

روانشناسی صنعتی و سازمانی

تعریف، گستره، وجوه مشخصه، فرصت‌ها، چالش‌ها، تهدیدها و چاره‌جویی‌ها

دکتر حسین شکرکن

تعریف

رشته‌ روانشناسی صنعتی و سازمانی، که یکی از شاخه‌های روانشناسی به طور کلی است، گستره وسیعی دارد. در حالی که روانشناسی را می‌توان به عنوان رشته‌ای علمی تعریف کرد که تلاش در فهم رفتار انسان دارد، روانشناسی صنعتی و سازمانی بر درک رفتار کسانی تمرکز دارد که در یک موقعیت کاری یا سازمانی فعالیت دارند. روانشناسان صنعتی و سازمانی بر سه جنبه تمرکز دارند: (الف) شخص یا فرد کارکن؛ (ب) کار یا تکالیفی که انجام می‌گیرد؛ (ج) زمینه و بافتی که کار در آن انجام می‌شود. روانشناسی صنعتی و سازمانی زندگی کاری مردم و چگونگی تأثیرپذیری آنان را از دیگر عرصه‌های زندگی، از قبیل خانواده، جامعه بزرگ‌تر، و فرهنگی که در آن زندگی می‌کنند مطالعه می‌کند. هدف آن درک و فهم دلایل رفتار (مثلاً، انجام دادن تکالیف) در یک موقعیت کاری است. چگونه مردم می‌توانند اثربخش، خشنود و کامروا باشند و احساس کنند که پاداش یافته‌اند و چگونه این بازده‌ها می‌توانند پایدار بمانند. در ارتباط با طرف سازمان این معادله، روانشناسی صنعتی و سازمانی نحوه‌ای را بررسی می‌کند که سازمان می‌تواند پابرجا بماند و گسترش بیابد. تمرکز روانشناسی صنعتی و سازمانی بر تعامل‌ها نیز هست: روانشناسی صنعتی و سازمانی از یک سو فرایندهای روانشناختی مردم و از سوی دیگر موقعیت‌هایی را که مردم در آنها کار و فعالیت می‌کنند مطالعه می‌کند تا از رفتار و چگونگی تأثیر گذاری بر آن، تغییر آن و بهبود بخشیدن به آن در جهت خیر و صلاح افراد، سازمان، و کل جامعه آگاهی بیابد. روانشناسان صنعتی و سازمانی

متخصصانی هستند که بر اساس الگوی عالم-عامل^۱ به منظور درک و فهم مردم در سازمانها تربیت شده اند. این بدان معنا است که آنان هم باید عالم باشند و هم باید علم خود را در عمل به کار بگیرند. بدین سان، روانشناسی صنعتی و سازمانی تنها هنگامی می تواند مساعدت کامل خود را به سازمانها انجام دهد که علم و عمل را به هم درآمیزد (راکسی^۲، ۲۰۰۸). خلاصه، روانشناسی صنعتی و سازمانی عبارت است از فهم و کاربرد اصول، نظریه‌ها، یافته‌های پژوهشی، مداخله‌ها و اقدام و عمل روانشناختی در ارتباط با یک موقعیت خاص، یک سازمان، که در نهایت کل جامعه را در بر می‌گیرد.

این تعریف نیازمند قدری توضیح و تفسیر است. در مورد فهم رفتار، روانشناسی صنعتی و سازمانی رفتار مورد نظر را در یک بافت و زمینه در نظر می‌گیرد. در واقع، رفتار افراد خاصی را مطالعه می‌کند که در یک محیط کار، مثلاً یک سازمان، با داشتن هدفی برای آن سازمان فعالیت شغلی دارند. این توضیح مبین این است که حوزه مطالعه روانشناسی صنعتی و سازمانی می‌تواند دست کم شامل دو نفر باشد که گرد هم آمده‌اند تا سازمانی رسمی، حقیقی یا مجازی، انتفاعی یا غیر انتفاعی تشکیل دهند.

