRIMAS

Kiekvienas mokslinis tyrimas remiasi jau atliktais tyrimais analizuojamoje srityje. Tai daroma apibendrinant nagrinėjamo klausimo literatūrą. Analizuojant surinktą literatūrą, nustatomi neištirti klausimai, numatomi tolesni tyrimai.

Tačiau apibendrinant mūsų nagrinėjamos problemos ištyrimą, susidurta su unikalia situacija. Atlikus nuodugnią informacinę paiešką publikacijų šia tema nepavyko rasti.

Apibūdinsime atliktą paiešką. Ji buvo vykdoma duomenų banke EBSCO 2011 m. balandžio mėnesį. Publikacijų apie psichologinius veiksnius, kurie veikia verslo vadovų požiūrį į verslo psichologo paslaugas, ieškota pagal tokius raktažodžius:

„business“, „demand“, „psychology“, „psychological factors“, „business“, „manager attitude“ to „psychologists“, „psychological service“ for „business enterprises“, „psychologist role (OR „significance“ OR „importance“ OR „functions“)“ in „business“, „psychological innovations“ in „business“ („industrial“ OR „rural“ OR „health care“ OR „education“ OR „service“), „demand“ for („psychology“ OR „psychological“ OR „psychologist“) service“.

Paieškos rezultatas – 56 publikacijos, kuriose buvo minėti raktažodžiai.

Šios publikacijos toliau tirtos, siekiant išskirti iš jų tas, kurios tiria ar tiesiogiai aptaria psichologinius veiksnius, kurie turi įtakos verslo įmonių vadovų požiūriui į verslo psichologų paslaugų reikalingumą. Deja, *nė viena tokia publikacija nebuvo rasta.*

Tai unikalus šiuolaikiniame moksle atvejis, kai už tyrėjų dėmesio ribų lieka svarbi mokslinė problema – verslo psichologo paslaugų paklausa verslo įmonėse.

Būtų galima pateikti kelis šio unikalaus reiškinių paaiškinimus.

Verslo psichologai aktyviai tiria psichologinius įvairiausių paklausų veiksnius. Tai platūs rinkodaros, reklamos, pirkėjų, pasitenkinimo įvairiomis paslaugomis tyrimai (Lempert, 2002; Michman, Mazze, 2006; Sutherland, Sylvester, 2000; Alwitt, Mitchell, 1985). Tačiau neatlikta psichologinių tyrimų, kurie aiškintų, nuo kokių psichologinių veiksnių priklauso verslo psichologo paslaugų paklausa. Galima manyti, kad tokių tyrimų nėra dėl to, kad paprasčiausiai nėra jų užsakovo. Sunku įsivaizduoti psichologines paslaugas teikiančią įmonę, kuri užsako kitai tokiai pat psichologinei įmonei tyrimą – iširti, nuo kokių psichologinių veiksnių priklauso jų klientų psichologinių paslaugų poreikis.

Kitas galimas paaiškinimas – „baltojo chalato“ reiškinys, nustatytas gydytojų, kurie patys tapo pacientais, tyrimuose (Klitzman, 2008). Paaiškėjo, kad daliai gydytojų jų pačių susirgimas buvo didelis netikėtumas. Taip buvo todėl, kad jie buvo įsitikinę, kad medicinos problemos susijusios tik su jų pacientais ir negali kilti jiems patiems. Tokiam gydytojui atrodė, kad pats jis negali susirgti, kadangi baltas gydytojo chalatas „gina“ jį

nuo medicininių problemų, su kuriomis susiduria žmonės „be chalato“. Galima manyti, kad psichologų atveju šis efektas gali pasireikšti neįsisąmonintu įsitikinimu, kad visi psichologiniai veiksniai, kurie gali sumažinti paklausą bet kokiai paslaugai, neveikia pačių psichologų atžvilgiu. Be to, psichologas gali tikėti, kad jis ir be tyrimų gerai įsivaizduoja visus veiksnius, nuo kurių priklauso poreikis jo paslaugoms.

Dar viena galima situacijos interpretacija – savotiškas psichologų konservatyvumas, atsargumas ir santūrumas, skatinantis užsiiminėti tik „solidžiomis“ problemomis, tai yra tokiomis, kur jau sukaupta pakankama tyrimo patirtis, yra patikrintos tyrimo metodikos, gausi literatūra. Šis požiūris verčia vengti naujesnių, nepakankamai ištirtų problemų.

