
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Кублин Игорь Михайлович¹, д-р экон. наук, проф.

Матвеева Виктория Викторовна², канд. социол. наук, доц.

Фоменко Наталья Леонидовна³, канд. социол. наук, доц.

Тинякова Виктория Ивановна⁴, д-р экон. наук, проф.

¹ Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, ул. Радищева, 89, Саратов, Россия, 410003; e-mail: ikublin@mail.ru

² Поволжский филиал Московского государственного университета путей сообщения императора Николая II, ул. Астраханская, 1а, Саратов, Россия, 410790; e-mail: Victoriya140874@yandex.ru

³ Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова, Театральная пл., 1, Саратов, Россия, 410012; e-mail: natafon10@mail.ru

⁴ Российский государственный социальный университет, ул. Вильгельма Пика, 4, стр.1, Москва, Россия, 129226; e-mail: tviktoria@yandex.ru

Цель: исследовать психологические проблемы управления производственными подразделениями промышленных предприятий. *Обсуждение:* психологические познания и их применение в сфере трудового общения позволят менеджерам выбрать справедливую тактику взаимодействия, а также дадут возможность реализовать личностный потенциал сотрудника с учетом его способностей. Многоплановость общения в производственной деятельности повышает уровень психологической компетентности сотрудников при коммуникациях и обеспечивает их личностное развитие. *Результаты:* дана характеристика основным составляющим психологии управления работниками производственных подразделений промышленных предприятий. Изложена авторская точка зрения на формирование у сотрудников лояльного отношения к руководству для решения общих производственных задач предприятия.

Ключевые слова: предприятие, производственное подразделение, управление, лояльность, психологический климат.

DOI: 10.17308/meps.2016.5/1429

Введение

Множество задач перед промышленными предприятиями в условиях импортозамещения носят среднесрочный характер, и для их решения потребуется как минимум пять лет. В то же время особое внимание должно быть уделено управлению и подбору руководящего состава. В этой связи становится очевидным, что менеджеры на предприятии не только должны определять цели и формулировать задачи для производственных подразделений, но и находить оптимальные методы мобилизации персонала на достижение задач предприятия. Поэтому каждый менеджер должен выступать как руководитель, которому необходимы познания в таких науках, как социология, социальная психология и производственная педагогика.

Методология исследования

Особенное значение в практической деятельности управления предприятием должно отводиться социально-психологическим факторам производства, на костяке восприятия которых обязано формироваться сознание сотрудника и складываться его психологические связи в производственном подразделении [2-3]. При этом социально-психологические факторы, возможно, будут выступать в виде материальных условий труда, определенных организационных моментов, взаимоотношений сотрудника с членами коллектива. Проведенные исследования показали, что данные факторы прямо или косвенно оказывают влияние на сотрудника подразделения, так или иначе настраивают его на плодотворные трудовые отношения.

Требования, предъявляемые к сотрудникам, вызывают изменения как в подразделениях, так и на самом предприятии. Психология общения сотрудников должна быть направлена на формирование лояльности и удовлетворение специфических интересов в психологии межличностных отношений [5].

Известно, что при реализации производственного процесса существует большой комплекс социально-психологических проблем и вопросов.

К наиболее существенным следует отнести: проблемы совместимости сотрудников в производственном подразделении и формирования адекватного психологического климата;

- вопросы, связанные с психологией стимулирования трудового процесса [7-8];
- искусство контакта менеджера с подчиненными;
- этические моменты лояльности и проявления принципа единоначалия [6].

Особое место должны занимать современные требования к личности самого управленца, то есть менеджера.

Производство на предприятии представляет собой определенную ассоциацию сотрудников и структурно состоит из системы функциональных подразделений: цехов, отдельных служб, бригад и т.п. [9]. Низовое

звено этой социальной системы – производственная бригада или группа инженерно-технических сотрудников, которые представляют собой некоторый первичный коллектив. Такой коллектив играет решающую роль в формировании сознания работника, выработке привычек, проявлении лояльности и склонности к совместному сотрудничеству.

В данной связи практическое решение проблемы связано с созданием удобного психологического климата, который предполагает соблюдение при формировании коллектива двоякого типа требований, а именно педагогических и социально-психологических.

