

НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

© С. Бондаренко, 2015

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

Останні відкриття нейробіології змінили розуміння того, як працює мозок людини і у результаті цього кинули виклик існуючому світогляду і системі знань нашої цивілізації. Нейробіологія – наука, що вивчає пристрій, функціонування, розвиток, генетику, біохімію, фізіологію, і патологію нервової системи. Вивчення поведінки людини є також розділом нейробіології [5].

Дослідження людського мозку є міждисциплінарною наукою і включає багато рівнів вивчення, від молекулярного до клітинного рівня (окремі нейрони), від рівня відносно невеликих об'єднань нейронів, до великих систем, таких як кора головного мозку або мозочок, і на найвищому рівні нервової системи в цілому. Тому на сьогоднішній день у світі з'явилися науки з приставкою „нейро”, що означає симбіоз класичної науки і вивчення роботи головного мозку людини.

Поштовхом для розвитку нейронаук стало винайдення електроенцефалографії (ЕЕГ) та магнітно-резонансної томографії (МРТ). Використовуючи їх вчені нарешті змогли побачити, як працює мозок людини. Прослідковуючи потік крові, яка несе глюкозу та кисень до активних зон мозку, прилад дає його активне зображення у роботі. Це дало змогу поділити мозок на окремі зони, які відповідають за емоції, пам'ять, раціональність, вірування, очікування та мораль людини. Такі дослідження дали змогу також виявити, що викликає у людей емпатію, робить їх здатними до навчання і дає можливість отримувати задоволення від роботи.

Нові знання про роботу мозку необхідно використовувати для ведення бізнесу. Найбільш доцільно досягнення в сфері вивчення мозку людини використовувати в менеджменті як специфічному виді людської діяльності, результатом якої є прийняття управлінських рішень. Тому на сьогоднішній день виник нейроменеджмент організацій – синтез менеджменту та науки про людину. Управлінські інструменти, які з'являються у результаті використання цих знань, допоможуть отримати кращі результати у бізнесі, що позитивно позначиться на якості життя людей у сучасному суспільстві. Нестандартні підходи нейроменеджменту дадуть змогу значно покращити якість управління підприємствами та організаціями. Якщо людьми управляють, враховуючи їх природні здібності і таланти, вони працюють найбільш продуктивно і креативно, є внутрішньо мотивованими та більше цінують свою роботу. А це має позитивні результати як для самого бізнесу, так і для людей, які в ньому задіяні. При цьому підвищується якість продукції та послуг, які пропонує організація для споживання суспільством, що призводить до поліпшення якості життя сучасних людей.

У відповідності до нейроменеджменту, світ, який ми пізнаємо дослідницьким шляхом, існує тільки в наших головах, тобто є ментальним, наше мислення суб'єктивне, а до кращих рішень призводить не логіка, а емоції. Не відкидаючи існування світу поза людиною, нейронаука говорить нам про те, що єдиний світ, який ми можемо знати – це ментальний світ, створений імпульсами наших нейронів і він виключно суб'єктивний [4].

Дослідники мозку довели, що люди мислять історіями. Велика частина досвіду, знання і образ мислення працюють по принципу історій. Використання історій є ефективним і в бізнесі. Треба відчувати, які історії люди розповідають самі собі, тоді стане зрозуміло, як потрібно їх мотивувати. З точки зору нейроменеджменту, метафори – ще один з найсильніших способів змінити сприйняття людини. Це розкриття сутності одного предмета чи явища через особливості іншого. На глибинному рівні метафори і історії діють як парадигми і визначають те, що люди бачать, як думають і працюють. Вони є рамками, за допомогою яких відбувається природний відбір ідей. Через підсвідомість людини проходить неймовірна кількість ідей, але на рівень свідомості переходять лише ті з них, які може сприйняти наше ментальне середовище. Тому люди будуть сприймати ті чи інші ідеї, якщо їх ментальне середовище буде до цього готове.

Вести бізнес згідно із законами нейробіології набагато складніше, оскільки менеджери повинні враховувати те, що думають підлегли. У мозку існує особливий вид нервових клітин, які називаються дзеркальними нейронами. Це клітини, які відповідають за емпатію і копіюють не лише дії інших людей, але також їх емоції і ментальний стан. Відкриття цих клітин доводить, що люди можуть „відчувати” інших осіб і з певною точністю передбачати їх бажання, наміри і цілі. У якійсь мірі людина може дивитися на світ очима інших, що допомагає ефективніше співробітничати з оточуючими. Проте, у роботі дзеркальних нейронів є

слабке місце – перш ніж викликати у людини емпатію, їй треба поставити себе на місце іншого. Але часто одній особі досить важко зрозуміти, що версія ментального світу інших індивідуумів відрізняється від її власної версії, тому дуже часто людина зосереджується на своєму баченні, проектує його на інших, тому іноді і не може їх зрозуміти.

