

УДК 159.9

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОТРУДНИКОВ БАНКА
С РАЗНЫМИ КОПИНГ-СТРАТЕГИЯМИ В УСЛОВИЯХ
ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ**

Любицкая Ю.С.

Студент магистратуры

кафедра «Психология в управлении и образовании»,

факультет Психологии,

ЧОУ ВО ЮУ «ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)»

Email: luybitskaya222@gmail.com

Аннотация: В данной публикации рассмотрены актуальность исследования моделей эмоционального интеллекта в контексте выбора оптимальных копинг-механизмов с точки зрения зарубежных и отечественных ученых. Проанализовано влияние автоматизации бизнес-процессов крупных банков на психо-эмоциональное состояние сотрудников, определены наиболее эффективные механизмы оценки уровня эмоционального интеллекта. Выявлена взаимосвязь между личностными качествами, уровнем эмоционального интеллекта, уровнем корпоративной культуры в банках и выбором эффективных копинг-стратегий сотрудников финансовых структур.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, совладание со стрессом, адаптация, копинг-стратегии сотрудников банков.

**PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF BANK-OFFICERS
WITH VARIOUS COPING-STRATEGIES IN OPTIMIZATION OF
BUSINESS-PROCESS IN BANK SECTOR**

Lyubitskaya Yu.

The article is devoted to actual problems of use of the emotional intelligence theories and coping strategies of bank-officers, who demonstrate various levels of emotional intelligence and eternal qualities. It was explained how transformation of corporate culture, automation of business-process in bank sector influence on the choice of optimal coping.

Key words: emotional intelligence, coping, bank-officer, automation, adaptation.

Взаимосвязь триады эмоции – познание - мотивация в их единстве обогащает каждый из входящих в него элементов. Если индивид способен на чувствование эмоций, имеет доступ к их регуляции, осознанно

благоприятствует росту интеллекта и мышления, то в целом происходит объединение этих элементов психики. Но люди с равнозначными показателями интеллекта могут в значительной степени отличаться в способах справляться с окружающей действительностью. Дж. Мейер и П. Сэловей считают, что «эмоциональный интеллект это часть социального интеллекта, который включает способность контролировать собственные чувства и эмоции других людей, различать их и использовать эту информацию, чтобы контролировать мышление и действия». В 1990 году в изложенной ими модели эмоциональный интеллект был определен как «способность отслеживать собственные и чужие чувства эмоции, различать их и использовать эту информацию для направления мышления и действий». Анализ способностей индивида к переработке эмоциональной информации в их онтогенезе включает:

1. Идентификация эмоций. Способность заметить, адекватно воспринять и отреагировать, выразить эмоции.
2. Использование эмоций для повышения эффективности мышления и деятельности. Включает возможность перенаправить внимание на актуальные задачи и события, вызвать нужные эмоции для решения проблемы.
3. Понимание эмоций, связей между ними, включает понимание вербальных и невербальных аспектов информации.
4. Управление эмоциями включает контроль, снижение активности негативных эмоций, что способствует личностному росту и развитию.

В модель Р. Бар-Он помимо самопознания, самоактуализации, вошли навыки межличностного общения, социальная ответственность, способность к адаптации, гибкость, стрессоустойчивость, преобладающее позитивное настроение. Способность продвинуть идею в обществе оказывается едва ли не более важной, чем способность создать новую идею. Социальный интеллект в большей степени понимается как свойство личности, компетентность, определяющая успешность социального взаимодействия.

Ему свойственна относительно низкая корреляция социального интеллекта с другими видами интеллекта и относительно высокая – с личностными свойствами.

Зародившееся в средние века убеждение о том, что «эмоциям не место на работе», перекочевало в XX веке в одни из первых теорий управления, например, теория Тейлора: предприятие функционирует как машина, а каждый сотрудник – это винтик в системе, который оставляет свои эмоции за ее порогом. Стало нормой «сохранять лицо» и скрывать эмоции. Все же реалии корпоративного бизнеса последних лет, диктуют необходимость учета следующих факторов:

1. Высокая скорость изменений, принятия решений в мире бизнеса, в частности в финансовом секторе.

