

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA
NAUK O ZDROWIU



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



Рецензенти:

доктор історичних наук, професор

Наталія ЧОРНА

*(Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ

(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)

Рекомендувала до друку вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

Barbara Kwak

Studentka

Kierunek «Psychologia»

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University

Doradca naukowy: **mgr Beata Browarczyk**

Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna w Gdańsku,
Polska

ZNACZENIE ZAWODU PSYCHOLOGA W BIZNESIE

Wprowadzenie. W dzisiejszym konkurencyjnym i dynamicznym świecie biznesu, funkcjonuje nowy model biznesowy, który jest kreowany poprzez złożone subsystemy i wielopłaszczyznowe relacje, interakcje oraz współzależności. W takim kontekście, psycholog biznesu odgrywa kluczową rolę, pomagając firmom zrozumieć pracowników oraz wykorzystać ich potencjał. Wiedza i umiejętności psychologów przyczyniają się do rozwoju organizacji, przekształcając środowisko pracy oraz zwiększając efektywność organizacyjną.

Cel. Celem niniejszego artykułu jest dogłębna analiza roli psychologa biznesu w tworzeniu zdrowego środowiska pracy, promowaniu zdrowej atmosfery, a także w rozwoju umiejętności interpersonalnych i zawodowych pracowników. Badanie ma również na celu ocenę, jak psycholog biznesu wpływa na procesy rekrutacyjne oraz na zarządzanie zmianami w organizacji.

Metodologia. Studium przypadku opiera się na analizie literatury przedmiotu, w tym z badań opublikowanych przez Ambrose, Arnaud, Schminke (2009), Borman i Motowidło (1997), Duczkowska-Piasecka (2013), Rożnowski, Fortuna (2023), które analizują wpływ psychologii na relacje międzyludzkie w miejscu pracy. Badania te pomagają zrozumieć, jak psychologowie konstruują strategie rozwiązywania problemów oraz jakie techniki stosują do efektywnej komunikacji i zarządzania stresem.

Wyniki badań. Badania w literaturze wykazują, że psycholog biznesu odgrywa istotną rolę w kreowaniu środowiska pracy, które sprzyja zdrowiu psychicznemu i efektywności organizacyjnej. Psychologowie biznesu, dzięki swoim kompetencjom diagnostycznym, są w stanie ocenić potencjał

kandydatów, minimalizując ryzyko błędów w rekrutacji. Ich działania nie tylko zwiększają satysfakcję i produktywność pracowników, ale także tworzą przyjazną atmosferę i wspierają zespoły w adaptacji do zmian. Psycholog biznesu, wykorzystując swoje umiejętności psychologiczne, pełni również rolę mediatora, który przywraca równowagę w środowisku pracy, zwłaszcza w trudnych czasach zmian. Programy rozwojowe, które tworzy, koncentrują się na rozwoju emocjonalnym, interpersonalnym i zawodowym, co bezpośrednio przekłada się na zwiększenie konkurencyjności organizacji na rynku.

Podsumowanie. Psycholog biznesu pełni kluczową rolę w sferze korporacyjnej, oferując wszechstronne wsparcie i wprowadzając psychologię do praktyk biznesowych. Wyniki badań wskazują na:

1. **Aplikacja teorii psychologicznych:** Psycholog biznesu adaptuje i wdraża koncepcje psychologiczne do kontekstu biznesowego, co umożliwia lepsze zrozumienie i zarządzanie zachowaniami w organizacji.

2. **Analiza behawioralna:** Specjalista ten bada postawy, zachowania oraz emocje pracowników, co pozwala na efektywniejsze kształtowanie polityk personalnych i organizacyjnych.

3. **Wsparcie dla organizacji:** Działania psychologa biznesu łączą teorię psychologiczną z praktycznymi technikami zarządzania, wspierając tym samym rozwój i adaptację organizacji.

4. **Ogólne wsparcie:** Psycholog biznesu oferuje wsparcie nie tylko kadrom zarządzającym, ale również pracownikom, producentom, klientom oraz akcjonariuszom, zwiększając ogólną koordynację i spójność wewnątrz firmy.

5. **Cele psychologa biznesu:** Do głównych zadań psychologa należy poprawa wydajności i satysfakcji pracowników, analiza atmosfery w miejscu pracy oraz warunków pracy, a także zwiększanie efektywności kadry zarządzającej.

6. **Zwiększenie konkurencyjności:** Dzięki swoim działaniom, psycholog biznesu przyczynia się do wzrostu konkurencyjności organizacji na rynku.

Psychologia biznesu integruje zarządzanie zasobami ludzkimi z szerszym zarządzaniem firmą, obejmując zarządzanie zachowaniami w zakresie potrzeb konsumentów, finansów oraz procesów decyzyjnych. Dzięki temu psycholog biznesu staje się nieocenionym elementem

strategicznym, który znacząco wpływa na efektywność i innowacyjność przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: psycholog, zawód, psychologia biznesu, zarządzanie.

Bibliografia:

1. Ambrose M. L. The role of overall justice judgments in organizational justice research: A test of mediation / Ambrose M. L., Arnaud A., Schminke M. // *Journal of Applied Psychology*. – 2009. – Vol. 94(2).

2. Borman W. C. Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human Performance* / Borman W. C., Motowidlo S. J. // *Human Performance*. – 1997. – Vol. 10(2). – P. 99–109. https://doi.org/10.1207/s15327043hup1002_3

3. Duczkowska-Piasecka M. Psychologia w zarządzaniu / Duczkowska-Piasecka M. – Warszawa : PWN, 2013.

4. Fox S. Counterproductive work behavior: Investigations of actors and targets / Fox S., Spector P. E. – *Washington DC : American Psychological Association, 2005. Doi.org/10.1037/10893-000*.

5. Marcus B. Personality dimensions explaining relationships between integrity tests and counterproductive behavior: Big Five, or one in addition? / Marcus B., Lee K., Ashton M. C. // *Personnel Psychology*. – 2002. – Vol. 55(1). – P. 1–34.

6. Rożnowski B. Psychologia biznesu / Rożnowski B., Fortuna P. Wydawnictwo : PWN, 2023.