کارکنان می‌توانند داوطلب باشند یا مزد بگیر، دائمی یا موقتی. سازمان می‌تواند بخشی از یک صنعت خصوصی باشد یا دولتی. بنابراین،

صرف نظر از نوع موقعیت، هدف روانشناسی صنعتی و سازمانی فهم و درک رفتار شرکت کنندگان یعنی کارگران، کارمندان، کارفرمایان، مالکان، رهبران سازمانی، و جز اینها در این محیط و نیز پیشایندها و پیامدهای آن رفتار است.

1.. Scientist - practitioner model
2. Rucci

با اینکه رفتار اغلب به عنوان اعمال مشاهده پذیر تعریف می‌شود، روانشناسان صنعتی و سازمانی چیزی فراتر از اعمال مشاهده پذیر را مطالعه می‌کنند. آنان مقاصد و نیات، نگرش‌ها، هیجان‌ها، عادت‌ها، انگیزه‌ها، ارزش‌ها، باورها، و هر سازه شخصی دیگر را که می‌توان برای توصیف مردم به کار برد مطالعه می‌کنند. آنان دانش، تواناییها، مهارت‌ها، و دیگر ویژگی‌های مردم را که بر چگونگی عمل یا تفکر آنان در محیط کار تأثیر دارد مورد مطالعه قرار می‌دهند.

کار نیز باید بیشتر توضیح داده شود و جایگاه آن در این رشته علمی روشن گردد. با اینکه کار معمولاً مجموعه‌ای از تکالیف است که یک فرد در تلاش برای دستیابی به یک هدف به آنها دست می‌یازد، روانشناسان صنعتی و سازمانی به مطالعه این که چرا آن کار انجام می‌گیرد (مثلاً، انگیزش)، چگونه فرد ممکن است در باره آن کار اطلاعات به دست آورده باشد (مثلاً، روانشناسی شغلی، آموزش)، و اینکه چرا یک فرد ممکن است به کار، به سازمان و یا به هر دو آنها متعهد شده باشد، می‌پردازند. در واقع، آنان نه تنها دانش، مهارت‌ها، تواناییها، و دیگر ویژگی‌های افرادی را که کار می‌کنند مورد مطالعه قرار می‌دهند، بلکه عوامل درون و بیرون سازمان را که آن افراد را به سوی کار سوق می‌دهند، در کار نگه می‌دارند، در شکل دهی و تغییر کار هدایت می‌کنند و در آنان نسبت به کار وفاداری ایجاد می‌کنند را مطالعه می‌نمایند.

کار در یک بافت و اغلب در یک سامانه اجتماعی مطالعه می‌شود که در آن ساختار، وظایف و مأموریت‌ها، هماهنگی و کنترل عملیات وجود دارد. محیط ویژه با افرادی که در آن هستند، با کسانی که توسط سازمان به آنان خدمت رسانی می‌شود و با فعالیت‌های کاری لازم تعامل می‌نماید. در نتیجه، توانایی فهم و درک یک بخش مستلزم مطالعه و فهم و درک بخش‌های دیگر است.

روانشناسان صنعتی و سازمانی به مطالعه مسائل در سطح فردی، گروهی، و سازمانی می‌پردازند. سطح سازمانی خود نیز تحت تأثیر فرهنگ جامعه، مقررات و دستورالعمل‌های دولت، اقتصاد، سیاست، و دیگر شرایط و عوامل اجتماعی مؤثر بر چگونگی و چرایی رفتار مردم قرار می‌گیرد. در عین حال، میان این شرایط و عوامل اجتماعی روابط متقابل وجود دارد. در واقع، روانشناسی صنعتی و سازمانی یک مطالعه چند سطحی و چند خصوصیتی از رفتار است.

