

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка
Навчально-науковий інститут педагогіки і психології
Кафедра психології

Чуб Руслана Тарасівна

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
КОЛЕКТИВУ ІТ-КОМПАНІЇ**

Галузь знань: 053
Напрямок підготовки:

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник
Т.О. Мотрук,
кандидат психологічних наук, доцент
«___» _____ 20__ року
Виконавець
Р.Т. Чуб
«___» _____ 2020 року

Суми 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЕКТИВУ ІТ-КОМПАНІЇ	8
1.1. Дослідження психологічних характеристик та проблем групи (колективу) у науковій літературі.....	8
1.2. Психологічні характеристики та соціально-психологічні особливості колективу як об'єкту управління	20
1.3 Міжособистісні фактори взаємин та соціально-психологічні особливості психологічного клімату колективу ІТ-компанії	36
Висновки до першого розділу	50
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ АГРЕСИВНОСТІ ТА КОНФЛІКТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ І ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ ІТ-КОМПАНІЇ.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Організація та проведення емпіричного дослідження проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Результати дослідження та їх інтерпретація.....	Error! Bookmark not defined.8
2.3. Рекомендації щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.....	70
Висновки до другого розділу.....	76
ВИСНОВКИ	878
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	883
ДОДАТКИ	890

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасна теорія і практика ведення бізнесу доводить, що розвиток будь-якої компанії безпосередньо залежить від її конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості з урахуванням соціально-психологічних особливостей колективу сучасної компанії.

У період соціально-економічних реформ відбуваються швидкі зміни в економічній сфері, а зміни економічної свідомості особистості потребують тривалої підготовки, часу і досвіду. Такі зміни суперечливі: з постійним зростанням економічної грамотності суб'єктів підприємницької діяльності ІТ-сфери часто поєднуються неадекватні варіанти організаційної та економічної поведінки, спровоковані інертністю, довірливістю, орієнтацією на швидкий і непідкріплений зусиллями успіх, на ризик без розрахунку; важливі зрушення у мотиваційно-вольовому блоці у бік активності поєднуються з надлишковою автономністю і відокремленістю від моральної свідомості, відповідальності.

Однак, незважаючи на подібні негаразди перехідного періоду, організаційна та економічна свідомість працівників ІТ-сфери здатна до еволюції, а досвід і формування професійно важливих якостей, професійна орієнтація та професійний психологічний відбір, супровід і повний комплекс психологічного забезпечення діяльності колективу компанії сприятиме ефективності й надійності як в управлінській, так і у виконавчій ланці. Особливо гостро постають теоретичні та практичні питання управління і ефективності взаємодії членів колективу, соціально-психологічного клімату у колективі компанії. Актуальність цієї проблеми зумовлюється ще й гуманістичними підходами до розуміння особистості кожного члену колективу компанії.

ІТ-сфера в Україні нині активно розвивається. Відкривається багато нових ІТ-компаній, зарубіжні компанії теж заходять на український ринок інформаційних технологій та відкривають свої офіси. Основою ІТ-бізнесу є фаховий персонал, тому на ринку праці постійно зростає потреба у

кваліфікованих фахівцях саме у сфері інформаційних технологій (консультування, розроблення програмного забезпечення, захист інформації тощо).

ІТ-фахівці – одні з найбільш високооплачуваних працівників, але водночас хороших фахівців знайти складно. Відповідно до цього, в ІТ-компаній виникає активна необхідність пошуку нових механізмів, інструментів управління персоналом для забезпечення його ефективної роботи, для професійного розвитку та утримування талановитих спеціалістів. У зв'язку із цим у компаніях такого типу доволі специфічний менеджмент та специфічне поняття про дисципліну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблемні питання щодо визначення соціально-психологічних особливостей колективу, формування та оцінювання соціально-психологічного клімату у колективі компанії, фірми, підприємства досліджували такі науковці, як: Н. Беляєва, Н. Базалійська, Н. Жигайло, Ю. Куріс, Т. Луцик, І. Марков, О. Марциняк-Дорош, Д. Михайленко, Г. Назарова, А. Романов, В. Сич, А. Чечель, А. Хмелевська, М. Шакірі та ін.

На розв'язання проблем управління персоналом та пошук механізмів ефективності такого управління звертають увагу у своїх дослідженнях як зарубіжні (А. Бандура, Ф. Беккер, П. Друкер, Г. Кунц, М. Мескон, С. О'Донел, Т. Пітерс, Г. Саймон та ін.), так і вітчизняні (А. Колот, І. Крижко, Н. Лук'янченко, В. Нижник, Г. Щокін, Л. Балабанова та ін.) вчені. Даною проблематикою вже зацікавилися Є. Кузьмінов, С. Іванов, П. Решетняк, І. Шевчук та ін.

Проте багатоаспектність даного питання потребує додаткових та нових напрямів наукових досліджень в умовах тотальної інформатизації суспільства та інтенсивного розвитку ІТ-сфери. Водночас, віддаючи належне високому рівню наукових доробок у цьому напрямі, доцільно відмітити, що сьогодні недостатньо уваги приділено діагностиці стану соціально-психологічного клімату у колективах ІТ-компаній. Все це обумовило **вибір теми**

магістерської роботи: «Соціально-психологічні особливості колективу ІТ-компанії», визначило його тему та мету.

Метою магістерської роботи є аналіз теоретичних положень, проведення емпіричного дослідження проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату та розроблення практичних рекомендацій з удосконалення стану соціально-психологічного клімату з урахуванням соціально-психологічних особливостей колективу ІТ-компанії.

Об'єкт дослідження – колектив, як об'єкт управління.

Предмет дослідження – соціально-психологічні особливості колективу ІТ-компанії.

Відповідно до мети визначено **завдання дослідження**:

- теоретично дослідити проблему агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії;
- емпірично дослідити проблему агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії;
- розробити рекомендації щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.

Для реалізації мети дослідження та поставлених завдань було використано наступні **загальнонаукові методи та прийоми дослідження**: аналіз і синтез наукової літератури з проблеми дослідження; порівняння, систематизація й узагальнення; контент-аналіз нормативних документів, наукової психологічної, соціально-психологічної та методичної літератури, програм з теорії та методики соціально-психологічної роботи з колективом ІТ-компаній, а саме опитувальник дослідження рівня агресивності (А. Басса-А. Дарки), методика на виявлення провідного поведінки в конфліктній ситуації (К. Томасом-Р. Кілманном) та методика оцінки психологічної атмосфери в колективі (по А. Фідлеру); експеримент; теоретичне

узагальнення; метод статистичної обробки даних та ін.; бесіда, тестування, анкетування, опитування, спостереження та ін.

Теоретичне значення одержаних результатів дослідження полягає у наступному:

- уточнено рівень розробленості проблеми соціально-психологічних особливостей колективу у науковій літературі;
- досліджено проблему агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії;
- розроблено рекомендації щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії;
- подальшого розвитку дістало з'ясування наукового змісту основоположних понять дослідження: «психологічний клімат колективу», «соціально-психологічні особливості колективу», «психологічна сумісність», «індекс згуртованості» «згуртованість колективу» та ін.

Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці ефективного способу дослідження агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії технології; рекомендацій щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.

Матеріали магістерського дослідження можуть бути використані керівництвом та працівниками соціальних служб, керівництвом ІТ-компаній, соціальними психологами та іншими уповноваженими особами для роботи з означеним колективом.

Достовірність результатів дослідження забезпечувалася узгодженістю теоретичного апарату дослідження, науковим обґрунтуванням його вихідних позицій та підтвердженням їх емпіричними даними, застосуванням комплексної програми, яка відповідає поставленим меті й завданням, якісним

і кількісним аналізом експериментальних даних, використанням для аналізу отриманих даних методів математичної статистики.

Прогностичний потенціал проведеного дослідження зумовлений можливістю використання його результатів для здійснення подальшої науково-дослідницької роботи за темою «Соціально-психологічні особливості колективу ІТ-компанії».

Апробація. Основні положення магістерської роботи висвітлено у публікаціях:

1. Чуб Р. Теоретичні засади проблеми діагностики стану соціально-психологічного клімату у колективі // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя» (13-14 лютого 2020 р.) – Суми, СумДУ ім. А.С. Макаренка.

2. Чуб Р. Т. Теоретичні засади проблеми діагностики стану соціально-психологічного клімату у колективі // матеріали Міжнародної молодіжної науково-практичної конференції «Вектори психології-2020» (24 квітня 2020 року). – Харків, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – С. 77–80.

Структура магістерської роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 94 сторінки. У тексті 7 рисунків, 4 таблиць та 7 діаграм. Додатки викладено на 90-94 сторінках. У списку 70 використаних джерел, що охоплюють 6 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОЛЕКТИВУ ІТ-КОМПАНІЇ

1.1. Дослідження психологічних характеристик та проблем групи (колективу) у науковій літературі

Спілкування та обмін інформацією людей відбувається в різних формаціях та асоціаціях, які визначаються як групи в соціальній психології. Група – це відносно стабільна сукупність людей, виділена соціальними критеріями, як наприклад- становищем в суспільстві, рівнем життя її членів.

Соціальна психологія, як наука, повинна займатися проблемою особистості у групі. Це наука, проблеми якої в основному визначаються суспільством, а не вченими. В разі зміни ситуації – соціальні психологи стикаються з новими науковими проблемами [47, с. 298].

Вчення античних філософів в Єгипті, Китаї, Індії, Греції та Риму зосереджувались на пізнанні людства та формулювали правила людського співіснування, систем поведінки, що корелювали із загальним законом і ніяким чином не залежали від волі людей (наприклад, Дао – закон правильного курсу). Ще великий китайський філософ Конфуцій (551-479 рр. до н.е.) докладав зусиль щоб вирішити це питання шляхом етичного та психологічного вирівнювання відносин між людиною та суспільством, стверджуючи, що людина повинна постійно вдосконалюватися внутрішньо та долати вплив спільнот, в якому вона живе [64, с. 61].

Давньогрецький мислитель Платон (428-347 рр. до н. е.) стверджував, що аристократичний стиль взаємодії між людиною та суспільством найкращий, бо суспільство відповідає природним потребам особистості та визначає її розвиток. Його співвітчизник і послідовник Арістотель (384-322 рр. до н.е.) був принциповим супротивником авторитарного стилю у відносинах між людиною та суспільством. У цілому, Платон і Арістотель започаткували

дві різні традиції суспільної думки, що пізніше стали відомими як соціальний та індивідуальний підхід [64, с. 65].

Італійський мислитель Н. Макіавеллі (1469-1527) та англійський філософ Нової доби Т. Гоббс (1588-1678) були першими, хто звернув увагу на політичну, або соціальну психологію. І вважаються носіями песимістичного погляду на людську природу.

На думку Н. Макіавеллі складна, суперечлива природа людини, заснованому на природному егоїзмі. А матеріальна зацікавленість є універсальним фактором взаємодії людини з суспільством. Усі людські стосунки складаються з таких дій. У трактаті «Державний діяч» він дає аналіз концепції людини, головним стимулом якої є інтерес, і дає поради щодо маніпуляцій з людьми [70, с. 20].

Т. Гоббс, визначаючи рушійні сили людської поведінки, стверджував, що люди від природи егоїстичні і що всі стосунки характеризуються формулою «людина до людини – ворог», «боротьба всіх проти всіх». І це безперечний факт. Тому лише розвиток держави може захистити людей від взаємного самознищення. Для того, щоб соціальне існування особистості в групі та з групою було ефективним і мирним, необхідно укласти «соціальний контракт» на власну користь, що означає формування державної влади [15, с. 290].

Проблеми соціально-політичного та соціально-психологічного життя людей хвилювали англійського філософа раннього Просвітництва Дж. Локка (1632-1704), який доводив, що кожен наділений певними природними правами: правом на життя, особисту свободу, власність. Його погляди на соціальні відносини базувалися на індивідуалістичному розумінні природи людини, згідно з яким люди дозволяють керуватися у своїй діяльності лише власними інтересами, щоб задовольнити їх [70, с. 42].

Англійський філософ І. Бентам (1748-1832) теж підтримав тезу Т. Гоббса про те, що людина прагне задоволення та уникнення страждань. Основним принципом індивідуальної поведінки була оцінка всіх явищ за

критерієм їх корисності для індивіда. На його думку, задоволення інтересів є найважливішим засобом стати щасливими для більшості людей. Відповідно, він трактував суспільні інтереси як низку індивідуальних інтересів [61, с. 25].

Українська філософська думка відповідно теж не уникла проблеми взаємодії людей, їх традицій, звичаїв та ролі людей у побудові суспільства. Вчені з Києво-Могилянської академії С. Яворський (1658-1722), Ф. Прокопович (1687-1736), Г. Кониський (1717-1795) та інші працювали над розумінням проблем взаємодії людей у різних спільнотах. [65, с. 33].

На думку автора ідеї «сродної праці», філософа-педагога Г. Сковороди (1722-1794), щасливою буде людина, коли її нахили відповідають її діяльності. Соціальні заворушення і нещастя є результатом того, що люди беруться не за ту роботу, до якої «не лежить серце» і до якої не мають жодних можливостей чи схильностей. Вчений-педагог відстоював рівність стосунків між людьми незалежно від їх соціального населення [54, с. 103].