Следует отметить, что не всякая общность сотрудников на промышленном предприятии является коллективом. Таковым нельзя назвать, например, группу сотрудников, которые выполняют какую-то общую работу.

Коллектив представляет собой определенную сложившуюся устойчивую структуру сотрудников, для которой свойственно единство целей, совместный трудовой процесс, сознательная дисциплина, лояльность, взаимность уважения и понимания друг друга [10-12]. Поэтому коллектив – это в некоторой степени показатель нравственной и психологической зрелости производственных отношений группы.

Становление отношений в подразделении основывается на совместности личных интересов и устремлений членов группы с целями предприятия. При этом прочность взаимоотношений сотрудников находится в прямой зависимости от того, насколько их личные интересы согласуются и совпадают с интересами группы в целом. Если этого не существует, то правомерно заявлять лишь о становлении коллектива.

Тогда перед менеджерами производственного подразделения встает проблема определить такие общие цели, которые давали бы возможность любому члену коллектива удовлетворять личные амбиции и интересы. При этом менеджер должен не только определить цели, но и воспитывать у сотрудников лояльность по отношению друг к другу и заинтересованность в достижении общественно значимых задач.

Обследование ряда промышленных предприятий показало, что несоблюдение данного подхода приводит на практике к серьезным осложнениям в воспитательной работе среди персонала. Как правило, отношения осложнялись тогда, когда в коллективах исчерпывались общие цели, связанные с взаимодействием. И, напротив, на предприятиях, где устойчиво обогащались цели, стимулировалось выполнение конкретных задач, благополучно развивались коллективные взаимоотношения и связи.

Обсуждение результатов: принципы, методы и формы управления группой работников

Приведем мнение известного педагога А.С. Макаренко, который отмечал, что принципом параллельного действия является следующее положение: воспитывая отдельную личность, руководитель должен размышлять о воспитании всего коллектива. К тому же в любой конкретный момент

воздействующее действие на личность работника непременно должно быть и воздействующим действием на коллектив сотрудников. И наоборот, каждое прикосновение к психологическому климату коллектива в обязательном порядке будет и воспитанием каждой личности».

Приведенное выше является важнейшим условием организации воспитательного процесса вообще. При этом сотрудник не должен чувствовать себя объектом воспитания, так как он является личностью и с ним необходимо обращаться осторожно и умело, независимо от того, какие бы благородные цели ни преследовались при этом.

К тому же психологическое значение приведенного положения в особенности значимо в условиях производственного процесса. Там, где руководители близко связаны с коллективом и их требования выступают как требования коллектива, почти исключены конфликтные ситуации и на деловой основе находятся решения многих вопросов производства продукции.

Чем гибче механизм взаимодействия коллектива с отдельной личностью (что осуществляется через общественное мнение коллектива), тем глубже влияние менеджера на подчиненного.

Особенное значение в использовании принципа параллельного действия должно придаваться при работе с молодежью.

Психологическая помощь молодым сотрудникам может быть оказана следующими направлениями, а именно: с применением индивидуальной психологической консультации и через непосредственную работу в группах. Например, индивидуальная работа взаимодействия с коллективом должна быть ориентирована на самосознание индивида. При этом могут использоваться психотехнологии на осознаваемой базе: беседа, интервью, диагностика, психобиография и т.п.

При групповой работе молодых сотрудников вместе со старшими работниками значительная роль должна отводиться процессам идентификации эмоционального заражения, т.е. на уровне неосознаваемых процессов. Отметим, что к групповым формам консультативного взаимодействия можно отнести тренинги, психологические практикумы и др.

Работники молодого возраста психологически сложны, противоречивы и, как правило, критически относятся к старшим сотрудникам. Они болезненно воспринимают поучения и не желают ощущать себя объектом воспитания.