Visapusiškesnis šio reiškinio supratimas reikalauja tolesnių specialių tyrimų. Mūsų tyrimui svarbi pagrindinė išvada dėl mūsų nagrinėjamos problemos: *ji nebuvo tiriama*.

2. METODIKA

2.1. Tiriamieji

Apklausti 845 asmenys – Lietuvos įmonių vadovai, padalinių vadovai, vadovaujantys darbuotojai, kurie atstovauja 317 įmonių. Pagal savo veiklos rūšis šios įmonės reprezentuoja 18 svarbiausių Lietuvos verslo krypčių (EVRK 2 red.). Tiriamųjų amžius nuo 22 iki 60 metų, 48,3 proc. (N=408) moterys ir 51,7 proc. (N=437) vyrai. Tyrimo dalyviai buvo atrenkami patogiosios imties būdu.

2.2. Tyrimo metodika

Verslo psichologo paslaugų poreikiui verslo įmonėse įvertinti straipsnio autoriai parengė specialią metodiką. Tyrimų metu metodika buvo tikslinama, parengtos trys jos modifikacijos.

Pirmosios modifikacijos pagrindą sudaro 32 verslo įmonės vadovavimo, organizacijos ir veikimo sričių sąrašas. Šis sąrašas buvo sudarytas remiantis verslo ir organizacinės psichologijos mokslų laimėjimais, atsižvelgiant į pagrindines verslo įmonės vadovavimo, organizacijos ir veikimo sritis. Tyrimo metu šis sąrašas pateikiamas tiriamiesiems verslo atstovams ir jie prašomi įvertinti 5 balų sistema psichologo pagalbos naudingumą tobulinant kiekvieną iš šių sričių, sprendžiant jos problemas. Gauti įverčiai buvo traktuojami kaip psichologinės pagalbos reikalingumo (poreikio gauti šią pagalbą) įvertinimai. Toliau tobulinant metodiką buvo atlikta gautų įverčių faktorinė analizė, jos pagrindu nustatytas latentinis veiksnys „Bendras poreikis psichologinei pagalbai“, kuris paaiškino 65–80 proc. apibendrintos psichologo reikalingumo įvertinimo rodiklių variacijos ir šio veiksnio pagrindu suformuota atitinkama skalė „Bendrasis psichologinės pagalbos poreikis“, gautos jos pirminės psichometrinės charakteristikos.

Atsižvelgiant į tai, kad metodikoje buvo neįtrauktos kai kurios įmonės veiklos sritys, kuriose teikiama psichologinė paslauga, buvo parengta antroji modifikacija, kurioje verslo įmonės vadovavimo, organizacijos ir veikimo sferų sąrašas papildytas iki 41 sferos.

Trečiąją modifikaciją sudaro atrinktos 72 psichologų teikiamos paslaugos verslo organizacijoms. Šios paslaugos pagal įmonės vadovavimo, organizacijos ir veikimo sferas suskirstytos į 6 subskales: organizacijos įvertinimas (11 paslaugų, Cronbacho- α – 0,835), organizacijos vystymas (13 paslaugų, Cronbacho- α – 0,886), ŽIV: personalo atranka, personalo ugdymas ir mokymų organizavimas (14 paslaugų, Cronbacho- α – 0,917), bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas (10 paslaugų, Cronbacho- α – 0,883), vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas (14 paslaugų, Cronbacho- α – 0,907), pardavimų vadyba (10 paslaugų, Cronbacho- α – 0,910). Pateikiamų psichologinių paslaugų poreikis vertinamas pagal Likert'o skalę.

Dabartiniu metu metodika tobulinama ir rengiama toliau taikyti.

2.3. Tyrimo eiga

Straipsnio autorių vadovaujami ir padedami 2007–2011 m. m. psichologijos magistrantūros studentai D. Arestovičienė, L. Chaleckaja, A. Glebavičienė, O. Jona-
vičiūtė, V. Kuodytė, J. Tomaševič ir R. Valinčiūtė atliko septynių verslo psichologų teikiamų paslaugų įvertinimo ir psichologinių veiksnių, veikiančių vadovų nuomonę apie psichologinės paslaugos reikalingumą jų įmonei, tyrimus: „*Verslininko požiūrio į psichologines paslaugas psichologiniai veiksniai*“ (2008); „*Psichologinės pagalbos poreikis įmonių vadovams*“ (2009); „*Psichologo paslaugų reklamos versle būdai ir jos psichologiniai veiksniai*“ (2009); „*Verslo įmonės vadovo asmenybės bruožų, vadovavimo stiliaus ir psichologinės pagalbos poreikio sąsajos*“ (2010); „*Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos*“ (2011); „*Vadovų asmenybės bruožų ir motyvuojančių veiksnių sąsajos su psichologinių paslaugų poreikiu verslo organizacijose*“ (2011); „*Verslo įmonių vadovų asmenybės bruožų, streso įveikos strategijų ir psichologinių paslaugų poreikio sąsajos*“ (2011).