Вивчення соціально-психологічних проблем у глибинах філософії, розробило основи розвитку соціально-психологічних ідей в основі соціології, теорії еволюції та психології, розвиток в середині 19 століття. Та, відповідно, перші соціально-психологічні концепції.

На думку О. Конта (1798-1857), психіка людини прогресує лише в суспільстві, тому вона розглядається лише в соціальній обстановці. Позитивізм змушує припускати такий самий підхід при вивченні поведінки людини та явища соціального життя, як і при вивченні природного світу [5, с. 32].

В свою чергу, Е. Дюркгейм (1858-1917) дотримувався думки, що «колективні ідеї» кожної громади розвиваються самі по собі. І все ж ці ідеї в процесі взаємодії людей, їх характеристики можуть відрізнятися від параметрів і не залежати від них [5, с. 49].

Робота Чарльза Дарвіна (1809-1882) теж мала значний вплив на розвиток соціально-психологічної психології. Описуючи природну агресивність людей він визнавав роль соціальних впливів у вихованні їхніх

моральних якостей. Його розробка теорії еволюції для проголошення соціальних та соціально-психологічних явищ передбачає імпульси для розвитку соціального дарвінізму, яка базується на «боротьбі за існування» внаслідок періодичних міжособистісних і між групових конфліктів. [16, с. 77].

Англійський соціолог і філософ Г. Спенсер (1820-1903) використовував дарвінізм, пояснюючи війни, політику колоніалізму і будь-які дії, спрямовані на конкуренцію чи конфлікт [61, с. 55].

Французький дослідник Г. Тард (1843-1904) розробив свою концепцію поведінки суспільства і розглядав його як продукт взаємодії індивідів. («Закони наслідування») Він проаналізував різні форми соціальної взаємодії та наслідування, порівнявши суспільство з мозком, клітиною якого є індивідуальний мозок. Суспільні відносини вчений зводив до відносин між індивідами, які мають перевагу над різними формами спілкування між окремими особистостями, суб'єктами та реальністю [61, с. 62].

На думку іншого вченого, Л.-Ф. Уорда (1841-1913), суспільні відносини - це взаємний вплив окремих людей та спільноти. Цікавий його аналіз щодо відмінності між людьми та тваринами (людина вважає, що може змінити умови життя, тварини, в свою чергу – лише пристосовується до них), що процесам (ініційованим людиною) передують природні процеси [61, с. 68].

Визнаний викладач поєднання теоретичної соціології з філософією та психологією (включаючи соціальну психологію) М. Кареев, стверджував, що діяльність особи у соціальному житті відіграє значну роль в інтелектуальному, емоційному та мирському навчанні. Крім того, він доводив що суспільство це система ментальної та практичної взаємодії між людьми, розподілом праці, продуктами людської діяльності, політичної влади . [48, с. 51].

Розглядаючи та вивчаючи прояви групової психології, З. Фрейд та його усі послідовники спиралися на методологію психоаналізу, зміцнюючи відповідно концепції, принципи та практики лікування неврозів на соціально-психологічних явищах. Будь-яка соціальна група визначається сукупністю

осіб, для яких лідер ідеально підходить. Ідентифікація однієї особи з іншою справою, коли перед ним те, що вони (особи) ототожнюють себе з лідером як своїм ідеалом [62, с. 72].

Основною проблемою соціально-психологічного аналізу в роботах необіхевіористів був пошук пояснення агресивної поведінки, соціальної прихильності та безпомічної поведінки. Наприклад дослідники Н. Міллер, Р. Доллардт та інші сформулювали і створили фрустраційну теорію агресії і разом з А. Бандурою заснували загальну теорію соціального навчання, в якій головне завдання було спостереження та наслідування інших людей. У своїх працях А. Бандура також намагався врахувати когнітивні та психологічні фактори у виникненні соціальних поведінки [31, с. 60].

Основною теоретичною передумовою розвитку когнітивно-орієнтаційної психології була теорія поля К. Левіна та інших представників гештальтпсихології: В. Келлер та М. Вертхаймер. Теорія, що представляє цей напрям, включає концепції когнітивної відповідності (Ф. Хайдер, Т. Ньюкомб, Л. Фестінгер, К. Осгуд), а також соціально-психологічні концепції (С. Еш, Д. Кречев, Р. Кратчфілд). Концепції суттєвої кореспонденції ґрунтуються на ідеї, що когнітивна структура людини та її сучасний стан визначають поведінку людини. На думку Т. Ньюкомба, тенденція до рівноваги характеризує не тільки внутрішній, психологічний світ людини, а й сферу міжособистісних відносин [36, с. 88].

Концепція когнітивного дисонансу Л. Фестінгер стала найбільш популярною, і її застосування було лише значущим, відповідні ідеї проникли в багато областей соціальної психології, включаючи малі групи, соціальні інститути, міжгрупову взаємодію, масову комунікацію та інші. Коротко розглянемо основні ідеї теорії когнітивного дисонансу:

- нормальний стан когнітивної системи (співзвуччя, відповідність) стабільний, до неї когнітивна система в кінцевому підсумку шукає і проявляє позитивні емоції у людей;

- ненормальний стан когнітивної системи (дисонанси), пов'язаний з несприятливими емоційними переживаннями, а також тих, хто намагається їх запросити;
- прагнення усунути когнітивний дисонанс, люди можуть змінити або свої знання, або свою поведінку;
- усередині когнітивної системи індивіда (або соціальної групи) завжди існує певна розбіжність, яка є джерелом динаміки, включаючи кілька прогресивних змін у цій системі [58, с. 15].

Порівнюючи біхевіористський та когнітивістський підходи, Г. Андрєєва, Н. Богомоллова та Л. Петровська зазначають, що вони формально протистоять один одному відповідно до позиції щодо пояснення соціальної поведінки [4, с. 95].

У вітчизняній та зарубіжній соціальній психології проблеми групи (колективу) розробляються на глибокому науково-методологічному рівні. Вчені Б. Паригін, Я. Коломінський, А. Петровський, Л. Уманська зосереджують увагу на соціально-психологічних факторах формування та розвитку груп, на певні особливості що впливають на характеристики певної соціальної групи, а також питання групових відносин [25, стор. 98].

Результативний метод, з точки зору методологічного підходу є соціометричний метод Я.-Л. Морено, що може визначити структуру міжособистісних стосунків членів групи; школа «групової динаміки» К. Левіна, що вивчає групові процеси та його «теорію поля», що є основою для вивчення малих груп, соціологічного напрямку Е. Мейо, відомого як «експерименти Готорна» та ін. [38, с. 79].

Всі ці та декілька інших теоретичних підходів до вивчення соціальної психології груп є свідченням пильної уваги вчених до цієї проблеми, і тому вимагає детального аналізу та наукового підтвердження.

Дослідження психологічних характеристик великих соціальних груп призводить до послідовно важливого для соціальної психології питання: як елементи загальної психології «взаємодіють» з психікою кожного окремого

члена такої групи. Знання того, як соціальний досвід групи, відображений в елементах її психології, передається індивіду, не може бути здійснено без участі невеликої групи. Проблема малої групи є найбільш традиційним і добре розробленим питанням соціальної психології. У науці визначені нижня і верхня межі невеликої групи. Найменша мала група - це група з двох людей (діада), в якій можлива поява, становлення та розвиток реальних процесів на рівні міжособистісного спілкування та взаємодії. Загальноприйнятим числом верхньої межі невеликої групи вважається 7 ± 2 , яке було визначено американським психологом Н. Міллером при дослідженнях обсягу робочої пам'яті. Ця кількість є найкращим варіантом для невеликої групи (найпоширеніша кількість сімей у світі - 5-10 чоловік). Насправді невелика група може охоплювати 10, 15, 20 і більше людей, внаслідок потреб спільної групової діяльності [61, с. 115].

Як зазначають Н. Ложкін, Н. Зубанова, А. Видай, питання лідерства та лідера є одним з кардинальних питань соціальної психології. Теорія рис або теорія лідерських якостей - це найбільш раннє ставлення до вивчення та пояснення лідерських якостей. Перші дослідники намагалися виявити якості, які відрізняють «великих людей» від мас. Виходячи з цього підходу, вчені намагалися визначити лідерські якості, навчитися їх вимірювати та використовувати для ідентифікації лідерів. Цей підхід ґрунтувався на переконанні, що лідерами не стають, а народжуються. [32, с. 44].

Сотні досліджень було проведено в цьому напрямку, що дало початок надзвичайно довгому переліку лідерських якостей, який Р. Стогділл (1948) та Р. Манн (1959) намагалися об'єднати, згрупувати та систематизувати всі раніше визначені лідерські якості. Р. Стогділл зробив підсумок, що існує п'ять якостей, які характеризують лідера: інтелект чи інтелектуальні здібності; домінування або перевагу над іншими; самовпевненість; активність та енергія; знання бізнесу. Проте це не пояснювало появи лідера. Чимало людей з цими якостями так і залишалися послідовниками. Р. Манн також був розчарований. Сім виявлених ним особистих якостей лідера, серед яких розум був першим

провісником того, що його власником буде лідер – практика не підтвердила. [61, с. 128].

Гіпотеза рис має ряд неточностей: по-перше, перелік значущих якостей лідерства був майже неосяжним, а по-друге, не вдалося встановити взаємовідношення між цими якостями та лідерством. Узагальнюючи, можна зробити висновок, що підхід, який вивчає лідерські якості, безсумнівно, привертає увагу, та, він не надто допоміг у практичному виявленні останніх.

Найбільшою, новітньою групою концепцій лідерства є ідеї харизматичного лідерства, основа яких закладена у працях М. Вебера і представлені такими сьогочасними авторами, як В. Басс, Б. Шамір, Р. Хосе, М. Артур та інші. Теорія харизматичних рис зосереджена на природних якостях лідера. Відповідно до цієї теорії лідером може бути людина, яка має певну систему необхідних рис або характеристик, таких як впевненість, ентузіазм, ініціативність, практичність, організованість, загальновизнаність, красномовство тощо. Вадами цієї гіпотези слід вважати відсутність обґрунтованих критеріїв оцінки найважливіших рис лідерства, наприклад, що вирішальне – професіоналізм чи переконливість? Ця теорія не дає чітких і тотожних відповідей [61, с. 144].

У дослідженнях вчених часто є припущення, які називаються ситуативними концепціями лідерства, Ці теорії є насправді концептуально ефективними поняттями лідерства. Основи таких ідей вперше з'явилися в середині 20-х років у Ф. Дунаєвського. На Заході питанням ситуаційного управління займалися вчені, як Фідлер, Херс, Бланшард, Хауз, Мітчелл, Стінсон та інші. Прототипи, розроблені ними, пояснювали, який стиль керівництва слід використовувати в тій чи іншій ситуації, для ефективної роботи організації та досягнення своїх цілей. Але ці моделі майже не мають відношення до лідерства, однак є автори, які схильні вважати, що ефективне управління та лідерство є подібними поняттями [4, с. 177].

Ситуаційна теорія лідерства має на меті підкріпити думку про те, що лідерство є насамперед продуктом конкретної ситуації. Прихильники цієї ідеї

рішуче стверджують, що лідерство рідко буває несподіваним, природний процес, пов'язаний з особистими рисами, важливістю ролі, яку він відіграє в групі, і головне, свідомим бажанням бути в центрі, на вершині гострі проблеми життєвого тону, з якими стикається життєва активність групи [30, с. 210].

Згідно з компромісним підходом (дві крайності), який увійшов у соціальну психологію і названий «синтетичною теорією лідерства», лідерство розглядається як процес організації міжособистісних відносин у колективі, а лідер – як об'єкт управління. Прийняття цієї позиції можна пояснити тим, що різниця між лідером та іншими членами групи проявляється тут не в окремих характеристиках, а в результаті більш високого рівня впливу [12, с. 112].

Уточненням, розвитком та якісним збагаченням концепції ситуації стала теорія компонентів (послідовників), яка пояснює феномен лідера (за аналогією з відомим висловом «Антураж створює царя») через його послідовників. «Він є послідовником, – говорить Ф. Стенфорд, – який бачить лідера, бачить ситуацію і в кінцевому підсумку приймає чи відкидає керівництво». Роль послідовників вважається критично важливою для формування неформальних лідерів, а також для лідерів демократичних організацій, де формальний статус обраного лідера безпосередньо пов'язаний з його популярністю як неформального лідера [61, с. 159].

Сучасний український психолог Н. Коломінський визначає соціальну психологію як галузь психології, що вивчає вплив взаємовідносин та спілкування людей на психіку людини в різній кількості, типах створення та значенні для окремих груп та колективів [24, с.7].

Відомий фізіолог В. Бехтерев запропонував створити спеціальний науковий масаж «рефлексотерапії», одна з галузей якого стосувалася б вирішення соціально-психологічних проблем. Вчений назвав цю сферу колективною рефлексотерапією і визначив свою тему як поведінку команд та окремих людей у команді. Таке розуміння колективної рефлексології допомогло б подолати суб'єктивність соціальної психології, оскільки всі

проблеми груп трактувались як зв'язок зовнішніх впливів з руховими реакціями їх членів [11, с. 45].

На думку відомого російського психолога Б. Паригіна, концепція «соціально-психологічний клімат колективу» відображає характер взаємин між людьми, переважаючий тон соціального настрою в колективі, пов'язаний із задоволенням умовами життя, стилем та рівнем управління та іншими факторами [44, с. 38].