С такими особенностями психологии молодых сотрудников нельзя не считаться. К сожалению, отделы по работе с персоналом на некоторых предприятиях не всегда принимают это во внимание. К молодым работникам относятся с недоверием, опекают, безапелляционно осаживают. На почве таких отношений между ними и взрослыми часто возникают недоразумения и конфликтные ситуации. Однако лояльное отношение и доверие само по себе еще не решают проблему воспитательной работы. Тем не менее оно является ключевым условием, без соблюдения которого никакой педагоги-

ческий прием не окажет на молодого сотрудника глубокого воспитательного воздействия.

В качестве примера таких форм работы с молодежью на промышленных предприятиях можно предложить организацию:

- конкурсов по профессиям;
- групп молодых сотрудников, занимающихся внедрением инноваций в производственный или технологические процессы; организацию интересных встреч с профессионалами;
- различных спортивных секций или спортивных игр.

Каждый из перечисленных педагогических принципов имеет разное значение. Однако их использование должно быть комплексным, так как любое из этих положений предполагает педагогическое решение проблемы лояльности, формирования производственного коллектива и управления им.

Обратим также внимание на социально-психологические факторы, которые могут быть представлены в самых разнообразных формах, а именно: в виде условий труда на рабочем месте, определенных организационных моментов, как некоторое состояние личности сотрудников и коллектива.

Исследования и практика демонстрируют, что имеются обусловленные количественные допуски, в границах которых работники лучше сживаются и сплачиваются в коллектив. Иначе говоря, работники в определенных численных составах чаще общаются, лучше узнают друг друга, проникновеннее воспринимают заботу и внимание.

Кроме того, как показывают проведенные медицинские исследования, хорошо бы соблюдать определенные пределы количественного состава совместно контактирующих сотрудников. Установлено, что число инфекционных болезней прямо пропорционально увеличению численности сотрудников, работающих в одну смену. В этой связи соблюдение определенной количественной характеристики персонала производственного подразделения немаловажно и для здоровья сотрудников.

С точки зрения небольшого производственного подразделения это 9-14 сотрудников как нижний предел и 20-30 сотрудников как верхний. В группах инженерно-технических сотрудников, работающих в небольших помещениях, такими пределами могут быть 7-15 человек. Именно в данных количественных пропорциях работники оказываются в постоянном деловом и дружеском общении, что объективно способствует созданию первичного коллектива.

В этой связи более сложные социально-психологические требования должны предъявляться к внутренней структуре производственного коллектива.

Лояльность, близость, симпатии, совпадение характеров, общность интересов и склонностей имеют определенное значение для расположения сотрудников друг к другу [1]. На основе данных моментов между сотруд-

никами возникают контакты, образующие психологическую структуру коллектива. Уровень ее развития и эмоциональная составляющая проявления отношений воспроизводят то, что в социальной психологии является психологическим климатом коллектива.

Производственные подразделения с доброжелательным психологическим климатом более производительны и хорошо управляемы.

Рассмотрим отдельные требования, которых желательно придерживаться при формировании внутренней структуры производственного коллектива.

При комплектовании производственного коллектива следует принимать во внимание типы темперамента сотрудников, в соответствии с которыми следует распределять их по видам работ.

Любой темперамент имеет свойственные ему как положительные, так и отрицательные стороны. Так, например, сотруднику с темпераментом холерика легче выработать быстроту действий, а флегматику – выдержку и хладнокровие. К тому же при любом типе и темпераменте характера существует опасность формирования нежелательных свойств личности.

Поэтому менеджер производственного коллектива должен понимать это и принимать во внимание непосредственно при работе с персоналом подразделения.

Следующим значимым социально-психологическим моментом формирования коллектива на производстве является вопрос сочетания возрастных характеристик сотрудников [4].

На наш взгляд, производственный коллектив должен быть разновозрастным, т.е. сочетающим в себе зрелых сотрудников с молодыми.

Составление коллектива из сотрудников одного возраста ведет к замыканию его в интересах этого возраста. Коллектив, составленный из разных возрастов, дает разные типы увлечений. Сочетание в производственном подразделении сотрудников разного возраста, стажа работы и профессионального мастерства предрасполагает к лучшей организации взаимопомощи и передаче практического производственного опыта. Велико и воспитательное значение, которое оказывает влияние старших по возрасту на младших сотрудников. В разновозрастных производственных подразделениях отмечается более высокая трудовая дисциплина, молодые сотрудники быстрее осваиваются профессионально.