Vykdamas visus šiuos tyrimus buvo vertintas tirtų įmonių poreikis verslo psichologo paslaugoms; tirta šio poreikio priklausomybė nuo verslo įmonės ypatumų: dydžio, verslo krypties, verslo strategijos; tirta psichologo paslaugos poreikio įvertinimo priklausomybė nuo psichologinių veiksnių – tirtų įmonių vadovų, padalinių vadovų, vadovaujančių darbuotojų asmenybės bruožų, nuostatų, kognityvinių schemų, jau turimos bendradarbiavimo su psichologais patirties. Kiekvienas iš atliktų tyrimų buvo sudarytas iš dviejų dalių: bendrosios ir specialiosios.

Bendroji dalis buvo identiška visuose tyrimuose. Panaudojant straipsnio autorių parengtą psichologo paslaugų poreikių verslo organizacijose tyrimo metodiką (arba vieną iš jos modifikacijų) buvo tiriami įvairūs verslo įmonių bei jų padalinių vadovų, taip pat kitų vadovaujančių darbuotojų psichologo paslaugų reikalingumo vertinimai.

Specialioji kiekvieno tyrimo dalis buvo skirtinga. Tas skirtumas priklausė nuo to, kokie psichologiniai veiksniai, galimai veikiančys psichologų paslaugų vertinimą, nagrinėjami atskirame tyrime.

3. REZULTATAI

Šiame skyriuje apibendrinamas kiekvienas atliktas tyrimas ir pateikiamos jo išvados apie psichologinės paslaugos poreikį tirtose verslo įmonėse. Rezultatai apibendrinami pagal vienodą schemą: tyrimo autorius ir tema, tiriamieji, psichologinės paslaugos įvertinimai ir rezultatų aptarimas.

3.1. Verslininko požiūrio į psichologines paslaugas psichologiniai veiksniai

Tiriamieji: 195 įmonių ir padalinių vadovai ir kiti vadovaujantys darbuotojai.

Tyrimo rezultatai. Tyrime naudota pirmoji metodikos modifikacija.

1 lentelė. Psichologo naudingumo įvertinimas vykdant šias veiklas organizacijoje

Paslaugos	Σ	SD	Paslaugos	Σ	SD
Psichologinis konsultavimas	4,79	,464	Tyrimų atlikimas	3,87	,924
Psichologiniai mokymai	4,70	,640	Inovacijų skatinimas	3,78	1,069
Psichologinis vartotojų pritraukimas	4,56	,760	Darbo atlikimo vertinimas	3,78	,951
Personalo atranka	4,40	,802	Darbo krūvio vertinimas	3,68	,949
Streso įveikimas	4,37	,751	Mokymo poreikių nustatymas	3,64	,961
Personalo motyvacijos stiprinimas	4,30	,911	Įmonės plėtros planų kūrimas	3,57	1,015
Konfliktų sprendimas	4,21	,813	Krūvio ir užduočių paskirstymas	3,47	1,141
Reklamos kūrimas	4,18	,901	Mokymo vertinimas	3,47	,869
Darbas su grupe	4,18	,954	Verslo organizavimas	3,33	,934
Personalo valdymas	4,10	,977	Darbo proceso organizavimas	3,27	,996
Kolektyvinio darbo tobulinimas	4,09	,918	Administravimas	3,06	,967
Komandų formavimas	4,06	,956	Instruktavimas saugumo klausimais	2,82	1,049
Darbo aplinkos kūrimas	3,94	,909	Technologijų plėtra darbe	2,54	1,001
Tarpininkavimas ir derybos	3,92	,793	Darbo technologijų kūrimas	2,41	,855
Mokymo projektavimas	3,91	,872	Buhalterinė apskaita	2,24	,919
Įmonės įvaizdžio kūrimas	3,89	,924			
Organizacinės kultūros gerinimas	3,87	,984			