Команда – це особлива форма стосунків між її членами, яка забезпечує принцип розвитку особистості поряд з розвитком команди. Відхід від певної термінології дозволяє виділити характеристики, які різні автори називають обов'язковими характеристиками колективу. Фундамент ідеї розвитку команди знайшов у працях А. Макаренка [34, с. 78].

Концепція А. Петровського представляє колектив як групу, що складається з трьох шарів, кожен з яких характеризується відповідним принципом побудови відносин між членами групи:

- на першому рівні прямі контакти між людьми спочатку встановлюються на основі емоційного прийняття;
- на другому рівні ці відносини опосередковуються через характер спільної діяльності;
- на третьому рівні, який називається ядром колективу, розвивати відносини, засновані на прийнятті всіма його членами однакових цілей групової діяльності. Цей рівень належить до найвищого рівня розвитку команди, і, відповідно, його наявність говорить про те, що у нас є команда [46, с. 187].

Особливий інтерес представляє серія експериментів, проведених В. Агєєвим, основною гіпотезою яких була версія про залежність міжгрупового сприйняття. Підхід до аналізу міжгрупових відносин є подальшим розвитком принципу діяльності: саме сприйняття міжгрупи трактується з точки зору конкретного змісту спільної діяльності різних груп [1, с. 47].

Ідея виділення соціально-психологічної структури особистості знаходить своїх прихильників серед психологів (Б. Паригін, Н. Коломінський, Л. Сохан та ін.). Слід зазначити, що поведінка є невід'ємною складовою цієї структури особистості. Поведінка, на думку дослідників, – це послідовний і послідовний набір дій, що характеризують залежність особистості від соціальних структур та її власної діяльності. Вчені виявили таку закономірність: чим вищий рівень розвитку групи, тим сприятливіші умови вона створює для виявлення кращих рис особистості і, навпаки, чим нижче рівень розвитку групи, тим більше можливостей для виявити його негативні риси. Завдяки певним позитивним нормам стосунків у колективі, людина повинна поводитися позитивно щодо своїх однолітків у групі. У корпораціях часто заохочують егоїстичні тенденції [43, с. 204].

Групова мораль таких асоціацій змушує людину проявляти себе в гіршому випадку в системі міжособистісних відносин з метою самозахисту. М. Корнєв, А. Коваленко наголошують, що міжособистісні відносини, як прояв соціальної активності особистості, включають здатність вибирати різні способи поведінки, різні способи діяльності, адекватні конкретним соціальним відносинам та умовам, за яких вони реалізуються. Вибираючи спосіб поведінки, людина повинна встановлювати нові зв'язки з людьми, що є проявом соціальної активності її та групи. Отже, особисті стосунки забезпечують свободу вибору та мають моральну спрямованість [26, с. 179].

На думку М. Обозова, міжособистісні стосунки охоплюють широкий спектр явищ, але головне - це взаємна готовність партнерів до певного типу почуттів, вимог, очікувань і поведінки. Тому стан задоволення-невдоволення є головним критерієм оцінки таких стосунків. Симпатія-антипатія – це переживання задоволення та невдоволення контактом з іншими людьми, а притягання-відштовхування - поведінковий компонент цих переживань. Загалом міжособистісні стосунки набувають характеру взаємної прихильності чи нелюбові [41, с. 63].

У зарубіжній соціальній психології найпоширенішою є «теорія людських відносин» Е. Мейо, провідна роль у якій належить неформальній структурі, де працівник задовольняє морально-психологічні потреби (допомога, захист, інформація, тісний зв'язок і співчуття) . Прихильники цієї точки зору, зокрема Дж. Келлі, підкреслюють, що в сучасному суспільстві формальна структура є зовнішньою, тому вона повинна бути посилена теплом неформальних відносин, що відповідають потребам людини. Важливо також, що за допомогою неформальних відносин можна ефективно впливати на групову свідомість, пом'якшуючи виробничі та соціальні конфлікти. Розмежування офіційних та неформальних відносин умовне, насправді вони є єдністю людських відносин [23, с. 157].

Теорія Ф. Фідлера – одна з перших, але дуже продуктивних спроб побудувати цілісну систему, що поєднує стилі управління та організаційні ситуації. Основна ідея проста: визначити найбільш відповідний стиль керівництва для конкретних обставин. Відповідно до цієї моделі увага зосереджена на ситуації, враховуючи три фактори, що впливають на поведінку керівника. Лояльність підлеглих, довіра до їх керівників (відносини між керівником і членом команди). Чіткість формулювання та структурування завдань, а не розмитість та безструктурність (структура завдання). Обсяг юридичних повноважень, пов'язаних з посадою керівника, що дозволяє йому використовувати винагороду, а також підтримка офіційної організації (офіційної влади) [61, с. 186].

Ситуаційний підхід Мітчелла і Хауса «шлях-мета» заснований на оцінці дії, створеної поведінкою керівника щодо мотивації, задоволеності та продуктивності підлеглого: керівник спрямовує дії підлеглих на досягнення цілей організації [61, с. 188].

У сучасному українському суспільстві соціально-психологічні знання та методи в галузі економіки та політики були особливо затребувані, особливо при формуванні команди з будь-якої компанії, компанії, компанії тощо на

науковій основі з урахуванням психологічних особливостей колективу та кожного члена для вдосконалення Продуктивність.

Проблема команди – це «остаточна» проблема, пов'язана з груповою соціальною психологією. Як абсолютно нова проблема в структурі соціально-психологічного знання, вона також визначає відповідні напрямки для переосмислення значної частини того, що до цього часу накопичилось у цій галузі.

1.2. Психологічні характеристики та соціально-психологічні особливості колективу як об'єкту управління

Колектив представляє собою групу осіб, які розділяють або мотивовані, принаймні, одним загальним питанням або інтересом, або працюють разом для досягнення спільної мети.

Колектив - це сукупність людей, об'єднаних спільною діяльністю, спільними інтересами, метою, проектом. Група людей, пов'язаних спільною роботою в одній організації, установі, підприємстві і ін. За родом діяльності розрізняють трудові, навчальні, військові, спортивні, художні, аматорські та інші групи. У більш широкому сенсі - люди, яких об'єднують спільні ідеї, інтереси, потреби.

Переважає більшість сучасних дослідників сходяться на визначенні основних характеристик колективу як об'єднання людей для досягнення мети (у цьому сенсі, наприклад, колектив не можна назвати асоціальною групою зловмисників) Це існування невимушеного типу асоціації, і «добровільність» тут не означає безконтрольного формування колективу і таку характеристику, коли вона створюється не лише зовнішніми умовами, проте стала її частиною для осіб, які є її частиною є системою активних відносин загального функціонування. Важливою характеристикою колективу є його монолітність, що виявляється в тому, як трудовий колектив завжди функціонує як,

наприклад, система діяльності з властивою йому організацією, розподілом обов'язків, певним типом керівництва та управління [20, с. 310].

На думку Л. Карамушки, здатність колективу як згуртованої групи забезпечити ефективність роботи досить велика. Під час рішення більшості проблем, зокрема, складних, що вимагають безліч знань, умінь та залучення багатьох фахівців, плід роботи їхньої колективної діяльності виходять далеко за межі простої суми індивідуальних досягнень [22, с.207].

Співробітники компанії мають певні психологічні характеристики (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Психологічна характеристика колективу

1. Принцип внутрішнього психологічного клімату. Внутрішній психологічний клімат формується рядом обставин, за яких відбувається дія людини. Ці обставини призводять до певного ставлення учасників трудового колективу, що виражається у їх внутрішньому ставленні до їх оточення та змісту їхньої роботи. Зрештою, те, що відповідає цим установкам, – це психологічний клімат у колективі.

Керівнику, за рекомендацією Г. Щокіна та М. Обозова, слід врахувати той факт, що поганий настрій робітників знижує працездатність колективу орієнтовно в півтора рази. Через те що, на обставини значною мірою

впливають цілеспрямовано, психологічний клімат може бути певною мірою адаптований [69, с. 402].

2. Психологічний стан членів колективу визначається задоволеністю своєю діяльністю та результатами. На рівень комфортності та задоволеності учасників команди впливають такі фактори, як: вид і зміст діяльності, ставлення до праці; престиж роботи; розмір винагороди; потенціал професійного зростання; наявність додаткових перспектив (побувати в багатьох місцях, поїздити в різні країни, послухати та побачити досвідчених експертів, познайомитися з цікавими або корисними людьми тощо). На думку А. Чечеля, І. Кириченка, І. Бібікової, деякі обставини, такі як місцеположення ведення бізнесу чи психологічний клімат, також відіграють певну роль. Задоволеність значною мірою залежить від здатності співробітників свідомо жити відповідно до своїх законів та дотримуватися вимог та процедур, які вони встановили [63, с. 79].

3. На думку Л. Уманської [57], Д. Райгородського, ступінь згуртованості членів команди та задоволення людей перебуванням у ній значною мірою залежать від:

- 1) психологічної сумісності працівників (основою є узгодження темпераментів членів колективу);
- 2) соціально-психологічної сумісності працівників (на основі узгодження професійних та моральних якостей членів колективу) [49, с. 20].

В. Сича, вважає, що психологічна атмосфера є об'єктивно існуючий факт, який формується під впливом двох суттєвих компонентів: 1) соціально-психологічної атмосфери суспільства загалом; 2) мікросоціальні обставини – особливості цього колективу [53, с. 204].

Психологічний клімат – це емоційно-психологічний настрій співробітників, що відображає емоційний рівень особистих та ділових стосунків учасників трудового колективу, що вирізняються етичними нормами.

Окрім концепції психологічного клімату, Р. Луцик виділяє подібне значення: соціально-психологічний клімат, морально-психологічний, психологічний настрій, психологічна атмосфера, соціально-психологічна атмосфера чи ситуація [33, с. 14].

Основними рисами психологічного клімату є: вдовolenість співробітниками стосунками, процесом праці, керівництвом; переважаюча атмосфера у команді; порозуміння та авторитет керівників та підлеглих; ступінь залученості учасників команди до управління та самоврядування командою; єдність членів команди; свідомо організованість; результативність.

На думку І. Маркова та Я. Рудика, стосунки в команді особливо важливі. чи існує взаємопорозуміння посеред членами колективу в команді, чи відчувається кожен учасник задовільно серед інших. Фахівці в команді можуть по-різному здійснювати взаємний вплив один на одного. Існують такі типи взаємодії людини:

- взаємне полегшення (близькість співпрацівників покращує їх активність);
- взаємні труднощі (наявність деяких учасників колективу деактивує інших);
- одnobічне полегшення (наявність одних покращує активність для інших – явище фацілітації);
- одностороннє затруднення (наявність одних погано впливає на працездатність інших – явище інгібіція);
- незалежність (загальна присутність не впливає на діяльність інших) [35, с. 10].

Психологічна сумісність – це один із ефектів психологічного сполучення людей, який дає найбільший результат діяльності з мінімальними психологічними витратами взаємодіючих людей. Протилежністю психологічної сумісності є психологічна несумісність, тобто неспроможність координувати свої дії, що стає на дорозі спільній діяльності, неприйняття одних людей іншими [2, с. 314].

Психологічна сумісність членів команди як групи складається з ряду особистісних властивостей членів групи, що підтримують та забезпечують узгодженість та продуктивність їх діяльності [18, с. 22].

На думку Н. Фетіскіна, сумісність складається з ряду властивостей, таких як: фізіологічна (стать та інші фізіологічні характеристики), психофізіологічна (відмінності темпераменту та біологічних потреб), психологічна (характер та поведінкові мотиви), соціально-психологічна (цінності, інтереси, рольові очікування). Встановлено науковцями, що психологічна толерантність позитивно мотивує на ефективність праці та якість роботи [59, с. 123].

Одним з вихідних пунктів для забезпечення психологічної сумісності є врахування темпераментних особливостей членів групи. Темперамент – це система емоційно-динамічних рис особистості (які характеризують швидкість психологічних реакцій та діяльності). У сучасній психології розповсюджена основна типологія темпераментів, що включає чотири типи: сангвінік, меланхолік, холерик, флегматик (додаток А).

На думку В. Русалова, холерики нестійкі і впевнені в собі – стабільні екстраверти; меланхолік – нестійкий і флегматик – стабільні інтроверти.

Екстраверсія – це стан чи звичка бути переважно зацікавленими та отримувати задоволення від того, що знаходиться поза «я». Екстраверти, як правило, насолоджуються людськими взаємодіями, можуть бути балакучими, напористими та компанійськими. Вони отримують задоволення від діяльності, яка включає великі соціальні зібрання, такі як партії, громадські заходи, публічні демонстрації та бізнес чи політичні групи. Політика, навчання, продаж, управління та брокерська діяльність – сфери, які сприяють екстраверсії. Екстравертна людина, як правило, насолоджується часом, проведеним з людьми, і знайде менше винагороди за час, проведений наодинці. Вони, як правило, отримують енергію, коли перебувають поруч з іншими людьми, і вони більш схильні до нудьги, коли вони самі по собі. [52, с. 19].

Екстраверсія, як правило, проявляється у вихідній, балакучій, енергійній поведінці, тоді як інтроверсія проявляється в більш стриманій та самотній поведінці.

Інтроверсія – це стан або схильність до того, щоб бути повністю або переважно зацікавленим і зацікавленим у власному психічному житті. Деякі популярні письменники характеризують інтровертів як людей, чия енергія має тенденцію до розширення за допомогою роздумів і зменшується під час взаємодії.