Как показывает опыт, взаимопомощь и поддержка работниками друг друга значительно выше, когда подразделения неоднородны по полу. В данных коллективах мужчины, как правило, охотнее приходят на помощь женщинам, а те, в свою очередь, с большей теплотой относятся к мужчинам. В этой естественной предрасположенности сотрудников заложена психологическая основа их объединения, сплочения в коллектив. Не случайно в смешанных коллективных группах сотрудники трудятся с большим интересом.

Кроме того, воспитательное воздействие в таком подразделении приобретает особую эмоциональную силу. Например, обсуждение кого-либо из сотрудников за проступок в смешанном производственном подразделении переносится сложнее, чем в группе, однородной по полу. Мужчины более неловко себя чувствуют, когда они вынуждены отчитываться за свои проступки перед коллективом женщин. В еще большей степени это испытывают женщины, когда их обсуждают в присутствии мужчин.

К тому же при формировании производственного коллектива педагогически целесообразно расставлять сотрудников по уровню их общественной активности.

Обсуждение результатов: личность менеджера

Знание и практическое применение менеджерами научных принципов, форм и методов управления группой работников значительно облегчает выполнение возложенных на них функций. При этом на процесс производства большое воздействие оказывает личность менеджера.

Личная популярность менеджера всегда накладывает отпечаток на отношение к работе тех сотрудников, которые исполняют его прямые указания. Это качество особенно ценно в настоящее время, когда резко возросла культурно-техническая подготовка сотрудников. Неудивительно, что в таких условиях подчиненные все настойчивее предъявляют непосредственным руководителям требование быть незаурядной личностью, т.е. иметь такие личностно-качественные характеристики, которые дают им моральное основание руководить подчиненными.

Чтобы быть сильным управленцем, необходимо обладать рядом особых свойств, таких как деловые качества.

Подготовленность и профессиональная компетентность, умение подбирать и расставлять кадры, организовывать систематический учет работы и контроль за исполнением производственных заданий, располагать к себе сотрудников – всеми этими качествами обязан обладать каждый менеджер.

Вторая группа свойств, которыми должен обладать менеджер, – это свойства психического и физического характера.

Отметим, что менеджер в производстве должен быть человеком гибкого ума, находить новые пути решения производственных вопросов, переходить от одной схемы действия к другой.

Важными качествами менеджера также должна являться самостоятельность и критическая направленность. Человек такого склада ума не отыскивает готовых решений, а анализирует факты, требовательно оценивает ситуацию и осуществляет непосредственное руководство.

С увеличением масштаба руководства возрастает значимость такого качества, как широта мышления, способность представлять производство в целом, правильно определять его место в общей системе экономических отношений.

Сложность современного производства, разветвленность его звеньев объективно предполагают их подчиненность и единонаправленность. По этой причине одним из важнейших психических качеств личности современного менеджера должна быть его власть.

Каждый менеджер наделен правами в строго определенных целях. Он должен пользоваться ими решительно, помня, что тем самым способствует достижению значимых производственных результатов. Менеджер, не использующий свою власть, наносит производству существенный вред.

Не обладая решительностью в действиях, смелостью брать на себя всю полноту ответственности, руководителю трудно проявлять активность, инициативу, хозяйственную оперативность.

Особенность работы менеджера заключается в его постоянной связи с сотрудниками и является сильным раздражителем. Все это обязывает менеджера уметь управлять своими эмоциями, правильно выражать чувства.

Значимыми чертами менеджера должны быть оптимизм, предприимчивость, мажорность чувств, умение радоваться жизни и работе.

Подчиненным сотрудникам импонируют руководители-оптимисты, заражающие их уверенностью в будущем, в преодолении трудностей и т.п.

Авторитет менеджера, его популярность складываются из многих составляющих, среди которых профессиональные данные и психические и физические качества.

В условиях производственных отношений менеджер выступает прежде всего как единоначальник. Его действия находятся под постоянным вниманием подчиненных. Это требует от него принципиальности и справедливости. От того, насколько это будет удаваться руководителю, во многом зависит его авторитет.