Складність взаємин у бізнесі посилюється тим, що в ньому існують різні типи зв'язків: з постачальниками, споживачами, підлеглими, керівниками тощо. Причому майже в усіх цих стосунках закладений конфлікт, зокрема споживачі хочуть отримати більше, витративши менше грошей, а компанія – зробити менше і отримати великий прибуток. Головне правило тут – прийняти бачення партнерів. Важливо співробітничати зі стейкхолдерами, фокусуючись на довгостроковій перспективі, але не забувати про один важливий момент: не можна бути довірливими настільки, щоб цим могли скористатися інші. Стосовно задоволення потреб споживачів, треба звертати увагу на те, що ці потреби не завжди лежать на поверхні, іноді важко зрозуміти, чого насправді прагнуть споживачі. Тому потрібно передбачити трохи більше того, що вони хочуть. Таке перевищення потреб та очікувань має бути ментальним, а не фізичним. Для цього треба зрозуміти, якими історіями мислить споживач.

Люди за своєю природою завжди борються за першість і не хочуть нікому підкорятися. Виникає питання: як краще управляти людьми, які не люблять, щоб ними управляли? Бізнес-організації дозволяють людям досягти цілей, яких вони не можуть досягти поодиночки. Чим більше менеджери прагнуть змусити підлеглих що-небудь зробити, тим більше втрачають потенціал їх мозку. Бачиться, що забезпечення демократії і ініціативи на робочому місці корисні як для працюючих, так і для бізнесу. Хоча люди егоїстичні за природою, вони все ж усвідомлюють цінність співпраці. Співробітники будуть ефективно працювати на благо групи, якщо це дасть їм можливість досягти того, чого вони бажають, але не можуть здійснити поодиночки.

Численні дослідження довели, що покарання та заохочення людини майже не відображаються на її продуктивності. Метод „батога та пряника” у сучасному світі перестає функціонувати. Сьогодні працювати з максимальною самовіддачею працівники будуть лише тоді, коли вони мотивовані внутрішньо, а це, у першу чергу, означає, що менеджери повинні визнати у кожному з них думаючу істоту, і надати достатню свободу та можливість діяти за власним розсудом. Гуру нейромеджменту Чарльз С. Джейкобс вважає, що менеджеру стосовно підлеглих треба використовувати метод Сократа – задавати питання [4]. Важливо запитати у підлеглого його думку стосовно його роботи. Замість того, щоб надати алгоритм вирішення проблеми, краще запитати у співробітника, як він сам міг би це зробити. Набагато швидше і простіше дати співробітнику прямий наказ, а використання стратегії питань вимагає більше часу і сил. Але в цьому випадку співробітники беруть на себе відповідальність і стають менеджерами самих себе. Необхідно надати співробітнику максимум відповідальності. Співробітники не працюють на менеджера – це він працює на них. Менеджерам треба припинити думати, що вони можуть контролювати чію-небудь поведінку за допомогою заохочення або покарання. Краще, що може зробити управлінець – це створити середовище, в якому співробітники самостійно вибирають необхідну поведінку [1].

Отже, нейромеджмент організацій дає можливість, знаючи особливості людського мозку, досягати успіху в бізнесі. Нестандартні підходи нейромеджменту призводять до підвищення якості управління організаціями, що в свою чергу, позитивно відображається на якості їх пропозиції та задоволеності споживачів, співробітників і всіх заінтересованих сторін, а це є основою для підвищення якості життя людей у сучасному суспільстві.

1. „Київстар Бізнес” Дайджест. Випуск № 10. 2. Мартин Линдстром *Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя*. Пер. с англ. Е. Фалюк. – М.: Эксмо, 2010. – 240 с. 3. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. *Поведінка споживачів: навч. посібн.* – К.: ЦУЛ, 2008. – 176 с. 4. Чарльз С. Джейкобс *Нейромеджмент*. К.: Companion Group, 2011. – 208 с. 5. Интернет ресурс. Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Нейробиология>.