Поширене сучасне сприйняття полягає в тому, що інтроверти, як правило, більш стримані та менш відверті в групах. Вони часто отримують задоволення від одиночних занять, мають вищий ступінь інтелекту і, маючи стабільну поведінку, є чудовими менеджерами вищої категорії, основна перевага яких полягає у здатності аналізувати та мислити стратегічно. У разі нестабільної поведінки, як зазначає Т. Шибутані, навички інтровертів, які інтроспективно перевершують своє оточення, не можуть бути адекватно реалізовані в кар'єрі, так що вони часто є як звичайні виконавці в компанії [68, с. 406].

Розуміння та урахування темпераменту є важливою передумовою для підтримки колективної сумісності та результативності, а також для найбільш відповідного поділу завдань між працівниками. На думку А. Романова, у колективі негативні характеристики одного темпераменту можна зрівноважити позитивними характеристиками іншого, наприклад, песимізмом та замкнутістю меланхолії - оптимізмом та комунікабельністю сангвініка. Проста зміна настроїв та захоплень холеричного фонтану додає спокою, логічності та постійної рішучості флегматика. Проте не всі типи темпераментів можуть доповнювати один одного. До найскладніших негативних типів зазвичай належать інтроверти з твердим антигромадським настроєм [50, с. 229].

Є класифікація особистих рис, заснованих на інших техніках, тестах та інструментах. На основі особистих темпераментів різні риси характеру

виділяють як стійкі психологічні риси, що визначають ставлення співробітника до діяльності, до інших людей, до себе і т.д. С. Іванова та П. Решетняк зазначають, що риси характеру можуть бути найрізноманітнішими: зібраність-недбалість, принциповість-відсутність принципів, товарииськість-індивідуалізм, альтруїзм-егоїзм, акуратність-неохайність тощо. Врахування та оптимальне поєднання різних особистих ознак є важливим фактором для сумісності групи та продуктивності роботи колективу [21, с. 24].

На думку М. Шакірі, позитивне використання індивідуальних та ділових якостей співробітників можна забезпечити шляхом різноманітних механізмів психологічної сумісності:

1) подібність та взаємодоповнюваність (взаємодоповнюваність) рис характеру під час співробітництва працівників (подібність якостей необхідна, наприклад, при роботі над проектом – фантазія, креативність, тверезість і прагматичність оцінок інших);

2) контраст характеристик і якостей (досить рідкісний та проявляється лише тоді, коли всі працівники мають сильну спрямованість на загальну колективну мету. При цьому, працівники з різними рисами краще відображають і сприймають реальність, наприклад непомірний оптимізм працівників, здатних досягти мети, стримують песимісти, які готують групу до негативних наслідків;

3) гомеостаз – саморегуляція системи, що підтримує рівновагу шляхом взаємообміну інформацією. Зміна ролей та функцій, спрямованих на стабільність та ефективність групової діяльності (гомеостаз - група під впливом ситуації гнучко реагує на неї, сама розподіляє функції своїх членів, виконує роботу тих, хто відсутній, пошуки прихованих резервів) [66, с. 145].

На думку А. Хмелевської, існують певні умови, що забезпечують соціально-психологічну сумісність працівників (рис. 1.2). [60, с. 107].

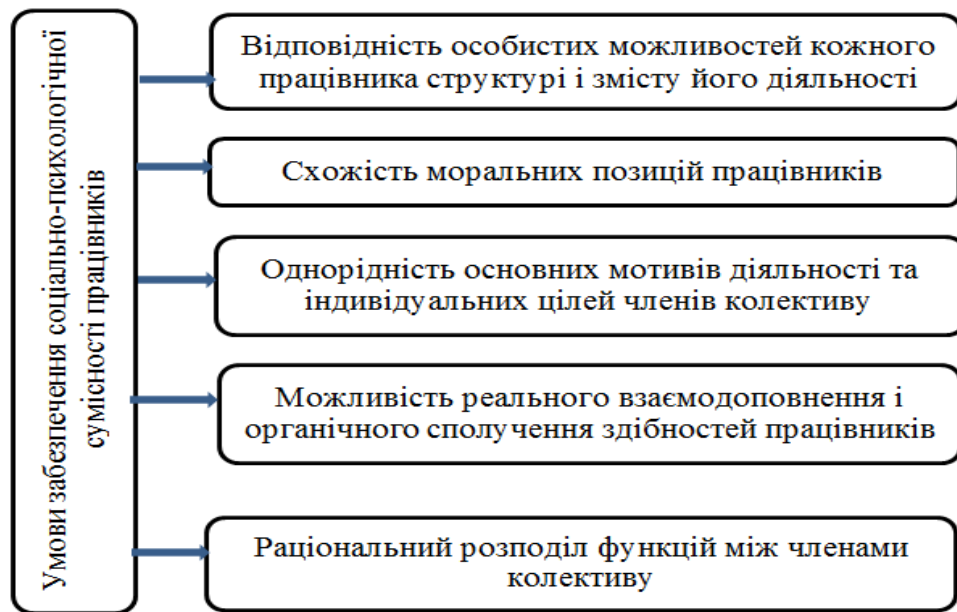


Рис. 1.2. Умови забезпечення соціально-психологічної сумісності працівників

На думку Р. Скринковського та Г. Павловського, наслідками неприйнятних стосунків у колективі можуть бути такі емоційні стани: стан роздратування; Манія несправедливих образ і домагань, образа, недбалість, байдужість, страх перед лідерством, навіть поява симптомів невротичного стану (проблеми спілкування, гостра вибірковість, обмеження людей у спілкуванні, з якими людині комфортно; оцінка, відсутність активності, Бажання замінити діяльність, ставлення до неї - я не досягну успіху тощо; підвищена тривожність) [56, с. 199].

На думку О. Кузьміна, команда з високим рівнем згуртованості має певні характеристики (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Характеристики згуртованих колективів[27, с. 52].

На думку А. Романова, між членами команди виникають такі типи відносин:

- дружня співпраця, взаємопідтримка, заснована на повній довірі;
- дружня конкуренція у формі суперництва у певних сферах в рамках позитивних відносин;
- невтручання, дистанціювання членів команди без співпраці та суперництва;
- суперництво, концентрація на індивідуальних цілях, навіть в умовах спільної роботи, заснованої на загальній взаємній недовірі;
- співпраця антагоністів – суперництво в рамках загальної діяльності та негативні відносини.

Сумісність є однією з найважливіших умов згуртованості та ефективності груп [51, с. 303].

Згуртованість колективу також залежить від таких параметрів: віку, рівня освіти, тривалості роботи в компанії, спільних соціальних цінностей, політичних та релігійних поглядів, широти групового спілкування, особистості та стилю керівника. Та виявляється в силі привабливості його членів, можливості їх спільного впливу на людину, що спонукає його залишатися активним у групі і заважає йому покинути групу. На думку Н. Беляєвої згуртованість, зумовлена: взаємним залученням людей, які шукають допомоги чи підтримки у досягненні певних цілей, взаємною емоційною вигодою та розумінням ролі колективу у наданні певних гарантій [10, с. 144].

Такі характеристики, як: співпраця, демократичність, досягнення індивідуальних та групових цілей, загальне задоволення від роботи та перебування в колективі, безпосередня оцінка результатів колективного завдання, індивідуальна та загальна відповідальність, колективні результати (продукти) роботи, Н. Басалійська та П. Хук вважаються позитивними. Остання характеристика (тенденція до групового мислення) розглядається як негативна [7, с. 56].

Н. Базалійська та С. Микитюк розглядають такі фактори згуртованості колективу (рис. 1.4)

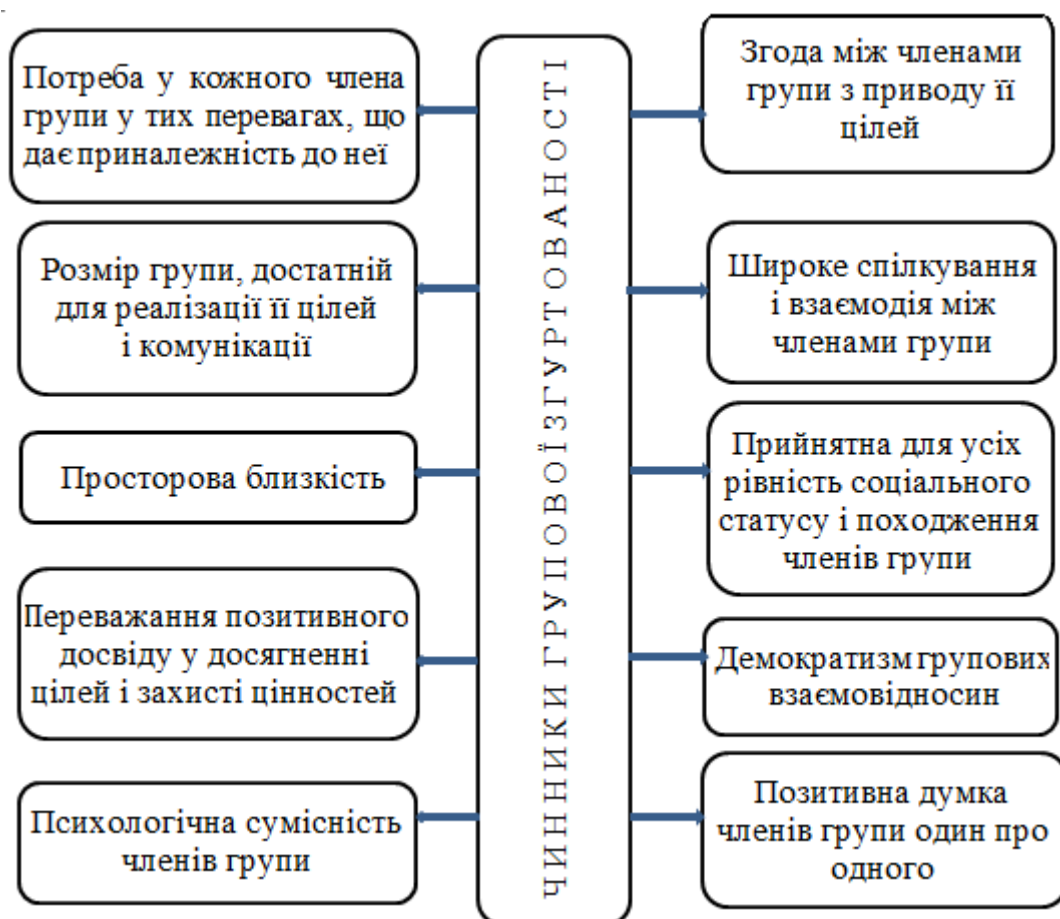


Рис. 1.4. Чинники групової згуртованості[8, с. 24].

Наслідками згуртованості команд є поліпшення індивідуальної адаптації до інших та активніше залучення людей до своєї діяльності. їх відчуття особистої безпеки.

Тому не завжди можливо створити цілісну групу з будь-яких працівників. О. Стельмашенко виділяє чотири етапи формування згуртованої команди (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Стадії формування згуртованого колективу[6, с. 90]

№	Стадія формування згуртованого колективу	Характеристика
1	Прийняття членами колективу один одного	Усуваються недовіра і відчуження у відносинах між працівниками, з'являється готовність співробітничати.

2	Розвиток комунікацій і розробка механізму прийняття групових рішень	Розширення та інтенсифікація комунікацій, відвертого спілкування. Група є здатною до прийняття колективних рішень.
3	Формування групової солідарності	Зростання довіри і зміцнення почуття групової ідентичності. Члени групи одержують задоволеність від самого факту перебування у ній і допомагають один одному.
4	Прагнення до максимізації групового успіху	Раціональне використання індивідуальних здібностей, можливостей і взаємодопомоги, забезпечення неформального колективного контролю за виконанням групових завдань. Переміщення акценту з міжособистісної солідарності і підтримки на загальну справу.

На думку Г. Андрєєвої, формування згуртованої команди вимагає таких умов: люди, які виконують роботу, зобов'язані бути спеціалістами, діяти як експерти у вирішенні проблем, спільний досвід й хист всіх людей, що працюють у колективі, повинні мати більший та якісніший досвід та здібності тих працівників, що працюють самостійно; більшість людей повинні мати змогу впливати на рішення тією або іншою мірою, які вони приймають [3, с. 322].

М. Мотишина та О. Мотишина зазначають, що утворення згуртованої групи позитивно впливає на появу у її членів такого типу якостей як, наприклад, здатність слухати, співпереживати, допомагати іншим, здатності знаходити спільну мову, спільні цінності та інтереси, чіткість та точність позицій, бажання уникати конфліктних ситуацій, щирість.

Однак запобігають утворення згуртованої групи наступні фактори: прагнення домінувати або повсякчас вступати в суперечки, непривабливі висловлювання, оцінка думок інших працівників як неправильних, звичка завжди мати рацію, прагнення бути переможцем, самоствердитися,

байдужість, незацікавленість, апатія, безініціативність, нудьга. Аналіз умов та факторів групової згуртованості колективів доводить що, їх формування та поглиблення є досить складним завданням, яке залежить від різних чинників. Керівництво, як правило, має справу не тільки зі згуртованими командами [39, с. 44].