Rezultatų aptarimas

1. Verslo poreikis gauti psichologo pagalbą yra universalus. Nenustatytas nė vienas verslo aspektas, dėl kurio verslo atstovai pareikštų, kad psichologo pagalba nėra reikalinga. Tai leidžia kelti prielaidą dėl svarbaus verslo poreikio gauti psichologo pagalbą struktūros ypatumo. Šią struktūrą sudaro dvi dalys – bendroji (verslininko manymas, kad psichologo pagalba reikalinga visais atvejais, sprendžiant bet kokį klausimą) ir specifinė (psichologo reikalingumo atskiram verslo aspektui).
2. Psichologo pagalba vertinama kaip labai reikalinga (aukščiausio reikalingumo grupė) dvylikoje iš 32 verslo sferų. Šiai grupei priklauso psichologinis konsultavimas, psichologiniai mokymai, psichologinis vartotojų pritraukimas, personalo atranka, streso įveikimas, personalo motyvacijos stiprinimas, konfliktų sprendimas, reklamos kūrimas, darbas su grupe, personalo valdymas, kolektyvinio darbo tobulinimas, komandų formavimas. Į šią grupę pirmiausia įeina veiklos, kurių pavadinime yra žodis „psichologinis“ arba kitoks psichologijos terminas (pvz., stresas, motyvacija, konfliktas). Svarbu, kad aiškiausiai psichologui priklausančios veiklos sferos tiriamųjų vertinamos kaip itin naudingos verslo įmonei.
3. Ne mažiau svarbios ir priešingos grupės veiklos, tai yra tos, kuriose psichologo pagalba vertinama kaip mažiausiai reikalinga (įvertinimai mažesni už 3). Tai daugiausiai „techniniai“, vykdomi pagal tikslas instrukcijas, monotoniški darbai: instruktavimas saugumo klausimais, technologijų plėtra darbe, darbo technologijų kūrimas, buhalterinė apskaita. Tokie „techniški“, monotoniški, pagal tiksliai instrukciją vykdomi darbai yra „nepsichologiniai“, čia nėra „žmogiškojo elemento“ ir dėl to psichologas čia neturi ką veikti. Vertinimo paradoksas yra tai, kad visa verslo psichologija, pradedant nuo garsių Tyloro konvejerio apšvietimo kaitaliojimo eksperimentų, buvo glaudžiausiai susijusi būtent su psichologine pagalba darbuotojams, kurie vykdo tokią monotonišką, nekūrybišką veiklą. Darbo veiklos papildymas, darbuotojų motyvavimo ir daugelis kitų programų buvo nukreiptos kaip tik į tokius darbuotojus ir tokią veiklą. Tai leidžia apibūdinti šį žemą psichologo naudingumo įvertinimą gavusias veiklas kaip latentinio psichologo naudingumo sritis. Tai verslo sritys, kur žemas psichologinės paslaugos naudingumo įvertinimas labiausiai priklauso nuo verslo atstovų nepakankamo informuotumo apie tikrąsias verslo psichologijos galimybes. Pašalinus šį nepakankamą informuotumą, poreikis gauti psichologo paslaugas išaugtų ir šios įmonės vadovavimo, organizacijos ir veiklos sritys galėtų būti kvalifikuojamos kaip tolesnio psichologo paslaugų poreikio augimo šaltinis.

3.2. Psichologinės pagalbos poreikis įmonių vadovams

Tiriamieji. 147 įmonių vadovai ir įmonių padalinių vadovai.

Tyrimo rezultatai. Tyrime buvo naudota antroji metodikos modifikacija. Tiriamieji buvo prašomi apskritai įvertinti psichologų paslaugų reikalingumą, nurodyti tas

paslaugas, kurios jiems šiuo metu būtų svarbiausios. Įdomi buvo ir apklausos dalis, kur psichologo paslaugų reikalingumas buvo siejamas su finansinėmis įmonės galimybėmis.

2 lentelė. Atsakymai į klausimus apie psichologinės pagalbos poreikį *

	Taip	Nežino, ar reikalingos	Ne, nereikalingos %
Ar reikalingos verslo psichologo paslaugos?	59,9	26,5	13,6

	Konsultuoti su verslo psichologu	Kviestūsi verslo psichologą dirbti į savo organizaciją	Nesikonsultuotų su verslo psichologu
Jei tik būtų finansinės galimybės, Jūs:	71,4	21,8	6,8

	Renkasi mokymus	Renkasi konsultacijas dėl asmeninių problemų	Renkasi įmonių tyrimus	Renkasi verslo konsultacijas	Teigia, kad nėra reikalo naudotis jokiais psichologinėmis paslaugomis
Kokiomis iš šių paslaugų norėtumėte pasinaudoti	53,7	30,6	27,2	21,1	4,1