2. Возросла роль сектора услуг, конкуренция и завоевание и удержание доли рынка происходит в большей степени за счет качества оказываемых услуг, маркетинга, выстраивания долгосрочных отношений с клиентами, так называемая «экономика отношений».

3. Изменения коснулись организационной структуры компаний, в том числе за счет децентрализации функций, ослабления вертикальной власти, за счет возрастания гибкости системы и формирования проектных отношений, горизонтальной коммуникации.

4. В приоритете у HR сектора при приеме на работу оказываются инициативные, харизматичные, способные решать неординарные задачи сотрудники, а также брать ответственность на себя за принятые решения.

5. Социальная ответственность бизнеса перед обществом также распространяется и на корпоративный уровень, что находит отражение в миссии компаний, их руководителей и обычных сотрудников.

6. Поощряется вовлеченность сотрудников в процессы, смежные отрасли. Наметилась тенденция привлечения разных специалистов для реализации краткосрочных проектов, чтобы максимально задействовать собственные ресурсы, что благоприятно сказывается на эмоциональном

состоянии работников, имеющих возможность менять рутинные операции на проектную деятельность.

7. Мотивационная политика компаний меняется от чисто материального поощрения в сторону фокусировки на эмоциональном состоянии, делать их более счастливыми. В связи с этим, наблюдается тенденция просвещения сотрудников об основах mindfulness, осознанности, психологических приемах для облегчения жизни и решения повседневных вопросов. Также появилась возможность получать консультацию психолога он-лайн или в рамках пакета ДМС.

8. На первый план стали выходить простые человеческие ценности – семья, дом, удовольствие от жизни. В данном контексте удержание перспективных работников становится возможным не только и не столько за счет материального поощрения, сколько за счет формирования новых аспектов корпоративной культуры, разработка новых навыков и умение, отказ от прежних стереотипов и клише.

Анализируя эти тенденции корпоративной культуры последних 20 лет, очевидно, что все они затрагивают эмоциональную сферу жизни, игнорировать ее бессмысленно, необходимо интегрировать эти принципы в корпоративные цели, просвещать сотрудников, внедрять специальное обучение для повешения уровня эмоционального интеллекта в целом в компании.

Постепенный переход традиционных компаний финансового сектора к инновационным, технологическим компаниям зачастую реализуется за счет целостной бизнес-стратегии: использования масштабируемой цифровой платформы, в модели обслуживания клиентов сделан акцент на персонализацию, а также кастомизацию. Т.е. для широкого круга клиентов должны быть простые и понятные условия обслуживания, высокий уровень сервиса, и в то же время, широко применяется agile-модель – взаимозаменяемая и гибкая структура без четкой вертикали власти.

Широкое распространение получают книги, статьи и другие источники информации по развитию ментальных привычек. Способность ума возвращать добродетели, управлять вниманием, делать простейшие визуализации позволяет задействовать систему визуального восприятия, медитировать для расширения способностей мозга. Способность видеть добродетель усиливает эмоциональную и когнитивные аспекты личности, что позволяет включаться и видеть положительные черты и в других людях. Мотивационная составляющая этого процесса позволяет помогает вырабатывать привычку нести позитивные изменения, что, в свою очередь, усиливает уверенность в себе, формируя дополнительные опоры, как один из копинг-механизмов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Mayer J.D., Salovey P. What is emotional intelligence? // P. Salovey, D. Sluyter (Eds.), Emotional development and emotional intelligence: Implications for educators. New York: Basic, 1997.
2. Mayer J.D., Salovey P. Emotional intelligence // Imagination, Cognition, and Personality. 1990. V. 9. P. 185-211
3. Mayer J.D., Salovey P., Caruso D.R., Sitarenios G. Emotional Intelligence as a standard intelligence // Emotion. 2001. V. 1. P. 232-242
4. Социальный интеллект. Теория, измерение, исследования. Под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. – Труды института психологии РАН. – М., 2004.
5. Bar-On R. The Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical Manual. Toronto: Multy-Health Systems, 1997.
6. Милова Ю.В. Личностное здоровье и регуляция эмоций // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2016. – №2.
7. Ларионова Е.А. Бизнес-партнерство как основа личностно-профессионального развития индивида // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2016. – №2.
8. Tony Schwartz. How do we feel? // Fast Company # 35. June 2000.