Саме тому, з'ясування рівня групової згуртованості команди є важливою передумовою ефективного управління, який потрібно мати на увазі при виборі стилю та методів керівництва, при з'ясуванні навичок всієї групи, постановці цілей та контролі за їх виконанням. Згуртованість команди проявляється у таких питаннях: 1. Чи вважаєте ви себе частиною колективу? 2. Якщо б вам запропонували ту ж саму роботу за однакову заробітну платню в іншому колективі, чи могли б ви розглянути такий шанс переходу туди? 3. У порівнянні з іншими колективами, на вашу думку, ваш колектив виглядає краще чи гірше? 4. Як ви та ваші друзі спілкуєтесь між собою? Чи допомагаєте ви один одному? Як часто бувають конфлікти між членами вашого колективу?

На думку Н. Жигайло, такою згуртованою командною моделлю, яка включає ці характеристики, можна керуватися у своїй практичній діяльності. Водночас він повинен спочатку уточнити, чи вимагає високого рівня згуртованості тип завдань, які вирішує команда. Оскільки в кожній команді з 10 до 15 осіб формується кілька неформальних структур, і кожна структура має свою власну спрямованість, це впливає на професійну діяльність робочої сили: незгода порушує колективні дії, вона організовує згуртованість [19, с. 374].

Для визначення фактора організації трудового колективу, необхідно розрахувати індекс згуртованості. Для цього встановлюють кількість взаємних рішень (діад) з причин симпатії-антипатії. Рішення підраховуються, відповідаючи на такі запитання, як «З ким із колег Ви хотіли б мати загальне робоче місце?» або «З ким із співробітників ви хотіли б встановити нове обладнання?». Запитання підбираються зважаючи на тип колективу, індивідуально-психологічні особливості кожного працівника та інших

чинників. Індекс згуртованості групи ($Z_{гр}$) розраховується таким чином (формула 1):

$$Z_{гр} = B / 0,5 N (N - 1) \quad (1),$$

де B – кількість взаємних позитивних виборів; N – загальна кількість можливих виборів у колективі.

Індекс згуртованості команди збільшується із підвищенням кількості позитивних виборів. Чим ближче індекс $Z_{гр}$ до одного, тим більша єдність членів команди. Цей показник позначає внутрішню емоційну атмосферу колективу. Як результат емпіричних досліджень, психологами було встановлено зв'язок поміж високим рівнем індексу згуртованості групи та ефективністю професійної діяльності.

Іншою важливою характеристикою команди як групи є показник інтеграції ($I_{гр}$), тобто змogu колективу підтримувати свою структуру як єдину систему. Цей індекс виражається як відношення кількості членів групи, які не пройшли на виборах, до одиниці. Низький рівень показників $Z_{гр}$ і $I_{гр}$ вказують на емоційні міжособистісні конфлікти та приховані несприятливі чинники в команді, і тому завдання лідера – збільшити значення цих індексів [38, с. 89].

Як зазначає Р. Белбін, стосунки складаються в колективі між тими працівниками, які виконують певні соціальні ролі. Роль – це відносно стійка система поведінки відповідно до встановленого стандарту. Роль постійно поєднана з певними правами, обов'язками та очікуваннями. Той, хто їх не виправдовує, зазнає санкцій, а той, хто їх виправдовує, заохочується певними матеріальними або нематеріальними засобами мотивації. Ролі робітників у колективі поділяються на виробничі (Табл. 1.2) та міжособистісні групи.

Таблиця 1.2

Виробничі ролі робітників у колективі [9, с. 140].

Роль	Характеристика
Координатор	Має найбільші організаторські здібності; як правило, стає керівником колективу незалежно від досвіду і знань, його

	головний обов'язок – вміти працювати з тими, хто такими знаннями і досвідом володіє, і направляти їх активність на досягнення цілей.
Генератор ідей	Має гарні здібності і талант. Розробляє варіанти рішення будь-яких проблем, що стоять перед колективом, але у силу своєї неактивності, незібраності тощо, не здатний їх реалізувати.
Контролер	Творчо мислити не в змозі, але в силу глибоких знань, досвіду, ерудиції може належним чином оцінити будь-яку ідею, виявити її сильні і слабкі сторони, підштовхнути інших до роботи з її подальшого удосконалення.
Шліфувальник	Має широкий погляд на проблему і тому при необхідності вміє узгодити її рішення з іншими задачами колективу.
Ентузіаст	Самий активний член колективу; захоплює своїм прикладом навколишніх на дії з реалізації встановленої мети.
Шукач вигод	Посередник у внутрішніх і зовнішніх відносинах, що додають певну внутрішню єдність діям членів колективу.
Виконавець	Сумлінно реалізує чужі ідеї, але потребує при цьому постійного керівництва і стимулювання.
Помічник	Особисто ні до чого не прагне, задовольняється другими ролями, але готовий завжди допомогти іншим у роботі та у житті.

Ролі, пов'язані з міжособистісними стосунками, розділяють на наступні види:

- 1) провідні (авторитетні, амбіційні та дещо привабливі для інших працівників);
- 2) відомі (інші члени колективу, разом з так званими знедоленими, з якими співпрацюють лише примусово і притягають їх до відповідальності за всіх).

За словами Ю. Скотта, при компетентному поділі і ретельному виконанні цих ролей команда буде функціонувати належним чином. Якщо в колективі присутні менше восьми учасників, хтось повинен реалізовувати дві

або більше ролей одночасно, що обов'язково спричиняють до внутрішніх, а потім і міжособистісних конфліктних ситуацій[55, с. 59].

Особливостями групового мислення та групового тиску є, на думку Р. Чалдіні:

1) ілюзія несприйнятливості колективу (учасники групи здатні переоцінювати правильність своїх дій і, в більшості випадків, з ентузіазмом сприймають ризиковані рішення);

2) необмежена довіра до моральної правильності спільних дій працівників (учасники групи переконуються у моральній досконалості своєї групової поведінки та необхідності критичної оцінки сторонніми особами);

3) ігнорування незручної або незручної інформації (інформація, яка не відповідає переглядам груп, часто ігнорується, а застереження ігноруються; результат ігнорує необхідні зміни);

4) негативний стереотип щодо інших (цілі, думки та успіхи зовнішніх конкурентів зазвичай трактуються як слабкі, неправильні, ворожі тощо);

5) самостримання (деякі учасники групи, боячись порушити злагоду групи, стримуються від висловлення альтернативних поглядів та висловлення власних інтересів);

6) ілюзія сталої згуртованості (шляхом самоцензури та прийняття «мовчання як ознаки згоди», коли проблеми вирішуються надто швидко без потрібного обговорення шляхом організовування зовнішнього консенсусу) [62, с. 180].

Вищезазначені ознаки колективного мислення та тиску з боку співробітників не завжди є обов'язковими. Однак, на думку Л. Петровської, керівник мусить знати та попереджати подібну небезпеку. Спектр групових впливів на поведінку декількох спеціалістів досить різноманітний. Колективи впливають на своїх учасників відповідно до стандартів групи у сферах поведінки, продуктивності праці, управлінських установок, понаднормових робіт тощо. Вплив групи на поведінку окремих працівників може як збільшити, так і зменшити ефективність їхньої праці[45, с. 171].

Існує багато методів нейтралізувати негативні наслідки «тиску з боку співпрацівників». Наприклад, керівник може попросити групу переглянути рішення, яке вони вважають неправильним, і вказати на їх слабкі сторони. Доцільно обмежити вплив неформального лідера або заохотити біполярну структуру неформального лідерства в колективі, якщо неформальний вплив лідера в групі недостатній. Буде доречно розвивати в колективі культуру толерантності, свободи думок, критики, самокритики та дискусій.

1.3 Міжособистісні фактори взаємин та соціально-психологічні особливості психологічного клімату колективу ІТ-компанії

Сьогодні ІТ-сектор швидко зростає, що вимагає відбору та найму широкого кола фахівців для ІТ-компаній, клієнтів, а також для організації корпоративної культури та своєчасного навчання та мотивації членів ІТ-компанії. Такі завдання повинні виконувати менеджери з персоналу або рекрутери з ІТ-служб, які звітують перед генеральним директором і разом з ним проводять персонал, навчання, розвиток та мотивацію з метою створення позитивного психологічного клімату в ІТ-компанії [67, с.2].

До складу корпоративної ІТ-команди входять: програміст ERP, дизайнер HTML-верстки, адміністратор бази даних, адміністратор веб-сайту, аналітик, бізнес-аналітик, веб-дизайнер, веб-програміст, дизайнер версій, консультант системи ERP, менеджер контенту, менеджер з продажу, менеджер інтернет-проектів, програміст, 1С - Програміст, редактор сайту, системний адміністратор, системний аналітик, фахівець з інформаційної безпеки, сценарист комп'ютерних ігор, тестер програмного забезпечення тощо [42].

На думку Е. Кузьміна, для того, щоб ІТ-компанія мала успіх, керівництво ІТ-компанії повинно вміти працювати з командою та аналізувати велику кількість інформації про ставлення. Використання методів дистанційного оцінювання та мотивації при перегляді резюме; Проводити співбесіди за допомогою експрес-тестів і тестів. Застосування сучасних

методів мотивації та адаптації працівників для побудови їх кар'єрного зростання в ІТ; вміти представляти компанію, залучати потенційних співробітників та заохочувати членів команди до старанної та творчої роботи.

Будь-яка компанія завжди ризикує тим, що, отримавши необхідні знання та досвід, працівник може працювати на конкурентів або залишити компанію, щоб розпочати власну справу, що створює для нього конкуренцію. ІТ-компанія не може вживати заходів для розвитку професійних навичок своїх співробітників, оскільки вона ризикує втратити свої конкурентні переваги, найкращих працівників та свій імідж на ринку праці [29, с. 16].

На думку О. Дьомкіна, розвиток співробітників вимагає вміння їх оцінювати, і на основі цієї оцінки можна складати плани розвитку фахівців. Професіоналізм працівників ІТ-компаній оцінюється стандартом SMM («Модель оцінки зрілості процесів компанії - розробник програмного забезпечення», CapabilityMaturityModelforSoftware CMM). Окрім зрілості процесу, враховується також продуктивність за звітний період (оцінюється керівником проекту), технічні знання та знання «процесу» та особисті якості.

Кваліфікаційні рівні присвоюються відповідно до рівня класу: молодший, середній, старший та основний. Підкреслимо, що якщо продуктивність праці працівника ІТ-компанії вважається незадовільною, встановлюється випробувальний термін (якщо продуктивність знижується внаслідок факторів або обставин, на які працівник не міг вплинути), або він звільняється [17, с. . 454].

Процес розвитку ІТ-персоналу також підпорядковується відповідним галузевим стандартам, таким як модель CGM (CompetenceGroupManager). Тому в ІТ-компанії є особа, до функціональної відповідальності якої входить управління конкретними компетенціями (визначення компетенцій, планування діяльності з розвитку в компанії тощо). Він пропонує «тимчасову роботу» для професіоналів, які в даний час не працюють у поточних проектах, що призводить до оцінки технічних знань персоналу, підвищення кваліфікації та розробки кваліфікаційних стандартів групи компетентності [14].

Характерним для ІТ-сектору є те, що ІТ-компанії регулярно наймають нових співробітників і з різних причин регулярно залишають цих працівників. Середня тривалість перебування ІТ-спеціаліста на одному робочому місці становить півтора-два роки. Тому щороку певна кількість працівників компанії оновлюється. На думку О. Кузьміна, якість роботи професіоналів та рівень їх продуктивності коливаються в широких межах. У такому динамічному стані вони абстрагуються від певних професіоналів і говорять про пул ресурсів, тобто про групу працівників з усіма необхідними спеціалізаціями та навичками, необхідними для реалізації всіх поточних та запланованих корпоративних ІТ-проектів.

Нинішній роботодавець в ІТ-секторі усвідомлює свою залежність від професіоналів, готовий мотивувати та захищати колектив, а тому враховує матеріальні, соціальні та професійні вимоги.

Прозорі контракти, так звана «біла» зарплата, особливий психологічний клімат та унікальні умови праці, обладнання зі спеціальними місцями відпочинку відіграють важливу роль при виборі ІТ-компанії для працевлаштування, а також для утримання ІТ-спеціалістів [27, с. 54].

За словами генерального директора Іспанського дому, «перше, що потрібно ринку, – це не гучні зірки, а скоординована діяльність всієї організації. Навіть дуже талановиті люди, які можуть порушити цілісність спільної праці, повинні попрощатися або дати їм роль радника». Керівник продовжує думку: «взаємна підтримка та підтримка необхідні для продуктивної та результативної діяльності компанії. І справа не в альтруїзмі чи піклуванні начальника про те, щоб всі були задоволені – це суто економічний фактор: багато грошей викидають, бо люди не знають, як співпрацювати один з одним»[14].

Щоденна діяльність членів команди регулюється певними законами, зокрема двома:

- 1) закон про захист особистого статусу, гідності та соціального статусу;

2) закон компенсації за неадекватність одних навичок над іншими, а також досвід та навички роботи.

Згідно з першим законом, кожен учасник команди докладе всі свої зусилля, щоб зберегти своє «місце під сонцем», і ці заходи часто дуже неоднозначні за змістом. Висловлення самовдосконалення означає позитивну орієнтацію, але, з іншого боку, зводяться до різних видів інтриг, використання бюрократичних прийомів та захисту від усього, що дозволяє змінитись. Неоднозначність дій членів команди за другим законом пояснюється тим, що для компенсації відсутності деяких характеристик може бути не тільки активна робота в інших сферах, а й лестоці, неформальні стосунки з керівництвом тощо [56, с. 200].