Проблема применения власти – одна из наиболее важных нравственно-этических проблем руководства. Любое практическое применение руководителем своих прав оказывает определенное психологическое воздействие на личность подчиненного. И это обязывает менеджера разумно пользоваться ими. Он может и должен требовать от подчиненных определенных действий, но не должен забывать о том, чтобы эти требования были понятны, объективны, т.е. вызываюся обстановкой и задачами производства, не ущемляли человеческого достоинства.

Лояльность должна проявляться в деятельности руководителя с соблюдением служебного этикета.

Служебный этикет – это определенный порядок и форма отношений между сотрудниками, через которые выражается их взаимное уважение.

Сотрудники производственного подразделения могут знать друг друга лучше или хуже, испытывать чувства симпатии или антипатии и т.п., но независимо от этого они как коллеги по труду должны соблюдать лояльность друг к другу.

Отметим, что уважительное отношение к мнению подчиненного, обращение в корректной форме, приветствие сотрудника, не дожидаясь, пока это сделает он сам, все эти и другие моменты соблюдения этикета, мягко и не подчеркнуто выполняемые руководителем, создают ему административный престиж и уважение как к личности.

Отсутствие внутренней культуры и уважения к сотрудникам не может быть компенсировано знанием правил хорошего тона. Хороший тон зависит от лояльности, хорошего вкуса и здравого человеческого смысла.

Говоря об этике менеджера, необходимо особо выделить такое качество, как умение выслушивать подчиненного. Такт менеджера в разговоре с подчиненным также является одним из важнейших проявлений его личной культуры.

По нашему мнению, важнейшим качеством, которым должен обладать менеджер, является способность привлекать к себе сотрудников. Когда говорят о психологии контакта, то под этим подразумевается внешняя сторона восприятия личности менеджера подчиненным.

На основе внешнего восприятия этой первоначальной информации у многих сотрудников складывается своеобразное впечатление о руководителе. К тому же психология контакта менеджера с подчиненными складывается из следующих основных моментов.

Внешность менеджера. Руководителю надо со вкусом одеваться, т.е. его костюм и весь туалет должны соответствовать его личным особенностям, требованиям моды и характеру работы.

Лицо и поза менеджера. Сотрудника можно расположить или оттолкнуть выражением лица, позой и т.п. Мимика лица и поза весьма наглядно выражают отношение человека к другим. Руководитель может быть недовольным, но это не должно выступать на лице как раздражение. Менеджер должен уметь улыбаться.

Рабочее место менеджера. В вопросах воспитания эстетика кабинета и рабочего места обладает несколько меньшим значением, чем эстетика поведения. Мебель, рабочие принадлежности, которыми пользуется менеджер, создают своего рода вещественный фон, на котором внешне как бы обрисовываются его культура и духовный облик. Кабинет менеджера и его рабочее место всегда должны быть в образцовом состоянии.

Проведенные психологические исследования показывают, что на настроение сотрудников влияют и цветовое оформление рабочего помещения. Например, красный, оранжевый, желтый цвета возбуждают сотрудников; зеленый и голубой успокаивают. Таким образом, правильно подобранная цветосветовая гамма оформления кабинета создает обстановку, которая способствует поднятию настроения и улучшению не только своего самочувствия, но и тех сотрудников, которые посещают данный кабинет.

Особая роль в общении с коллективом должна отводиться искусству речи. Значимое место в искусстве сближения с сотрудниками и умении

увлечь их своими идеями является способность их убеждать, заражать энтузиазмом и идеями.

Искусство речи дается не всем людям в одинаковой мере. И вопрос не ставится так, чтобы каждый менеджер был оратором. В то же время бесспорным является то, что каждый организатор должен уметь говорить правильно.

Сотрудникам нравятся ясные и быстро понимаемые инструкции и предложения. Хорошо продуманные указания не заставляют работника сомневаться в правильности требуемых от него действий.