*Rezultatai pateikiami procentais

Rezultatų aptarimas

1. Pakeitus apklausos metodiką, klausiant apskritai apie psichologo paslaugų reikalingumą vietoj klausimo apie naudingumą atskirose srityse, gauti šiek tiek skirtingi atsakymai. Atsirado 13,6 proc., kurie pareiškė, kad šios paslaugos nereikalingos. Reiškiny, kai klausimo sukonkretinimas iš esmės pakeičia atsakymus, labai gerai žinomas. Apklausos rodo, kad dauguma gyventojų už mirties bausmę, tačiau keičia nuomonę, kai klausama apie šią bausmę konkreitiems asmenims ir konkrečiomis aplinkybėmis. Apklausos metodų tyrimai rodo, kad patikimesni yra kaip tik sukonkretinti klausimai (Chmiel, 2008).
2. Tačiau bendroji tendencija išlieka pastovi. Dauguma tiriamųjų (beveik 60 proc.) vertina psichologo paslaugas kaip reikalingas. Gerokai mažesnis yra abejojančių ar manančių, kad jos nereikalingos, skaičius.
3. Finansinis „spaudimas“ verčia tiriamuosius pasirinkti pigų, bet aiškiai blogesni variantą „Konsultuoti su verslo psichologu“ vietoj „Kviestūsi verslo psichologą dirbti į savo organizaciją“.

3.3. Psichologo paslaugų reklamos versle būdai ir jos psichologiniai veiksniai

Tiriamieji: 111 vadovų, struktūrinių padalinių vadovų ir kitų vadovaujančių darbuotojų.

Tyrimo rezultatai. Buvo prašyta įvertinti, kuriose verslo srityse reikalinga psichologo paslauga. Paslaugų sąrašas šiame tyrime buvo iš dalies modifikuotas ir sumaižintas. Svarbiausia korekcija – buvo atsisakyta formuluočių, kuriose yra „menantis atsakymą“ žodis „psichologinis“ (palikus tik „psichologinis konsultavimas“).

3 lentelė. Verslo įmonės vadovavimo, organizacijos ir veiklos sritys

Paslaugos	Σ	SD	Paslaugos	Σ	SD
Personalo atranka	3,95	1,004	Mokymo poreikių bei turinio nustatymas	2,95	1,112
Personalo valdymas	3,17	1,124	Mokymo organizavimas	2,80	1,187
Personalo darbo motyvacijos stiprinimas	3,80	0,913	Mokymų vertinimas	2,91	1,193
Darbo proceso organizavimas	2,56	1,121	Organizacinės kultūros analizavimas ir vertinimas	3,57	1,203
Darbo atlikimo vertinimas	2,45	1,080	Įmonės įvaizdžio kūrimas	3,16	1,275
Darbo krūvio įvertinimas	3,10	1,125	Įmonės plėtros planų kūrimas ir jų vykdymas	2,31	1,011
Darbo krūvio ir užduočių paskirstymas	2,74	1,114	Vadovavimas verslo organizavimo procesui	2,27	1,124
Darbo aplinkos kūrimas	3,41	1,086	Inovacijų motyvacijos skatinimas	3,11	0,971
Darbinio streso įveikimas	4,31	0,892	Reklamos kūrimas	3,17	1,270
Darbas su grupe	3,43	1,101	Psichologinis konsultavimas	4,26	0,931
Komandų formavimas	3,10	1,313	Tarpininkavimas ir derybos	3,40	1,038
Kolektyvinio darbo tobulinimas	3,22	1,229	Tyrimų atlikimas	3,30	1,141
Konfliktų sprendimas	4,15	0,969			

Rezultatų aptarimas

1. Buvo pakartotinai patvirtintas aukštas psichologo pagalbos reikalingumo lygis, nenustatyta jokių verslo vadovavimo, organizacijos ir veiklos sričių, kurioms psichologo pagalba būtų pripažinta nereikalinga. Ir šis tyrimas parodė, kad net ir minimalūs psichologo pagalbos reikalingumo įvertinimai yra gana aukšti (2,27). Pastebėtas šiam ir ankstesniems tyrimams bendras dėsningumas – įvertindami psichologo pagalbos būtinumą, tiriamieji beveik išimtinai pateikia įvertinimus, esančius virš medianos – 3.