У нинішніх ІТ-організаціях звичайні учасники команди значною мірою беруть участь у розробці адміністративних рішень, і рівень успіху цієї діяльності багато в чому визначається психологічними особливостями команди. Д. Михайленко рекомендує враховувати, що різноманітна командна творчість постійно ґрунтується на індивідуальних інтелектуальних процесах кожного члена команди, результати яких потім спільно аналізуються, оцінюються та підсумовуються. Під час збору та первинної обробки інформації учасники колективу в будь-якому випадку функціонують як «ізоляти» і лише тоді починають фактичну колективну роботу [37, с. 216].

Командна діяльність в ІТ-компанії може відбуватися двома способами:

- 1) метод Дельфі;
- 2) метод «мозкового штурму».

Суть методу Дельфі зумовлюється тим, що фахівці-експерти (члени колективної роботи) самостійно визначають свою думку щодо певної проблеми. На засаді підсумуванні цих поглядів потім розробляється єдиний варіант їх вирішення, який складає основу для подальшої обробки проблеми та підтвердження інакших пропозицій. Ця діяльність повторюється до тих пір, поки не буде знайдено рішення, яке є близьким до оптимального або найбільш прийнятним за цих умов.

Тому метод Дельфі переважно заснований на незалежній творчості та використанні колективного розуму лише на проміжних та заключних етапах роботи.

Метод «мозкового штурму» в основному є протилежним методу Дельфі, тому що творчий процес спільний усіх учасників колективу. Мета методу «мозкового штурму» полягає в тому, щоб публічно висловити кожен свою ідею, яка негайно розробляється та доповнюється іншими членами групи, заодно заохочуючи максимальну кількість висловлювань, навіть найбільш абсурдних на перший погляд, оскільки кожен з них може містити раціональне зерно. Процес «мозкового штурму» наступний: керівник у короткій промові розкриває суть проблеми, причини її виникнення, переваги, які може принести її рішення, а потім надає слово іншим учасникам. Як показує практика група, яка складається приблизно з десяти людей може за півтори години висловити до сотні оригінальних ідей. Існує багато можливостей для методу «мозкового штурму». Це може відбуватися: у формі критики та оцінки існуючих положень, у формі відповідей на запитання, які задаються швидко, на додаток до обговорення письмових пропозицій; у формі «експерименту» над готовим проектом [67, с. 8].

Суть кожної особистості виявляється лише у взаєминах з іншими суб'єктами та здійснюється у різних видах колективної співпраці та процесів спілкування.

Саме завдяки стосункам особистість розуміє свою соціальну значимість. Отже, самооцінка діє як груповий ефект, як форма прояву соціально-психологічного клімату. Оцінка власної позиції в системі соціальних стосунків та особистих зв'язків створює відчуття більшої або меншої власної значимості. Переживання стосунків впливає на настрій, покращує або погіршує психологічного стану здоров'я працівника. Завдяки наслідуванню, зараженню, навіюванню та переконанню різні настрої в групі розповсюджуються на всіх членів і, знову відображаючись у їх думках, утворюють психологічний фон колективного життя.

Психологічне самопочуття та настрої співробітників у групі можуть говорити про особливі властивості соціально-психологічного клімату в колективі. Самооцінка, самопочуття та настрої – це соціально-психологічні явища, цілісна реакція на вплив мікросередовища та всієї сукупності чинників людської діяльності в колективі. Вони є суб'єктивними формами вираження соціально-психологічного клімату [28, с. 255].

Якісні та кількісні показники за основними характеристиками колективу поєднуються з поняттям «соціально-психологічний клімат колективу». Виходячи з визначення А. Романова, можна встановити, що соціально-психологічний клімат слід розуміти як конкретну систему відносин, що виникають поміж учасниками групи [51, с. 305].

Система взаємовідносин, що виникає поміж учасниками колективу, формується під впливом індивідуальних психофізіологічних характеристик (факторів, параметрів) та внутрішньогрупових традицій та стандартів, що визначають певну колективну свідомість та настрої та впливають на стан психологічних умов, що сприяють або перешкоджають продуктивності спільна діяльність та всебічний розвиток особистості в колективі з метою досягнення цілей особистості або колективу та компанії в цілому (рис. 1.5).

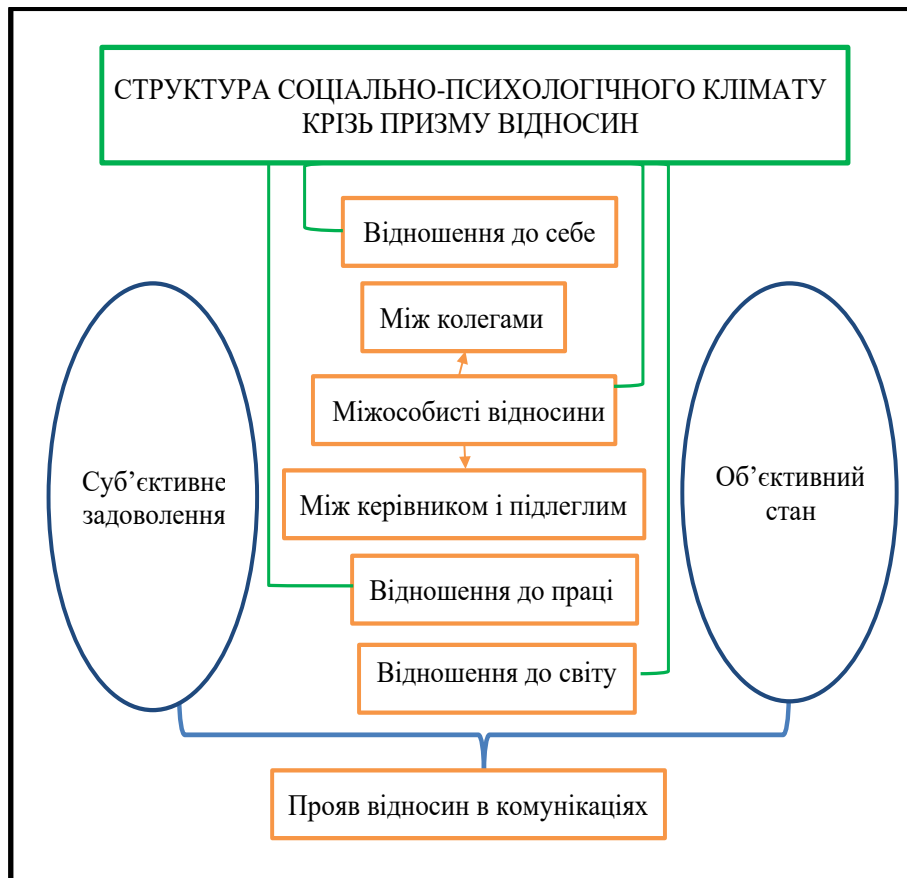


Рис. 1.5. Структура соціально-психологічного клімату крізь призму відносин, об'єктивності стану та існуючих комунікацій у колективі [51]

Н. Беляєва та О. Кузьміна [27] зазначають, що якість соціально-психологічного клімату в групі прямо впливає на діяльність компанії, оскільки ступінь ефективності та результативності діяльності компанії спирається, насамперед, від взаємовідносин між окремими співробітників, між різними відділами залежить. між керівником та його підлеглими працівниками [10, с. 150].

На основі результатів досліджень І. Марков та Я. Рудик встановили, що для діагностики стану соціально-психологічного клімату на підприємстві потрібно користуватися певним переліком методологічних процедур (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Діагностика соціально-психологічного клімату ІТ-компанії [35].

А. Хмелевська вважає, що провідними задачами діагностики соціально-психологічного клімату на підприємстві є: розуміння чинників створення соціально-психологічного клімату, шляхом яких ви можете керувати психологічною атмосферою в подальшому; з'ясування ступеню сприятливого соціально-психологічного клімату в групі та майбутніх впливів з метою покращення його стану [60, с. 110].

На думку А. Хмелевської, процес діагностики та коригування соціально-психологічного клімату у працівників компанії має три фази (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Діагностика та коригування соціально-психологічного клімату у колективі компанії [60].

Етапи	Зміст
I етап	Експертне опитування з метою виявлення (ідентифікації) ключових факторів (чинників) формування соціально-психологічного клімату, за допомогою яких можна керувати ним.
II етап	Аналіз та оцінювання стану соціально-психологічного клімату з метою визначення ступеню його сприятливості.
III етап	Коригування (корекція) стану соціально-психологічного клімату за рахунок формування і використання заходів з покращення його стану.

Однак, Д. Михайленко підкреслює, що діагностика стану соціально-психологічного клімату у групі повинно здійснюватися у 4 етапи (Табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Діагностика стану СПК у колективі компанії [37].

Етапи	Зміст
I етап	Ознайомлення з підприємством, його організаційно-правовою формою, діяльністю і спеціалізацією. Формування загального уявлення про умови праці, рівень її організації, про характер взаємовідносин між працівниками підприємства в процесі трудової діяльності тощо.
II етап	Збір та обробка інформації суб'єктивного характеру, на основі якої розраховуватимуть показники (параметри, бізнес-індикатори) соціально-психологічного клімату в колективі.
III етап	Первинна та вторинна економіко-математична обробка отриманих даних.
IV етап	Аналіз та інтерпретація отриманої інформації, зіставлення суб'єктивних показників (параметрів, бізнес-індикаторів) клімату з даними, що характеризують об'єктивні соціально-психологічні взаємовідносини, зведення окремих конкретних (визначених) показників у цілісну характеристику соціально-психологічного клімату. Розробка практичних рекомендацій для менеджерів (керівників) ІТ-компанії (інституційного, управлінського та технічного рівня управління з покращення соціально-психологічного клімату у конкретних колективах).

Дослідники Н. Базалійська та С. Микитюк зазначили, що основним завданням діагностики соціально-психологічного клімату в компанії є

збільшення продуктивності та результативності працівників шляхом запобігання трудовим конфліктам, підвищення згуртованості команд та головних елементів корпоративної культури для підтримки. Модель діяльності, створена авторами Н. Базалійською та С. Микитюком в створенні сфери покращення соціально-психологічного клімату колективу, прогнозує наступні завдання: консультативна робота психолога з оптимізації соціально-психологічного клімату; гармонізація ділових та особистих відносин; діяльність психолога з запобігання та вирішення конфліктів; психопрофілактична робота з працівниками за необхідності [8, с. 30].

У той же час, Ю. Скотт виявив, що існує п'ять основних міжособистісних методів рішення конфліктів та конфліктних ситуацій (рис. 1.7) [55, с. 65].



Рис. 1.7. Основні міжособистісні способи вирішення конфліктів [55].

Соціально-психологічний клімат у колективі ІТ-компанії формується під впливом багатьох різних факторів, які А. Романов класифікує таким чином.

І. Фактори, що впливають на соціально-психологічний клімат колективу та оточення:

- Фактори глобального (макро) середовища: соціально-політична ситуація в країні (а1), економічна ситуація в суспільстві (а2), рівень життя (а3),

організація життя населення (a4), соціально-демографічні фактори (a5) регіональні фактори (a6), етнічні фактори (a7);

- Фактори місцевого (мікро) середовища: задоволеність роботою (b1), психологічна сумісність (b2), ефективність (b3), тип спілкування (b4), тип виконуваної роботи (b5), організація спільної діяльності (b6), стиль керівництва (b7), організаційна структура (b8), умови праці (b9);

II. Фактори, що впливають на соціально-психологічний клімат колективу у напрямку впливу: економічний; соціально-демографічні; соціально-психологічний; організаційні [50, с. 230].

У той же час було встановлено, що на стан соціально-психологічного клімату в команді ІТ-компаній також впливають такі фактори:

- зміст роботи та задоволеність працівників (керівників, працівників первинного та вторинного виробництва) роботою;
- умови праці та життя, задоволеність ними;
- рівень задоволеності характером міжособистісних стосунків із працівниками;
- Стиль керівництва та керівництво, система взаємин між керівниками та підлеглими [40, с. 79].

Водночас слід підкреслити, що соціально-психологічний клімат працівників компанії зумовлений такими компонентами: ставлення до праці; виконання робіт за спеціальністю; особисті та ділові якості керівника; обладнання; ритмічна робота; санітарно-гігієнічні умови; відносини до керівника (менеджера); навчання сертифікації; різноманітність роботи; організація праці; ступінь впливу менеджера на роботу тощо [7, с. 59].

Дослідники Г. Назарова та А. Романов розглядають домінуючий (домінуючий латинські домени) соціально-психологічний клімат крізь призму відносин та спілкування в системі «працівник-команда-компанія»:

- домінуюча робота особистості (відображає переважний вплив особистісної складової, особистих почуттів працівника, його емоційного

стану, його ставлення до роботи, колективу та всієї компанії на соціально-психологічний клімат);

- Домінуюча робота в команді (ілюструє переважний вплив міжособистісного компоненту на якість соціально-психологічного клімату, а також відображає відносини, що існують у колективі, та їх конструктивний чи деструктивний вплив на робочі процеси);

- домінуюча робота компанії (реалізується через дії менеджерів, спрямовані на створення сприятливої атмосфери для продуктивної роботи, знання цілей компанії та ототожнення їх із власними цілями та цілями колективу) [40, с . 82].