روانشناسی صنعتی و سازمانی در پی ایجاد نظریه و فراهم ساختن راهبردها و سامانه‌هایی است که برای افراد، تیم‌ها، و جوامع متناسب و کاربرد پذیر باشند. این شاخه از دانش در عین حال که رشته‌ای کاربردی است نتایج خود را بر اساس ملاحظات نظری ایجاد و عرضه می‌کند. مسائل

کاربردی که توسط روانشناسان صنعتی و سازمانی مطالعه شده‌اند پژوهش‌هایی را موجب گشته‌اند که به تولید پایه‌های نظری دانش انجامیده‌اند.

همچنین، بسیاری از نظریه‌های انگیزش و الگوهای عملکرد از رهگذر بسط و تفصیل لازم برای موقعیت‌های کاری ارتقاء و تکامل یافته‌اند. افزون بر آن، مشاهدات انجام گرفته در محیط‌های کار نیز محرک پژوهش‌های بنیادی در مورد همان پدیده‌ها شده‌اند. نکته این است که نمی‌توان پژوهش را به عنوان "کاربردی در برابر بنیادی" از هم متمایز کرد، بلکه بین آن دو پیوند و ارتباط دو جانبه‌ای وجود دارد. مسائلی که توسط روانشناسان صنعتی و سازمانی مورد پژوهش قرار می‌گیرند در بنیان‌های نظری ریشه دارند، بدین معنا که، مسائل پژوهشی در ارتباط با پرسش‌های نظری یا پژوهش‌های قبلی مطرح می‌شوند.

روانشناسان صنعتی و سازمانی با آزمون این مسائل در موقعیت‌های مختلف و تحت شرایط متفاوت آنها را تکامل می‌بخشند. این گسترش مسئله به فهم بهتری از پدیده منجر می‌شود. به همین ترتیب، اصول اساسی از پژوهش‌هایی حاصل می‌شوند که برای حل یک مسئله کاربردی انجام گرفته‌اند. این اصول تا جایی که پیوند مسئله با دیگر عوامل مطالعه و فهمیده شده باشد می‌توانند به مسائل و موقعیت‌های دیگر تعمیم پیدا کنند. بسیاری از دیگر روانشناسان صنعتی و سازمانی به عنوان عامل‌های ایجاد تغییر فعالیت می‌کنند، بدین معنا که، در تلاش برای پیدا کردن راه حلی برای یک مسئله مداخله‌هایی به عمل می‌آورند. فهم و درک موقعیتی که مداخله در آن انجام می‌گیرد مستلزم داشتن دانش از دقایق مداخله و پژوهش بنیادی برای اندازه‌گیری تأثیر آن است (زدک^۱، ۲۰۱۱).

گستره روانشناسی صنعتی و سازمانی

طی بیش از یک صد سال که از پیدایش روانشناسی صنعتی و سازمانی می‌گذرد، این رشته نیز همچون دیگر رشته‌های روانشناسی، پیشرفت و گسترش چشم‌گیری را به خود دیده است. در این مدت مجموعه اطلاعاتی وسیع و بی‌همتایی از نظریه، یافته‌های پژوهشی، روش‌های عملی و ابزارهای کار فراهم آورده است که در مجلات علمی گوناگون، کتاب‌های متنوع و متعدد، و پایگاه‌های اطلاعاتی الکترونیکی درج شده‌اند و پیوسته بر آنها افزوده می‌شود. دوره‌های آموزشی این رشته تحصیلی در سطوح کارشناسی، کارشناسی ارشد، و دکترا در بسیاری از دانشگاه‌های

برجسته کشورهای مختلف جهان تدریس می‌شوند. انجمن‌های علمی مربوط به این رشته در بسیاری از کشورها به وجود آمده‌اند و همه ساله همایش‌ها و کنگره‌هایی در ارتباط با آن در دنیا برگزار می‌گردد. آخرین کتاب راهنما یا دستنامه (handbook) روانشناسی صنعتی و سازمانی، در سال ۲۰۱۱ با سردبیری دکتر شلدون زدک^۱ استاد روانشناسی صنعتی و سازمانی دانشگاه کالیفرنیا در برکلی از سوی انجمن روانشناسی آمریکا منتشر شده است. مباحث این کتاب راهنما در سه جلد و در ۶۳ فصل تازه‌ترین و مهم‌ترین زمینه‌های روانشناسی صنعتی و سازمانی را که توسط نام‌آورترین متخصصان این علم به رشته تحریر در آمده‌اند، تشریح می‌کند. عناوین مهم‌ترین مباحث سه جلد این کتاب راهنما جهت آشنایی بیشتر ارائه شده‌اند.