Во-вторых, говорить следует убедительно. Умение менеджера вдохновлять сотрудников, увлекать своей постановкой вопроса – одно из важнейших качеств руководителя. Сильное и образное слово, убедительный аргумент, эмоциональный оттенок его звучания устанавливают между подчиненными и руководителем те нити психологического контакта, наличие которых сближает и во многом облегчает и помогает исполнению производственных функций.

Организацию управления персоналом необходимо рассматривать как единую цепь последовательно связанных или параллельно действующих процессов воздействия на сотрудников, которые позволяют оптимизировать процесс работника адаптации в коллективе.

Поэтому менеджер должен правильно использовать интонацию и жесты, передающие личное, непосредственное отношение к той проблеме или фактам, о которых он говорит коллективу, что делает выступление эмоционально восприимчивым.

Выводы

В контексте вышеизложенного должны быть формализованы принципы поведения менеджеров в производственных подразделениях промышленного предприятия. При этом очевидной становится проблема осознания всеми сотрудниками правил поведения с целью достижения и удержания конкурентного уровня промышленного предприятия.

Список источников

1. Бурмистрова И.К., Кублин И.М. Приоритеты формирования маркетинга партнерских отношений в России в современных условиях // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*, 2015, по. 3 (57), с. 41-43.
2. Гордейко С.Г. Управление лояльностью персонала на базе системного подхода // *Мотивация и оплата труда*, 2014, по. 2, с. 94-109.
3. Еремеев М.А., Кублин И.М. Формирование принципов обеспечения эффективности системы оплаты и стимулирования труда // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2011, по. 1 (13), с. 83-92.
4. Киселева М.В., Махметова А.Е. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования нормирования труда // *Вестник Самарского государственного экономического университета*, 2015, по. 11 (133), с. 107-110.
5. Кублин И.М., Аракелова И.В. Маркетинг лояльности – инновационная концепция современного маркетинга // *Актуальные проблемы экономики и ме-*

неджмента, 2014, no. 3 (03), с. 42-47.

6. Кублин И.М., Тинякова В.И. Инструменты управления лояльностью пользователей в социальном медиа-маркетинге, их разновидности и функции // *Поволжский торгово-экономический журнал*, 2013, no. 5 (33), с. 56-62.

7. Лопатинская И.В., Лопатинский И.О., Скляр А.А. Измерение эмоциональной лояльности: модификация методики Кано для определения влияния услуг на лояльность к страховой компании // *Маркетинг и маркетинговые исследования*, 2015, no. 1, с. 42-59.

8. Овчинникова Т.И., Тинякова В.И. Мотивационные характеристики трудовых ресурсов // *Нормирование и оплата труда в промышленности*, 2014, no. 12, с. 27-31.

9. Паймук А.Д. Направления развития

трудового потенциала производственных предприятий в современных условиях становления новой экономики России // *Актуальные проблемы экономики и менеджмента*, 2014, no. 2 (2), с. 53-61.

10. Сидоренкова К.С. Анализ формирования модели управления лояльностью персонала компании // *Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития*, 2016, no. 13, с. 76-79.

11. Соловьева Я.А., Чувашова А.А. Разработка системы управления лояльностью персонала организации: основные положения // *Science Time*, 2015, no. 4 (16), с. 734-741.

12. Шаховская Л.С., Аракелова И.В. *Маркетинг лояльности: теория, методология, практика*. Волгоград, ВолГТУ, 2015.

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF MODERN PRODUCTION IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Kublin Igor Mikhailovich¹, Dr. Sc. (Econ.), Prof.

Matveeva Viktoriya Viktorovna², Cand. Sc. (Soc.), Assoc. Prof.

Fomenko Natalya Leonidovna³, Cand. Sc. (Soc.), Assoc. Prof.

Tinyakova Viktoria Ivanovna⁴, Dr. Sc. (Econ.), Prof.

