

Просвітницька діяльність практичних психологів та проблеми формування психологічної компетентності менеджерів щодо управлінської взаємодії в MLM.

Компанії MLM (мережевий маркетинг) є досить специфічним видом підприємств, адже в своїй діяльності вони спираються перш за все на людський фактор, який і є головним стратегічним ресурсом та джерелом успіху компанії в конкурентній боротьбі. Працюючи з товарами, інформацією, послугами, MLM-фірми роблять це через дистриб'юторів, від яких залежить торговий оборот фірми і її прибуток. Ефективність же роботи широкого дистриб'юторського загалу напряму залежить від менеджерів компанії, рівня їх кваліфікації, стилю керівництва, спрямованості та управлінської культури. Тому, очевидно, що роль просвітницької діяльності практичних психологів у формуванні психологічної компетентності менеджерів MLM-фірм щодо управлінської взаємодії є вельми важливою. Професійна взаємодія та співпраця менеджерів MLM компанії з фахівцями з психології менеджменту може здійснюватися або завдяки соціально-психологічній службі компанії (штатному психологу), або завдяки «зовнішньому» консультуванню, здійснюваному запрошеним фахівцем. Однак, слід зауважити, що «внутрішній консалтинг» видається більш дієвим, оскільки, саме він поступово привчає менеджерів пам'ятати про психологічні фактори і визнавати їх важливість, психологія за таких умов стає частиною організаційного мислення, росте загальна психологічна та управлінська компетентність і культура керівника. Взагалі ж, в контексті психологічного забезпечення управлінського процесу в MLM-фірмах просвітницька діяльність практичних психологів в формуванні психологічної компетентності керівників з проблем ефективної управлінської взаємодії полягає: в формуванні потреби та готовності щодо використання психологічних знань при розв'язанні ряду управлінських та інших проблем, допомозі в оволодінні такими знаннями, роз'ясненні керівникам цілей, завдань та можливостей психологічної служби в оптимізації процесу управління, становлення в цілому психолого-управлінської культури. Крім того, все сказане з повним правом можна віднести також до роботи з «мережевими» лідерами і не тільки першого, а і другого та третього ешелонів. Слід сказати, що основними формами такої роботи вважається: проведення лекцій, семінарів,

«круглих столів», тренінгів з проблем психології управління; проведення тематичних нарад, консультацій, конференцій з проблем оптимізації управління, ведення спеціальних рубрик у газетах та журналах MLM компаній; організація дискусій з метою визначення змісту необхідних інновацій та прогнозування можливих проблем тощо. При цьому штатний психолог може дійсно організувати систематичне навчання керівного складу та лідерського мережевого загалу, проводити наради, вести «круглі столи», постійно працювати з «мережевими» лідерами тощо. Іншим шляхом набуття управлінської та психологічної компетентності є відвідування семінарів та тренінгів з психології менеджменту, які проводять соціально-психологічні організації та тренінгові центри. Типова структура такого навчання включає в себе лекції, дискусії та вправи або ігри, в яких головна роль відведена самим учасникам, що дає їм змогу змодельовати і «прожити» важливі для себе робочі ситуації, знайти новий, неординарний підхід до рішення проблем, а також можливість обміну особистим досвідом, доступу до якого вони не змогли б отримати ні в одній із більш традиційних форм навчання. Таким чином, роль просвітницької діяльності практичних психологів щодо формування психологічної та управлінської компетентності менеджерів MLM є вельми важливою і, очевидно, головним шляхом її реалізації є відповідна робота штатної соціально-психологічної служби компанії, співпраця її, за необхідності, із «зовнішніми консультантами», з соціально-психологічними організаціями та тренінговими центрами, в тому числі, через організоване нею навчання менеджерів компанії на семінарах та тренінгах з психології менеджменту.