۱. جلد اول. برپا داشتن و توسعه سازمان

سازمان‌ها: نظریه، طراحی، آینده؛ تصمیم‌گیری راهبردی؛ رهبری، کارافرینی: پیدایش سازمان‌ها؛ عمق بخشیدن به درک و فهم ما از خلاقیت در محل کار: یک بازنگری از رویکردهای مختلف پژوهش در زمینه خلاقیت؛ اندازه‌گیری عملکرد در کار: یک چشم‌انداز چند سطحی؛ برنامه‌های راهبردی حقوق، دستمزد و پاداش؛ چشم‌اندازها در باره جو و فرهنگ سازمانی؛ موضوعات مربوط به کار: تجزیه و تحلیل شغل در چشم‌اندازهای سنتی و معاصر؛ حوادث و ایمنی در کار: یک چشم‌انداز روانشناسی صنعتی و سازمانی؛ معلولیت و استخدام: جهت‌های نو برای روانشناسی صنعتی و سازمانی؛ نظریه نقش در سازمان‌ها: یک چشم‌انداز ارتباطی؛ و برنامه‌های کار انعطاف پذیر.

1. Zedeck

۲. جلد دوم. انتخاب و بالنده سازی افراد برای سازمان‌ها

تجزیه و تحلیل کار: از فنون تا نظریه؛ کارمند یابی: یک بازنگری از پژوهش‌ها و جهت‌های نوظهور؛ مسایل کار راهه؛ تفاوت‌های فردی: اندازه‌گیری و روایی آنها؛ شخصیت و اندازه‌گیری آن در سازمان‌ها: پیشرفت‌های نظری و تجربی؛ مصاحبه‌ها؛ مراکز ارزیابی؛ آزمون‌های قضاوت موقعیتی: یک بازنگری اساسی و دستور جلسه؛ ارزیابی و مدیریت عملکرد در کار؛ گسترش دادن پهنه عملکرد به منظور در برگیری کارکنان؛ پیشرفت‌های بی‌همتا در انتخاب و

روانشناسی کارکنان؛ آموزش و بالنده سازی کارکنان برای بهبود عملکرد؛ مربی‌گری در رابطه با مدیران اجرایی؛ یک بازنگری و توصیه‌هایی برای پیشبرد این روش؛ و رفتار کاری پیشرو؛ پیش‌نگری و دگرگونی خواهی در جهت اقدام و عمل در سازمان‌ها.

۳. جلد سوم. نگهداری، گسترش، و پیمان کاری در سازمان‌ها

تناسب شخص-محیط؛ جامعه‌پذیری سازمانی؛ وارد ساختن اثر بخش کارکنان جدید؛ انگیزه دادن به کارکنان؛ نگرش‌های شغلی و ارزش‌های کاری؛ رابطه فرد-سازمان؛ پیمان روانشناختی؛ روابط بین فردی در کار؛ ارتباطات؛ عدالت سازمانی؛ تأثیر بخشی عدل و انصاف در محل کار؛ خدمت‌رسانی به مشتری؛ فشار روانی و به‌باشی در کار؛ کیفیت زندگی کاری؛ تعارض در کار؛ اصول اساسی و موضوعات کاربردی؛ روانشناسی مذاکره و میانجی‌گری؛ پرخاشگری و خشونت در محل کار؛ برنامه‌ریزی جانشینی؛ دگرگونی و بالندگی سازمانی؛ کوچک سازی سازمان، ادغام‌ها، و تملک‌ها؛ موضوعات بین فرهنگی و جهانی در روانشناسی سازمانی؛ و مسئولیت سازمانی؛ خوب کار کردن و بهتر کار کردن.