¹ Saratov Social and Economic Institute (branch) of the Plekhanov Russian University of Economics, Radishchev st., 89, Saratov, Russia, 410003; e-mail: ikublin@mail.ru

² Povolzhskii branch of the Moscow State University of Railway Engineering, Astrakhanskaya st., 1a, Saratov, Russia, 410790; e-mail: Viktoriya140874@yandex.ru

³ Saratov State Agrarian University, Teatralnaya sq., 1, Saratov, Russia, 410012; e-mail: natafon10@mail.ru

⁴ Russian State Social University, Wilhelm Pieck st., 4, building 1, Moscow, Russia, 129226; e-mail: tviktoria@yandex.ru

Purpose: to explore the psychological problems of management of production units of industrial enterprises. *Discussion:* psychological knowledge and their application in the field of employment of communication allow managers to choose just the tactics of interaction, as well as give an opportunity to realize personal potential employee based on his abilities. Diversity of communication in industrial activity improves psychological competence of employees with communications and provides for their personal development. *Results:* we described the characteristics of the main components of the psychology of management employees of the production units of industrial enterprises. The author's point of view on the formation of the employees loyalty to the leadership to solve common manufacturing problems of the enterprise is presented.

Keywords: enterprise, venture production unit, management, loyalty, the psychological climate.

References

1. Burmistrova I.K., Kublin I.M. Prioriteti formirovaniia marketinga partnerskikh otnoshenii v Rossii v sovremennikh usloviakh. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2015, 3 (57), pp. 41-43. (In Russ.)

2. Gordeiko S.G. Upravlenie loial'nost'iu personala na baze sistemnogo podkhoda. *Motivatsiia i oplata truda*, 2014, no. 2, pp. 94-109. (In Russ.)

3. Eremeev M.A., Kublin I.M. Formirovanie printipov obespecheniia effektivnosti sistemi oplati i stimulirovaniia truda. *Sovremennaya ekonomika: problemi i resheniia*, 2011, no. 1 (13), pp. 83-92. (In Russ.)

4. Kiseleva M.V., Makhmetova A.E. Povishenie konkurentosposobnosti predpriatia na osnove sovershenstvovaniia normirovaniia truda. *Vestnik Saratovskogo*

- gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2015, no. 11 (133), pp. 107-110. (In Russ.)
5. Kublin I.M., Arakelova I.V. Marketing loial'nosti – innovatsionnaya kontseptsiiia sovremennogo marketinga. *Aktual'nie problemi ekonomiki i menedzhmenta*, 2014, no. 3 (03), pp. 42-47. (In Russ.)
6. Kublin I.M., Tniakova V.I. Instrumenti upravleniia loial'nost'u pol'zovatelei v sotsial'nom media-marketinge, ikh raznovidnosti i funktsii. *Povolzhskii torgovo-ekonomicheskii zurnal*, 2013, no. 5(33), pp. 56-62. (In Russ.)
7. Ovchinnikova T.I., Tniakova V.I. Motivatsionnie kharakteristiki trudovikh resursov. *Normirovanie i oplata truda v promishlennosti*, 2014, no. 12, pp. 27-31. (In Russ.)
8. Lopatinskaia I.V., Lopatinskii I.O., Skliar A.A. Izmerenie emotsional'noi loial'nosti: modifikatsiia metodiki Kano dlia opredeleniia vliianiia uslug na loial'nost' k strakhovoi kompanii. *Marketing i marketingovye issledovaniia*, 2015, no. 1, pp. 42-59. (In Russ.)
9. Paimuk A.D. Napravleniia razvitiia trudovogo potentsiala proizvodstvennikh predpriatii v sovremennikh usloviakh stanovleniia novoi ekonomiki Rossii. *Aktual'nie problemi ekonomiki i menedzhmenta*, 2014, no. 2(2), pp. 53-61. (In Russ.)
10. Sidorenkova K.S. Analiz formirovaniia modeli upravleniia loial'nost'iu personala kompanii. *Infrastrukturnye otrasli ekonomiki: problemy i perspektivy razvitiia*, 2016, no. 13, pp. 76-79. (In Russ.)
11. Solov'eva Ia.A., Chuvashova A.A. Razrabotka sistemy upravleniia loial'nost'iu personala organizatsii: osnovnye polozeniia. *Science Time*, 2015, no. 4 (16), pp. 734-741.
12. Shakhovskaya L.S., Arakelova I.V. *Marketing loial'nost'i: teoriia, metodologiya, praktika*. Volgograd, VolgGTU, 2015.