Встановлено, що діагностика соціально-психологічного клімату в компанії дозволяє: готовність колективу до співпраці; Групова згуртованість працівників; наявність неформальних організацій та їх відповідних лідерів; Причини та джерела соціально-психологічної напруги; системи взаємодії та обміну інформацією між командами (підрозділами); дублювання функцій, функціональних перетинів; соціально-психологічний клімат у колективі; індивідуальні та особисті характеристики працівників та прогнозування їх поведінки [49, с. 30].

Один з найважливіших бізнес-показників у системі оцінки соціально-психологічного клімату в команді ІТ-компаній. І. Волков розглядає обчислення інтегральної характеристики згуртованості в колективі, яка є мірою єдності і зумовлена усвідомленням спільних цілей, завдань та ідеалів (формула 2):

$$S_k = \sum V_p / 0,5 N (N-1) \quad (2),$$

де S_k – індекс згуртованості колективу;

$\sum V_p$ – кількість взаємопозитивних виборів у колективі (групі) відповідно до запитання: «З ким би ви хотіли/не хотіли) працювати разом для досягнення визначеної мети?»;

N – кількість членів колективу (групи), що брали участь в опитуванні [13, с. 50].

На думку В. Сича, визначення соціально-психологічного клімату в колективі ІТ-компанії повинно базуватися на орієнтації працівників на «роботу» чи «стосунки», виходячи із з'ясування їх фактичного та ідеального бачення. Найважливішими факторами задоволеності працівника виконаною роботою є: вдалий вибір кар'єри працівника; інтерес працівника до роботи; успіх роботи; система стимулювання; стиль керівництва тощо [1, 4, 17].

Слід зазначити, що ключова роль керівника у створенні позитивного соціально-психологічного клімату в компанії полягає у правильній організації роботи та мінімізації масштабів конфлікту в колективі завдяки вольовим рисам, які проявляються у вимогливості, відповідальності та самостійні рішення [4, 14].

Спираючись на рекомендації щодо оцінки стану соціально-психологічного клімату в компанії, враховуючи її основні домінанти з точки зору синергетичного підходу, Г. Назарова та А. Романов виявили, що за допомогою методу «градієнт станів» може оцінити рівень соціально-психологічної атмосфери у колективі та визначити наявність або відсутність проблем. Використовуючи такий підхід, можна визначити стан проблеми в цілому.

Для визначення соціально-психологічного клімату в колективі необхідно провести детальний аналіз усіх його складових (домінант), а саме:

- домінуюча праця особистості (задоволеність особистості працею як особистісною домінантою соціально-психологічного клімату);
- домінуюча робота колективу (згуртованість команди як групи, яка домінує у соціально-психологічному кліматі);

- Домінуюча робота компанії (лояльність до компанії як організаційної (фірми) складової соціально-психологічного клімату) [40, с. 84].

На думку Н. Базалійської та А. Хука, найважливішими способами оптимізації соціально-психологічного клімату в ІТ-компаніях є:

- 1) формування одностайності та узгодженості щодо норм, виданих суспільством;
- 2) створення в компанії таких умов, які забезпечували б можливість оновлення ціннісних орієнтацій особистості під час робочого процесу;
- 3) зміцнення впевненості членів компанії у власних силах та здібностях;
- 4) розвиток навичок з цілеспрямованим впливом управління на мотиваційну сферу підлеглих;
- 5) Проголошення принципу рівних можливостей, справедливого розподілу нагород, створення обставин, що стимулюють дискусію, обмін знаннями та досвідом;
- 6) гнучкість у здійсненні контролю, забезпечення певної автономії у вирішенні виробничих проблем;
- 7) використання процесів імітації, моделювання, моделювання тощо [7, с. 59].

Тому розвиток ІТ-сектору та успішна діяльність ІТ-компаній залежать від кваліфікації ІТ-спеціалістів, їхніх здібностей та бажання ефективно працювати. Тому метою є створення позитивного психологічного клімату для колективу як об'єкта управління з урахуванням психологічних особливостей колективу та його членів. Ключові позиції у стратегії розвитку ІТ-компанії та всього ІТ-сектору в Україні (зменшення нерівності у попиті та пропозиції висококваліфікованих робітників, стримування можливого відтоку за кордон тощо). Крім того, самим компаніям потрібна конкретна політика для психологічної роботи з командою, щоб бути на лідерських позиціях на ринку, залучаючи та утримуючи висококваліфікованих та талановитих фахівців.

Висновки до першого розділу

Аналіз наукової літератури показує, що проблема соціально-психологічних характеристик колективу, формування та оцінка соціально-психологічного клімату в компанії вивчалася дослідниками з давніх часів і сьогодні: філософи, психологи та соціологи – вітчизняні (Н. Базалійська, Н. Беляєва, Н. Жигайло, Т. Луцик, І. Марков, Д. Михайленко, Г. Назарова, А. Романов, В. Січ, А. Чечел, А. Хмелевська, М. Шакірі, С. Бандура , Г. Щокін, Л. Балабановата та ін.) і зарубіжні дослідники.

Команда компанії має такі психологічні характеристики: тип внутрішнього психологічного клімату, психологічний стан членів колективу, ступінь згуртованості членів команди.

Колектив - це сукупність людей, об'єднаних спільною метою і діяльністю, єдністю інтересів, єдиною організацією і взаємною відповідальністю кожного, відносинами співробітництва та взаємодопомоги.

Єдність колективу виявляється в силі привабливості учасника, можливості їх спільного впливу на людину, що спонукає його залишатися активним у групі та заважає їй покинути групу. Єдність команди базується на: взаємному залученні людей, які шукають допомоги чи підтримки для досягнення конкретних цілей, взаємних емоційних уподобаннях та розумінні ролі команди у наданні певних гарантій.

Єдність команди та задоволення людей перебуванням значною мірою залежать від: психологічної толерантності до працівників та соціально-психологічної толерантності до працівників. Психологічна сумісність для членів групи складається з ряду індивідуальних рис членів групи, які забезпечують послідовність та ефективність у їх діяльності.

До умов, що гарантують соціально-психологічну сумісність працівників, належать: дотримання особистих здібностей кожного працівника щодо структури та змісту діяльності, схожість між моральними позиціями працівників, однаковість основних мотивацій та індивідуальні цілі членів

команди, можливість реального взаємодоповнення та співробітників. між членами команди.

Відносини в колективі виникають між людьми, які виконують певні соціальні ролі. Рулон - це відносно постійна поведінкова система відповідно до встановленого стандарту. Ролі працівників у колективі поділяються на дві групи: виробничі, міжособистісні. Виробничі ролі для співробітників команди включають: координатора, генератора ідей, контролера, шліфувальника, ентузіаста, шукача прибутку, професіонала, асистента.

Між членами команди виникають такі типи взаємин: дружня співпраця, взаємопідтримка, заснована на повній довірі; дружня конкуренція у формі суперництва в деяких сферах у позитивних відносинах, безперебійності, відчуження без співпраці та суперництва; Суперництво, концентрація на окремих цілях, також стосовно спільної роботи, заснованої на взаємній недовірі; Співпраця між антагоністами (суперництво в контексті спільної діяльності та негативного ставлення).

Створення позитивного психологічного клімату для колективу як об'єкта управління з урахуванням психологічних особливостей колективу та його членів має бути одним із основних положень стратегії розвитку ІТ-компанії та всього ІТ-сектору в Україні. Успішний розвиток та функціонування ІТ-компаній залежить від кваліфікації ІТ-фахівців, їх навичок та бажання ефективно працювати, а також від соціально-психологічного клімату колективу.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ АГРЕСИВНОСТІ ТА КОНФЛІКТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ І ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ ІТ-КОМПАНІЇ

2.1. Організація та проведення емпіричного дослідження проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.

Для вивчення проблем агресивності і конфліктності працівників і психологічний клімат колективу ІТ-компанії ми обрали наступні психологічні методики: опитувальник дослідження рівня агресивності (А. Басса-А. Дарки), методика на виявлення провідного поведінки в конфліктній ситуації (К. Томасом-Р. Кілманном) та методика оцінки психологічної атмосфери в колективі (по А. Фідлеру).

Конфлікти – одне з найважливіших явищ сучасного суспільного і політичного життя. Мало хто схвалює конфліктні процеси, але в них беруть участь майже всі, незалежно від статі і віку. Використання повсякденних знань іноді буває недостатньо для вирішення виниклого конфлікту з мінімальними втратами для конфліктуючих сторін. Конфлікт – це процес, який важко зупинити. Це пов'язано з тим, що конфлікт є кумулятивним, а це означає, що будь-який агресивна дія призведе до аналогічного і сильнішого або відплати, ніж вихідне.

Аналіз методики на виявлення провідної поведінки в конфліктній ситуації (за К. Томасом-Р. Кілманном). Його мета виявляти особистісну схильність до конфліктної поведінки, а також виявляє стиль поведінки. Опитувальник складається з 12 суджень щодо поведінки індивіда у конфліктній ситуації, які у різних складах згруповані між собою в 30 пар.

Для опису типів поведінки людей в конфліктних ситуаціях К. Томас вважає, що можна застосовувати двохвимірну модель регулювання конфліктів.

Основою вимірами в даній моделі є кооперація, що пов'язана з увагою людини до інтересів інших людей, уникливих в конфлікт, та напористість, для якої характерний акцент на захисті власних інтересів.

Згідно з цими двома основними вимірами К. Томас виділяє наступні способи регулювання конфліктів:

- 1) Конкуренція як прагнення досягти задоволення своїх інтересів незважаючи на інтереси інших.
- 2) Компроміс.
- 3) Уникнення, для якого характерно як відсутність прагнення до кооперації, так і відсутність тенденцій до досягнення власних цілей.
- 4) Співробітництво, коли учасники ситуації досягають альтернативи, яка повністю задовольняє інтереси обох сторін.
- 5) Пристосування, що у повній протилежності суперництву означає принести в жертву власні інтереси заради іншої людини.

Отримані в результаті дослідження дані співвідносяться із ключем підраховується частота прояву кожного типу поведінки.

Термін «агресія» сьогодні дуже часто використовується в широкому розумінні цього слова, а тому вимагає серйозного «очищення» ряду шарів та окремих значень.

Роль психолога повинна полягати в роботі з людьми, які агресивніші за інших. Але як ви визначаєте «більше» чи «менше»? Відповідь на це питання неможлива без достатньо точного визначення термінів «агресія» та «агресивність».

Необхідність такого визначення обґрунтована тим, що термін «агресія» сьогодні дуже поширений у широкому розумінні цього слова, а тому вимагає серйозного «очищення» багатьох шарів та окремих значень.

У своїх дослідженнях різні автори визначають агресію і агресивність по-різному: як вроджену реакцію людини на «оборону окупованої території» (Лоренд; Ардрі), як реакцію людини на ворожу екологічну реальність (Хорні, Фромм). Теорії, що пов'язують агресію та фрустрацію (Мюллер, Дуб, Долард), є дуже поширеними.

Агресивність можна розуміти як властивість особистості, яка характеризується наявністю деструктивних тенденцій, особливо у сфері суб'єктивних відносин. Творча діяльність, мабуть, є руйнівним компонентом людських дій, оскільки потреби індивідуального розвитку неминуче формують здатність людини усувати та руйнувати перешкоди з метою подолання того, що перешкоджає йому.

Агресія має якісні та кількісні характеристики. Як і будь-яка якість, вона має різний ступінь тяжкості: від майже повної відсутності до остаточного розвитку. Кожна людина повинна мати певний ступінь агресії. Її відсутність призводить до пасивності, тверджень тощо.

Її надмірний розвиток починає визначати весь тип особистості, що може призвести до конфлікту, нездатності свідомо співпрацювати і т.д. Агресія сама по собі не хоче, щоб суб'єкт був свідомо небезпечним, оскільки з одного боку існує зв'язок між агресією та агресивністю це не жорстко, і, з іншого боку, сам по собі акт агресії не може прийняти навмисно небезпечну та окрему форму. У життєвій свідомості агресія є синонімом «шкідливої діяльності». Однак сама по собі деструктивна поведінка не має «поганих намірів»; Саме мотив діяльності визначає її, цінності, яких слід досягти та вивести з діяльності. Зовнішні практичні домовленості можуть бути подібними, але їх стимули прямо протилежні.

На цій основі ми можемо розділити агресивні прояви на два основних типи: перший — мотиваційна агресія як внутрішня цінність, другий — інструментальний як засіб (мається на увазі, що і те, і інше проявляється як під контролем свідомості, так і поза свідомістю і пов'язане з емоційними переживаннями, може стати: гнів, ворожість). Практичні психологи повинні

бути більше зацікавлені в мотиваційній агресії, ніж у безпосередньому прояві реалізації деструктивних тенденцій, властивих людині. Після визначення ступеня таких деструктивних тенденцій можна з великою ймовірністю передбачити можливість очевидної мотиваційної агресії.

Одним з таких методів діагностики є опитувальник А. Басса-А. Дарки, що сприйняв кілька визначень від своїх попередників, поділив терміни агресія та ворожість і визначав їх як: «... реакція, що розвиває негативні почуття та негативні оцінки людей та подій». А. Басса та А. Дарка підготували власний опитувальник, в якому вони розмежовували прояви агресії та ворожості та виділяють такі типи реакцій:

1. Фізична агресія – застосування фізичного насильства проти іншої людини.
2. Непряма агресія, побічно по відношенню до іншої людини або проти когось.
3. Роздратування – готовність проявляти негативні почуття при найменшій травмі (запалення, шорсткість).
4. Негативізм – це поведінка, протилежна пасивному опору активній боротьбі із загальними звичаями та законами.
5. Образа – заздрість і ненависть оточуючих до реальних і вигаданих вчинків.
6. Підозра – від підозр і обережності до людей до переконання, що інші люди планують і завдають шкоди.
7. Вербальна агресія – прояв негативних почуттів як за формою (крик, крик), так і за змістом вербальних реакцій (лайка, погрози).
8. Почуття провини.