البته، غیر از دستنامه فوق‌الذکر منابع بسیار دیگری در زمینه روانشناسی صنعتی و سازمانی وجود دارد. مثلاً، انجمن روانشناسی صنعتی و سازمانی^۲ (SIOP) مجموعه‌های متفاوتی از کتاب، مجلات علمی، و پایگاه‌های اطلاعی دارد که جزئیات مباحث این رشته را مطرح ساخته‌اند. خوشبختانه، اکثریت این منابع در اختیار است.

وجوه مشخصه روانشناسی صنعتی و سازمانی

منظور از وجوه مشخصه روانشناسی صنعتی و سازمانی خصوصیات و ویژگی‌هایی است که این رشته روانشناسی را از رشته‌های علمی نزدیک به آن مجزا می‌سازد. رایان^۱ (۲۰۰۳) در خطابه پایان دوره ریاست خود بر انجمن روانشناسی صنعتی و سازمانی آمریکا در ارتباط با هویت این رشته علمی وجوه مشخصه زیر را مطرح می‌سازد:

۱. موضوع این رشته علمی عبارت است از کاربرد اصول، نظریه‌ها و یافته‌های روانشناسی به پدیده‌های محل کار. در واقع، هسته اصلی آنچه که سازمان و رشته روانشناسی صنعتی و سازمانی را تعریف می‌کند، دلبندی به کار بست اصول و یافته‌های پژوهشی روانشناختی به سازمان‌ها و محیط‌های کار است. در این راستا، روانشناسان صنعتی و سازمانی از بعضی جهات خود را همانند

². Society for Industrial and Organizational Psychology

دیگر روانشناسان می دانند و از جهات دیگر مایلند خود را از برخی روانشناسان متمایز سازند. در عین حال، پیوند با روانشناسی چیزی است که آنان را از دیگر رشته‌هایی که در زمینه منابع انسانی کار می کنند مجزا می سازد.

۲. وجه مشخصه دوم روانشناسی صنعتی و سازمانی رویکرد علمی آن است. تأکید بسیار بر روش‌های آماری، سنجش و اندازه‌گیری و بر

1. Ryan

استانداردهای سختگیرانه روش‌شناسی علمی وجه مشخصه دوم این رشته علمی است.

۳. وجه مشخصه سوم هویت روانشناسی صنعتی و سازمانی تأکید آن هم بر اثربخشی سازمانی و هم بر کیفیت زندگی شغلی کارکنان است. رسالت و مأموریت این رشته علمی عبارت است از بهینه‌سازی کیفیت زندگی شغلی و عملکرد شغلی کارکنان در سازمان‌ها و محیط‌های کار.

۴. وجه مشخصه چهارم روانشناسی صنعتی و سازمانی کارکردن بر اساس یک الگوی چند سطحی است. این بدان معناست که روانشناسان صنعتی و سازمانی به این تشخیص رسیده‌اند که علاوه بر نفوذهای فردی، رفتار و نگرش‌های افراد متأثر از موجودیت‌های بلند مرتبه تر، همچون گروه‌ها و بافت سازمانی است. همچنین، این تشخیص داده شده است که فرد نیز در بازده‌های و موجودیت‌های بلند مرتبه تأثیر می گذارد.

۵. وجه مشخصه پنجم این رشته علمی داشتن مالکیت و کنترل بر یک ذخیره اطلاعاتی گسترده از دانش، نظریه، یافته‌های پژوهشی، و ابزارهای اختصاصی است که پیوسته در حال تکامل و بهبود است و در عمل از آنها توسط متخصصان این رشته استفاده می شود.

گاسر، باتلر، وادیلو، و تان^۱ (۲۰۰۴) برای تعیین خصوصیات روانشناسی صنعتی و سازمانی را از برنامه آموزشی در دانشکده‌های مدیریت و بازرگانی متمایز می سازد روی ۷۰ عضو برجسته انجمن روانشناسی صنعتی و سازمانی تحقیقی انجام داد و نتایج زیر را به دست آورد.