2. Šiame tyrime pastebima ir kita pirmajame tyrime išryškėjusi tendencija – tiriamųjų polinkis psichologinę pagalbą pirmiausia sieti su veiklos rūšimis, labiausiai susijusiomis su žmonių santykiais (konfliktų sprendimas, darbas su grupe), geresniu žmonių pažinimu (personalo atranka), su žodžiu „psichologinis“ (psichologinis konsultavimas) ar kitokiais psichologijos terminais (darbinio streso įveikimas, personalo darbo motyvacijos stiprinimas). Kaip ir pirmojo tyrimo išvadose, monotoniškos, „techninės“, pagal tikslią instrukciją vykdomos veiklos klaidingai manoma esančios už psichologo kompetencijos ribų.

3.4. Verslo įmonės vadovo asmenybės bruožų, vadovavimo stiliaus ir psichologinės pagalbos poreikio sąsajos, vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos, vadovų asmenybės bruožų ir motyvuojančių veiksnių sąsajos su psichologinių paslaugų poreikiu verslo organizacijose, verslo įmonių vadovų asmenybės bruožų, streso įveikos strategijų ir psichologinių paslaugų poreikio sąsajos

Tiriamieji: 392 verslo įmonių vadovai.

Tyrimo rezultatai. Šių 4 tyrimų rezultatai analizuojami kartu, kadangi visuose tyrimuose buvo naudojama ta pati trečioji metodikos modifikacija.

4 lentelė. Psichologinių paslaugų reikalingumo įverčiai subskalėse

Subskalės	Σ	SD
Organizacijos įvertinimas	3,29	1,183
Organizacijos vystymas	3,33	1,138
ŽIV: personalo atranka, personalo ugdymas ir mokymų organizavimas	3,23	1,104
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	3,34	1,139
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	3,23	1,122
Pardavimų vadyba	3,17	1,252

5 lentelė. Didžiausi ir mažiausi įverčiai subskalėse

Paslaugos	Σ	SD	Paslaugos	Σ	SD
Organizacijos įvertinimas			Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas		
Darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė	3,68	1,081	Darbinio streso valdymo ir įveikos įgūdžių lavinimas	3,55	1,075
Įmonės psichologinio klimato įvertinimas	3,49	1,249	Emocinio intelekto lavinimas	3,46	1,028
Organizacijos kultūros analizė	3,12	1,114	Pozityvaus mąstymo ugdymas	3,23	1,150
Darbo atlikimo vertinimas: darbo potencialo vertinimas ir plėtojimas	3,04	1,272	Personalo asmeninio įvaizdžio kūrimas	3,11	1,159

Organizacijos vystymas			Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas		
Personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei įvertinimas	3,53	1,156	Vadovo darbo su grupe įgūdžių lavinimas	3,47	1,099
Personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė	3,49	1,233	Vadovaujančio personalo pokyčių valdymo gebėjimų ugdymas	3,46	1,099
Pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė	3,20	1,096	Vadovo įtakos darymo įgūdžių lavinimas	3,09	1,136
Personalo tarpasmeninių santykių analizė	3,09	1,167	Vadovo individualaus pokalbio su darbuotojais įgūdžių lavinimas	2,76	1,248
ŽIV: darbuotojų atranka, darbuotojų ugdymas ir mokymų organizavimas			Pardavimų vadyba		
Personalo karjeros planavimas	3,49	1,137	Vartotojų paieškos ir palaikymo strategijų diegimas	3,33	1,300
Personalo kūrybiškumo ugdymas	3,40	1,095	Pardavimo standartų kūrimo organizavimas	3,32	1,254
Žmogiškų išteklių planavimas	3,09	1,134	Vidinis pardavimų darbo organizavimas	2,99	1,195
Mokymų poreikio ir turinio nustatymas	2,93	1,120	Reklamos kūrimo organizavimas bei rezultatų įvertinimas	2,98	1,225

Rezultatų aptarimas

1. Psichologinių paslaugų reikalingumo įvertinimo analizė pagal pagrindines paslaugų sritis atskleidė, kad psichologinių paslaugų reikalingumo įvertis visoje srityse yra didesnis už vidutinį. Didžiausi įverčiai yra organizacijos vystymo (3,33) bei bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo srityse (3,34), mažiausi – ŽIV: personalo atrankos, personalo ugdymo bei mokymų organizavimo (3,23) ir pardavimų vadybos (3,17) srityse (5 lentelė).
2. Analizuojant konkrečias paslaugas ryškėja tendencija, kad kiekvienoje veiklos srityje yra tiek labai aukštai, tiek ir žemai vertinamų psichologo paslaugų. Aukščiausiai įvertinta paslauga – darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė (3,68), žemiausiai – vadovo individualaus pokalbio su darbuotojais įgūdžių lavinimas (2,76). Šis platus vertinimo diapazonas byloja apie skirtingus organizacijų poreikius. Klausimas, kokie ekonominiai ir psichologiniai veiksniai lemia tokią situaciją, yra dalis atliekamų tyrimų.
3. Tradiciškai psichologams priskiriamos paslaugos, kurios visuomenėje yra žinomos ir aukštai vertinamos – darbinio streso valdymo ir įveikos įgūdžių lavinimas (3,55), įmonės psichologinio klimato įvertinimas (3,49), personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei įvertinimas (3,53), personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė (3,49). Tuo tarpu literatūroje plačiai nagrinėjamos ir