۱. روانشناسان صنعتی و سازمانی آشنایی بیشتری با علم و پژوهش دارند. این روانشناسان آموزش بیشتری در آمار دارند و در نتیجه توانایی بیشتری جهت تفکر به مسایل از دیدگاه آماری دارند. این بدان معناست که روانشناسان صنعتی و سازمانی کمتر تنها با شواهد روایتی یا شهادت متخصصان مجاب می‌شوند.

۲. روانشناسان صنعتی و سازمانی در زمینه سنجش و اندازه‌گیری دانش بیشتری دارند و به احتمال بیشتر به عملکرد به عنوان رفتار یک فرد می‌نگرند تا به عنوان یک بازده. روانشناسان صنعتی و سازمانی می‌دانند که چگونه طرح‌های پژوهشی خوب اجرا کنند و به احتمال بیشتر از داده‌های تجربی جمع‌آوری شده در یک آزمایش به عنوان راهی برای آگاهی و اطلاع استفاده می‌کنند تا از تجربه و مطالعات موردی.

۳. روانشناسان صنعتی و سازمانی درک و فهم بیشتری از نظریه‌های روانشناختی دارند. اینان در دوران تحصیلات خود مجموعه‌ای از دروس را در زمینه‌های اصلی روانشناسی، از قبیل روانشناسی اجتماعی، شخصیت، رشد، شناختی، فیزیولوژیکی، و آزمایشی می‌گذرانند. متخصصان منابع انسانی که در دانشکده‌های مدیریت و بازرگانی آموزش می‌بینند درس‌هایی اصلی، از قبیل حسابداری، اقتصاد، حقوق و دستمزد، مباحث حقوقی و مالی را می‌گذرانند. تمرکز روانشناسان صنعتی و سازمانی بر مردم و فهم تعامل‌های انسانی است، در حالی که تمرکز متخصصان آموزش دیده در دانشکده‌های بازرگانی بر روی اقتصاد و بازده‌های سازمانی است.

۴. تمرکز روانشناسان صنعتی و سازمانی معمولاً بر سطح خرد یا فرد است، در حالی که تمرکز متخصصان بازرگانی منابع انسانی بر سطح کلان یا سازمان است. روانشناسان صنعتی و سازمانی بیشتر علاقه‌مند به تأثیر مداخله‌ها در سطح فردی هستند از قبیل، بهبود در رفتارهای عملکرد شغلی، انگیزش شغلی، خشنودی شغلی، و تعهد سازمانی، یا تجربه انسانی از کار. متخصصان منابع انسانی بیشتر علاقه‌مند به متغیرها در سطح سازمانی هستند، از قبیل منفعت و سود، بهره‌وری، ترک شغل، و بازده‌های سرمایه‌گذاری. روانشناسان صنعتی و سازمانی بیشتر علاقه‌مند به مردم هستند و تلاش‌های خود را بر درک و فهم نظری چرایی آنچه که مردم انجام می‌دهند می‌گذارند.

فرصت‌ها و نقاط قوت کنونی روانشناسی صنعتی و سازمانی در ایران

منظور از فرصت‌ها و نقاط قوت شرایط و موقعیت‌های مطلوبی هستند که هم اکنون وجود دارند و باید تقویت شوند. این فرصت‌ها و نقاط قوت عبارتند از:

۱. فراهم شدن امکان توسعه مطلوب برنامه‌های آموزشی روانشناسی صنعتی و سازمانی در سطوح کارشناسی و تکمیلی در دانشگاه‌های دولتی و خصوصی

۲. استقبال شمار بسیاری از جوانان با استعداد و پرانگیزه برای تحصیل در این شاخه از دانش

۳. آشنا شدن سازمان‌های تولیدی و خدماتی بخش‌های عمومی و خصوصی با این رشته و مطالبه روز افزون خدمات آن .

۴. برخورداری این رشته از دانش نظری و کاربردی گسترده و ژرف در ارتباط با مسائل و مشکلات سرمایه‌انسانی سازمان‌ها

۵. وجود تعدادی متخصص در این رشته و آمادگی آنان برای انتقال دانش و تجربه خود از مجاری آموزش، پژوهش و مشاوره

۶. وجود منابع علمی بسیار در زمینه‌های نظری و کاربردی این رشته به صورت کتاب، مجله و پایگاه‌های اطلاعاتی الکترونیکی به فارسی و لاتین

۷. وجود آزمون‌ها و ابزارهای مختلف بسیار در سطح جهان و فراهم شدن تعدادی آزمون و ابزار متفاوت به زبان فارسی برای پیاده‌سازی برنامه‌های پژوهشی و کاربردی زمینه‌های گوناگون این رشته در سازمان‌ها

چالش‌ها و نقاط ضعف کنونی روانشناسی صنعتی و سازمانی در ایران

منظور از چالش‌ها و نقاط ضعف شرایط مطلوبی است که هم اکنون وجود ندارند و لازم است که هرچه زودتر به وجود آیند.

۱. آشنا نبودن یا آشنایی نابسندۀ مسئولان کشور و مدیران سازمان‌ها با این شاخه از روانشناسی و با خدماتی که می‌تواند ارائه بدهد.

۲. کمبود متخصصان سطوح بالا که به صورت منظم و رسمی در این رشته، تحصیلات داشته باشند.

۳. عدم وجود کافی دوره‌های آموزشی تحصیلات تکمیلی، به ویژه در سطح دکتری، در دانشگاه‌های بزرگ کشور. خوشبختانه از سال ۱۳۹۸ دوره دکترای تخصصی روانشناسی صنعتی و سازمانی در گروه روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز آغاز به کار کرده است.

1. Gasser, Butler, Waddilove, and Tan

۴. عدم دسترسی متخصصان و علاقه‌مندان این رشته علمی به منابع دست اول، اعم از کتاب، مجله‌های علمی، آزمون‌ها و ابزارهای مختلف، به دلیل نبود آنها در کتابخانه‌ها و مؤسسات آموزشی عالی و پژوهشی کشور.

۵. نبود سازمان‌ها و مؤسسات حرفه‌ای و تخصصی در زمینه تهیه و هنجارسازی آزمون‌های روانشناختی لازم برای فراهم ساختن امکان خدمت‌رسانی این رشته به جامعه. البته، اخیراً پیشرفت‌هایی در این زمینه رخ داده است.

۶. قرار نگرفتن نام این رشته علمی مورد نیاز سازمان‌ها و محیط‌های کار در فهرست رشته‌های مورد نیاز سازمان‌ها توسط مسئولان مربوط، علی‌رغم تلاش عده‌ای از دلسوزان آن.

۷. نبود قوانین و مقررات ضروری برای ملزم ساختن مسئولان سازمان‌ها و شرکت‌ها جهت استخدام فارغ‌التحصیلان این رشته.

۸. نبود اطلاعات لازم علمی در باره مشاغل کشور از لحاظ ویژگی‌های مشاغل و خصوصیات روانشناختی احراز کنندگان آنها.

۹. نبود نشریه‌های تخصصی معتبر برای انتشار گزارش‌های تحقیقاتی تخصصی این رشته علمی. البته، از سال ۱۳۹۳ مجله مطالعات روانشناسی صنعتی و سازمانی توسط گروه روانشناسی صنعتی و سازمانی دانشگاه شهید چمران منتشر می‌شود.

۱۰. نبود و یا عدم رعایت مقررات و منشور اخلاق حرفه‌ای برای جلوگیری از فعالیت‌های غیر تخصصی افراد سودجو.

ضروری است که همه مسئولان و علاقه‌مندان به این رشته در راه چیره شدن بر چالش‌ها و تبدیل نقاط ضعف به نقاط قوت از هیچ‌گونه تلاشی دریغ نورزند.

تهدیدها و چاره‌جویی‌ها

منظور از تهدیدها شرایط نا مطلوبی است که هم اکنون وجود دارند و لازم است که برای رفع آنها اقداماتی صورت بگیرد.