apimančios aukštai įvertintas paslaugas, bet visuomenei mažiau žinomos paslaugos – organizacijos kultūros analizė – vertinamos gerokai žemiau – (3,12). Tą pačią tendenciją galima pastebėti ir analizuojant reklamos kūrimą (2,98), nors reklamos psichologija plačiai išvystyta.

4. Vertinant paslaugas, susijusias su personalu, pastebima tendencija, kad vadovai labiau orientuoti į rezultatą nei į darbuotoją – mokymų poreikio ir turinio nustatymas (2,93), personalo tarpasmeninių santykių analizė (3,09), žmoniškųjų išteklių planavimas (3,09).
5. Psichologo vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugos taip pat nėra aukštai vertinamos (3,23). Šioje srityje aukščiau vertinamos paslaugos, nukreiptos į vadovo poveikio darbuotojams įgūdžių ugdymą nei į saviugdą.

4. TYRIMŲ REZULTATŲ APTARIMAS

1. Atliktų tyrimų rezultatai byloja, kad psichologo paslaugos reikalingumas vertinamas aukštai, nėra veiklų, kuriose psichologo pagalba būtų nereikalinga, lemiamą įvertinimo dalį sudaro „bendras poreikis“ (bendroji verslo vadovų nuomonė apie psichologinių paslaugų reikalingumą).
2. Tačiau, iš kitos pusės, verslo vadovai šiek tiek atsargiau vertina psichologinės paslaugos reikalingumą ir svarbą. Vadovai retai pasirenka mažesnę už medianos – 3 įvertį. Kartu jie neišnaudoja galimybės vertinti psichologo paslaugos reikalingumą aukštai – 4 ir aukščiau. Dauguma vadovų vertinimų dažniausiai svyruoja tarp 3 ir 4. Vienas iš galimų šio reiškinių paaiškinimų yra tai, kad vertindami vadovai iš anksto užima „derybinę poziciją“. Pripažinti tam tikrą paslaugą esant labai reikalingą, reiškia pripažinti ir būtinybę mokėti už ją labai daug.
3. Pažymėtina, kad vadovai žemai vertina psichologo naudingumą vykdant uždavinius, kurie tradiciškai laikomi „nepsichologiniais“ – „techninius“, vykdomus pagal tikslią instrukciją. Aukšto naudingumo įvertinimo sulaukia psichologo paslaugos vykdant tokią veiklą kaip darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė (3,68), įmonės plėtros planų kūrimo ir jų vykdymo analizė (3,37), darbo analizė ir projektavimas (3,21). Taigi, kad ir atsargiau vertindami psichologo pagalbos reikalingumą, vadovai geriau supranta psichologo dalyvavimo įvairiausiose įmonės veiklos sferose būtinumą.

IŠVADOS

1. Verslo atstovų požiūris į psichologų paslaugų reikalingumą yra sudėtingas, nuo daugelio faktorių priklausantis reiškinys. Dėl to tik tolesni, platus, reprezentatyvūs tyrimai, atlikti taikant tobulus psichologinius metodus, leis sudaryti išsamų ir abejonių nekeliantį šio reiškinių vaizdą. Tačiau jau atlikti tyrimai leidžia nustatyti pamatines šio reiškinių savybes.

2. Galima patikimai konstatuoti aukštą verslo atstovų psichologinių paslaugų reikalingumo įvertinimą.
3. Psichologo reikalingumo vertinimas pasižymi *universalumu*. Aukštą psichologo reikalingumo įvertinimą teikia visų tirtų verslo kryptų atstovai.
4. Psichologo paslaugų reikalingumas yra universalus ir kitu atžvilgiu. Verslo atstovai aukštai vertina psichologo reikalingumą visose be išimčių verslo įmonės veiklos sferose.
5. Nustatyti svarbūs tolesnio psichologinių paslaugų poreikio verslo įmonėse augimo šaltiniai. Jie yra susiję su pagalba verslo įmonių vadovams suprasti ir įvertinti šiuolaikinių verslo psichologų galimybes. Tai ypač svarbu „techninėse“, pagal tikslią instrukciją vykdomose, monotoniškose veiklose.
6. Psichologo paslaugų reikalingumo įvertinimas glaudžiai susijęs su verslo įmonės organizaciniais ypatumais, įmonėje vyraujančiu psichologijos ir psichologo įvaizdžiu, verslo vadovų asmenybės ypatumais.

Literatūra

1. Alwitt, L., Mitchell, A. A. Psychological Processes and Advertising Effects: Theory, Research, and Applications. Hillsdale, NJ.: 1985.
2. Arestovičienė, D. Verslo įmonių vadovų asmenybės bruožų, streso įveikos strategijų ir psichologinių paslaugų poreikio sąsajos. Magistro baigiamasis darbas. 2011.
3. Chaleckaja, L. Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos. Magistro baigiamasis darbas. 2011.
4. Chmiel N. Introduction to Work and Organizational Psychology. 2nd ed. Malden (Mass.): Blackwell Publishing, 2008.
5. Glebavičienė, A. Vadovų asmenybės bruožų ir motyvuojančių veiksnių sąsajos su psichologinių paslaugų poreikiu verslo organizacijose. Magistro baigiamasis darbas. 2011.
6. Holmes T., Business Organisation: A Practical Guide for Business Management Students. 2001.
7. Jonavičiūtė, O. Psichologinės pagalbos poreikis įmonių vadovams. 2009. http://www.amazon.com/s/ref=ntt_athr_dp_sr_1?_encoding=UTF8&sort=relevancerank&search-alias=books&field-author=Graeme%20Salaman
8. Klitzman <http://www.amazon.com/Doctors-Become-Patients-Robert-Klitzman/dp/0195327675> - # R. When Doctors Become Patients. Oxford University press, 2008.
9. Kuodytė, V. Psichologo paslaugų reklamos versle būdai ir jos psichologiniai veiksniai. Magistro baigiamasis darbas. 2009.
10. Lempert Ph. Being the shopper : understanding the buyer's choice . NewYork : Wiley, 2002.
11. Michman. R., Mazze E. M. The Affluent Consumer: Marketing and Selling the Luxury Lifestyle. Preager, 2006.
12. Salaman G. Understanding Business Organisations. Routledge, 2001.
13. Schafer J., Navarro J. Advanced Interviewing Techniques: Proven Strategies for Law Enforcement, Military, and Security Personnel. Thomasbooks. 2010.
14. Sutherland M., Sylvester. A. Advertising and the Mind of the Consumer: What Works, What Doesn't, and Why. St. Leonards, N.S.W. 2000.
15. Tomaševič, J. Verslininko požiūris į psichologines paslaugas psichologiniai veiksniai. Magistro baigiamasis darbas. 2008.

16. Tosi, H. L. Theories of Organization. Sage Publications, 2009.
17. Tsoukas, H.; Knudsen, C. The Oxford Handbook of Organization Theory: Meta-theoretical Perspectives (Oxford Handbooks). Oxford University Press, 2003.
18. Valinčiūtė, R. Verslo įmonės vadovo asmenybės bruožų, vadovavimo stiliaus ir psichologinės pagalbos poreikio sąsajos. Magistro baigiamasis darbas. 2010.

DEMAND FOR BUSINESS PSYCHOLOGIST SERVICES AT ENTERPRISES

Prof. Habil. Dr. Viktoras Justickis

Mykolas Romeris University, Lithuania

Vidminas Dauderys

Mykolas Romeris University, Lithuania

Summary

The paper focuses upon the psychological factors determining the magnitude of the demand of business enterprises for the services of psychologists. Studies led by the authors in 2007–2011 are reviewed. These studies involved 845 heads and other leading persons, representing 237 business enterprises, belonging to 18 of the most important branches of the country's economy. The reviewed studies provided an assessment of the general level and structure of the demand for psychologist services and to reveal the psychological factors affecting it.

The most important outcomes: the interrogated leading persons in business enterprises assessed the necessity of psychological services as very high; the necessity of psychological services is universal (1. they are needed in all branches of business; 2. every aspect of business enterprise needs it); important reserves for further increase of demand for psychological service were discovered; psychological factors showing statistically significant interconnections with the demand under study were revealed. The directions for further improvement of the training of business psychologists have been discussed.

Keywords: *business psychologist, services of business psychologist, demand for services of business psychologist, psychological factors of demand for service of business psychologist, education of business psychologist.*