۱. با توجه به ذخیره اطلاعاتی تخصصی این رشته بدیهی است که تنها کسانی می‌توانند در این رشته فعالیت آموزشی، پژوهشی، و کاربردی حرفه‌ای داشته باشند که رسماً و با توجه به اصول اخلاق حرفه‌ای در این رشته تحصیل کرده و مدارک رسمی دانشگاهی داشته باشند. متأسفانه، تعدادی افراد غیر متخصص در فعالیتهای آموزشی، پژوهشی و مشاوره‌ای مربوط به این رشته علمی دخالت می‌کنند. این دخالت‌ها به ویژه در جاهایی خطرناک است که به سرنوشت شغلی

کارکنان و بهبود اثربخشی سازمان‌ها مربوط باشد. برای رفع این تهدید دو راه‌حل پیشنهاد می‌شود. ۱. وضع مقررات لازم و اجرای مقررات موجود در جهت جلوگیری از دخالت افراد غیر متخصص در این رشته علمی توسط نهادهای مسئول. ۲. ایجاد منشور اخلاقی حرفه‌ای و آموزش آن در دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاهی.

۲. ارائه برنامه‌های آموزشی این رشته در سطوح کارشناسی ارشد در بعضی از مؤسسات آموزش عالی توسط افرادی که در این زمینه تخصص لازم را ندارند. رفع این مشکل در بلند مدت مستلزم ایجاد دوره‌های تخصصی تحصیلات تکمیلی دانشگاهی کارشناسی ارشد و دکتری با هیئت علمی متخصص این رشته است. در کوتاه مدت، شاید راه حل این باشد که سازمان نظام روانشناسی و مشاوره جمهوری اسلامی ایران و یا دیگر نهادهای دانشگاهی و تخصصی ترتیباتی بدهند که از این افراد امتحانات تخصصی گرفته شود و کسانی که از عهده این امتحانات بر نیایند برایشان دوره‌های تخصصی لازم برگزار شود.

۳. عدم آشنایی متخصصان و فارغ‌التحصیلان این رشته با مشکلات سازمان‌های تولیدی و خدماتی. به دلیل ارتباط نابسندۀ میان دانشگاه‌ها و سازمان‌های تولیدی و خدماتی متخصصان و فارغ‌التحصیلان این رشته آشنایی کافی با مسئولان و مشکلات سازمان‌ها ندارند. این امر باعث شده است که نتوانند تخصص و خدمات خود را که اتفاقاً مورد نیاز سازمان‌هاست به آنها ارائه دهند. این محدودیت باید برطرف شود. با توجه به اینکه روانشناسی صنعتی و سازمانی ماهیتی

علمی-عملی دارد متخصصان این رشته باید تلاش کنند تا باب آشنایی را با مسئولان سازمان‌ها باز کنند و شایسته است که رهبران سازمان‌ها از این امر استقبال به عمل آورند. این موضوع باعث می‌شود که متخصصان روانشناسی صنعتی و سازمانی بتوانند در رفع مشکلات نیروی انسانی سازمان‌ها یاری کنند و به این ترتیب توجه بیشتر مسئولان سازمان‌ها را به استفاده از این تخصص جلب نمایند.

منابع

- Gasser, M., Butler, A., Waddilove, L. and Tan, R. (2004). Defining the profession of Industrial-Organizational Psychology. The Industrial-organizational Psychologist, 42, 15-20.**
- Rucci, A. J. (2008). I-O Psychology "Core Purpose": Where Science and Practice Meet, 46, 17-24.**
- Ryan, A. M. (2003). Defining ourselves: I-O psychology's identity quest. The Industrial-organizational Psychologist, 41, 21-33.**
- Zedeck, S. (2011). APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Volume 1, Building and Developing the Organization, Volume 2, Selecting and Developing Members for the Organization, Volume 3, Maintaining, Explaining, and Contracting the Organization. American Psychological Association, Washington, DC.**