Даний опитувальник сьогодні застосовується як метод дослідження і діагностики конфліктів. У ряді досліджень (В. Згура, А Шипілов, Ю. Канатаєв, С. Дохолян) показано, що конфліктні люди мають високий індекс агресивності. Індивіди з високим рівнем конфліктності мають виражену установку і досвід застосування насильницьких засобів для досягнення своїх

цілей. З конфліктних зіткнень вони найчастіше намагаються виходити з допомогою фізичної чи вербальної агресії. З метою дослідження протікання і способів подолання конфліктних ситуацій у всіх сферах життєдіяльності використовується опитувальник А. Басса-А. Дарки. Для оцінки індивідуальних особливостей персоналу фірми, підприємства, організації також добре підходить опитувальник Басса-Дарки, оскільки на професійну діяльність і відносини в колективі впливає рівень агресивності особистості.

Таким чином, області застосування опитувальника А. Басса-А. Дарки: в практиці психологів, консультантів, психотерапевтів, кадрових служб. Методика широко поширена в зарубіжних дослідженнях, в яких підтверджується її високі валідність і надійність і високо оцінюється психологами практиками, за компактність, високу валідність і достовірні діагностичні дані. Опитувальник використовується і в вітчизняних роботах (С.Н. Еніколопов). Однак існують і мінуси даного опитувальника: дані про його стандартизації на вітчизняних вибірках не вказується. Відзначається, що в ситуації експертизи опитувальник не захищений від спотворень, а достовірність результатів залежить від довірливості у відносинах випробуваного і дослідника.

Соціально-психологічний клімат визначається як сприйняття співробітниками своєї робочої середовища і є предметом значних досліджень в галузі організаційної психології. Вимірювання соціально-психологічного клімату призначені для оцінки робочого середовища, оскільки вони когнітивно представлені з точки зору їх психологічного значення і значення для людини. Приклади параметрів психологічного клімату включають, крім іншого, ясність ролей, важливість роботи, підтримку лідера і співпрацю в робочій групі.

Позитивний, здоровий соціально-психологічний клімат стимулює бажання працювати з бажанням і високою відданістю, а нездоровий негативний клімат значно знижує мотивацію праці. Не тільки ефективність спільної діяльності, виражена в економічних показниках, але і ставлення

працівників до своєї роботи, емоційний настрій, зовнішня мотивація і в кінцевому рахунку задоволеність роботою багато в чому залежать від соціально-психологічної атмосфери в колективі, яка характеризується організаційною культурою. Соціально-психологічний клімат відіграє важливу роль у підвищенні ефективності колективної роботи, об'єднаної спільною метою.

Сприятливий соціально-психологічний клімат є необхідною умовою підвищення продуктивності праці та задоволеності працівників роботою та персоналом. Тому одним із головних завдань керівника є поліпшення соціально-психологічного клімату. Він відповідає за створення робочої атмосфери в колективі та відчуття впевненості у завтрашньому дні. Досягнення сприятливого соціально-психологічного клімату пов'язане з формуванням та розвитком корпоративної культури. Соціально-психологічний клімат часто розглядається як важлива складова корпоративної культури. Однак ми вважаємо, що культури різних видів сприяють формуванню різних рівнів сприятливого соціально-психологічного клімату.

Для оцінки психологічної атмосфери в колективі використовувалася методика А. Фідлера, в основі якої лежить метод семантичного диференціала. Методика цікава тим, що допускає анонімне обстеження, а це підвищує її надійність. ІТ-фахівцям було запропоновано протилежні за змістом пари слів, за допомогою яких можна описати атмосферу в колективі: дружелюбність – ворожість; згода – незгода; задоволеність – незадоволеність; продуктивність – непродуктивність; теплота – холодність; співробітництво – неузгодженість; взаємна підтримка – недоброзичливість; захопленість – байдужість; цікавість – нудьга; успішність – безуспішність. З кожної пари слів треба було визначити найбільш виражена ознака в колективі.

Соціально-психологічний клімат ідентифікують як сприйнятливий ставлення до того, як все відбувається в організації. В рамках даної роботи соціально-психологічний клімат розглядається як атрибут організації, конгломерат поглядів, почуттів та поведінки, що характеризують повсякденне

життя організації. Впливаючи на повсякденне життя та процеси в організації шляхом формування ставлення, почуттів та поведінки, клімат відіграє роль проміжної змінної для створення мотивації, навчання, прихильності.

Без сумніву, спільний клімат існує і відображається на будь-якому рівні організації в цілому, особливо там, де організація велика, департаментована та багатошарова. Тож ми сподіваємось, що також розумно визначити групи, команди та когорти в організації.

Сприятливий соціально-психологічний клімат є передумовою підвищення продуктивності праці, задоволеності працівників, роботи та колективу. Соціально-психологічний клімат виникає стихійно. Однак хороший клімат – не простий наслідок проголошених девізів та зусиль окремих лідерів. Це результат систематичної виховної роботи з членами колективу та здійснення спеціальних заходів, спрямованих на організацію відносин між керівниками та підлеглими. Формування та вдосконалення соціально-психологічного клімату є постійним практичним завданням для менеджерів усіх рівнів. Створення сприятливого клімату – справа не лише відповідальна, а й творча, що вимагає знання його природи та засобів регулювання, а також здатності передбачати надійну ситуацію у стосунках членів команди.

За умов карантину, всі ІТ-компанії повинні перекваліфікувати форму праці з «робота в офісі» у форму «віддалена робота». Задля проведення дослідження ми створили електронні варіанти методик за допомогою одного із компонентів хмарного сховища Google Drive, а саме Google Forms (додаток Б).

Для емпіричного дослідження проблем агресивності і конфліктності працівників і психологічний клімат колективу ІТ-компанії ми обрали базою ІТ-компанію «G5 Entertainment», шведська компанія, філіал якої розташований у м. Харків. Її основна діяльність – розробка та створення відеоігор на різних платформах.

2.2. Результати дослідження та їх інтерпретація

Вивчення соціально-психологічного клімату може будуватися на основі практичних (спостереження, бесіда, аналіз ефективності, аналіз руху персоналу та стану службової дисципліни, узагальнення незалежних характеристик тощо) та психологічних методів, що вимагають спеціальної підготовки (соціометричне опитування, анкетування, масштабування, референтометрія тощо).

При спостереженні та розмові з працівниками доцільно використовувати непрямі ознаки (показники) рівня розвитку соціально-психологічного клімату.

Для сприятливого (зрілого, здорового) соціально-психологічного клімату властиві:

- переважання ділового, творчого настрою протягом робочого дня;
- відчуття групової згуртованості та товарищескості;
- високий рівень професійної підготовки працівників;
- хороші стосунки між керівниками та підлеглими;
- рівномірний розподіл навантаження та навантаження між кожним членом колективу;
- актуальність та об'єктивність вирішення конфліктів;
- чесність та прозорість оцінки діяльності членів команди, а також розподілу винагороди, вирішення матеріальних та житлових проблем;
- небажання членів команди залишати цей підрозділ, навіть на вищу посаду;
- використання неформальних можливостей керівництва для вирішення службових та освітніх завдань;
- критика та самокритичність;
- спільне обговорення варіантів найважливіших рішень;

- охоча згода замінити товариша, допомогти йому.

Несприятливий (незрілий) соціально-психологічний клімат характеризуються:

- часті затримки та тривалі прогули на роботі;
- тривалі перерви для паління під час роботи;
- неточне виконання рішень та розпоряджень керівництва;
- поширювати чутки один про одного;
- прихована критика умов праці;
- відходи робочого часу;
- відмова працювати понаднормово;
- часті конфлікти між працівниками та відсторонення колективу від їх вирішення;
- часті порушення дисципліни;
- великі коливання, часті переходи в інші одиниці на позиції однакової вартості;
- незначна активність в обговоренні службових та спеціальних питань;
- відсутність критики та самокритичності.

Основними об'єктивними показниками рівня розвитку SEC є: ефективність професійної діяльності, рівень професійної дисципліни та характер руху персоналу. До суб'єктивних (психологічних) показників часто належать ступінь задоволеності членів колективу різними аспектами їхнього життя, особливості сприйняття та розуміння інших людей, задоволеність існуючими відносинами, домінуючі психічні стани працівників, ефективна мотивація праці та інші.

Зазвичай для діагностики соціально-психологічного клімату використовується ряд методологічних процедур: спеціально розроблені анкети, шкали з показниками групових відносин, шкали для прийняття всередині групи, шкальні анкети, соціометричні анкети тощо.

Результати опитувальника дослідження рівня агресивності (за А. Басса-А. Дарка) колективу ІТ-компанії G5 Entertainment зображено у таблиці (Додаток В).

У даному опитуванні брало участь 6 чоловіків та 9 жінок, всього 15 досліджуваних, віком від 25 до 42 років. На рис. 2.1 зображені середні значення показників всіх опитуваних.

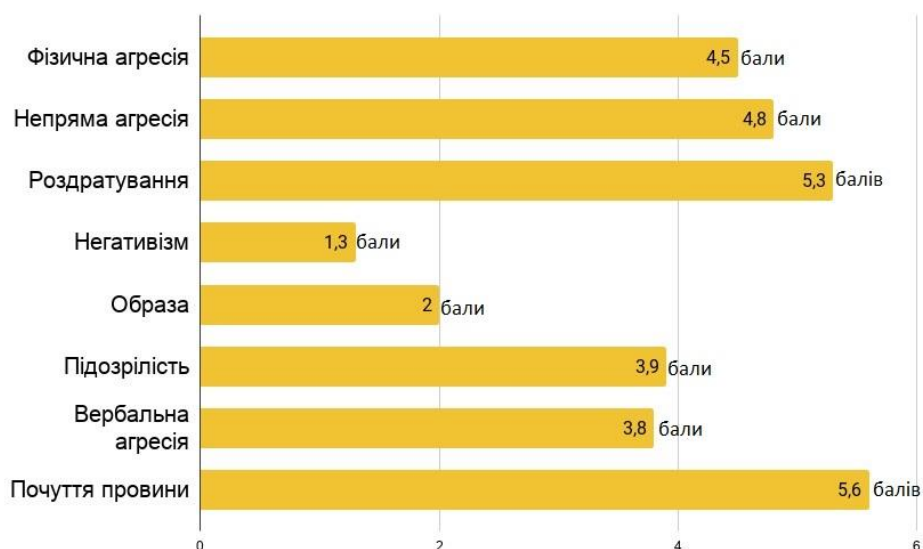


Рис. 2.1 Рівень агресивності колективу ІТ-компанії за методикою А. Басса-А. Дарки.

Виходячи з даних, ми можемо відзначити високий рівень показника «почуття провини» (5,6 балів з 9 можливих балів), це означає, що опитувач може відчувати почуття провини, коли вони порушують деякі внутрішні установки, які можна позначити, як повинність – те як потрібно робити/говорити/думати/відчувати. Деякі такі установки створюються самостійно, інші ж нав'язуються суспільством, близькими і т.д. Це почуття зазвичай тисне, знижує самооцінку і накладає певний відбиток буквально на все життя, в тому числі і в професійній сфері.

Показник «непряма агресія» має рівень близький до середнього (4,8 балів із 9 можливих балів). За цими даними ми можемо припустити, що працівники з цим показником не направляють на іншу людину агресію

безпосередньо, але також здатна доставити чимало неприємностей. Наприклад, це плітки у нього за спиною, псування його речей, поки він не бачить, кнопки на стільці і інші дрібні чи не дуже дрібні капості.

Показник «роздратування» (5,3 балів із 11 балів) також має середній рівень. Шкала демонструє готовність людини перейти до агресії, якщо щонебудь здасться йому недоречним, загрозливим і ін. Чим вище показник, тим легше людина «включає» один з позначених вище видів агресії.

Потрібно також відзначити низкий рівень показників «негативізму» (1,3 бали з 5 балів) та «образи» (2 бали з 8 балів), тобто відсутність манери поведінки, що виражається в схильності проявляти опортунізм, може виражатися в пасивному спротиві і в активній боротьбі проти прийнятих законів і звичаїв; та відсутність почуття заздрості до інших людей внаслідок як реальних, так і вигаданих відомостей про ситуацію.

Засновники опитувальника А. Басса та А. Дарки для кращої орієнтації в результатах досліджуваних створили індекси агресивності та ворожості.

Для визначення рівня агресивності підраховується індекс агресивності, який включає фізичну агресію, роздратування і вербальну агресію:

Агресивність = Фізична агресія + Роздратування + Вербальна агресія
(норма 21 +/- 4).

Ранжируємо індивідуальні індекси агресивності за рівнями:

- 1-16 – низький рівень;
- 17-25 – середній рівень;
- 26-32 – високий рівень

Образа і підозрілість складають індекс ворожості:

Ворожість = Образа + Підозрілість (норма 6 +/- 3).

Середній індекс агресивних (ІА) в колективі: 14,6.

Середній індекс ворожості (ІВ): 6.

Групу досліджуваних ми розподілили за статтю, щоб отримати та проаналізувати результати показників та визначення їх середнього значення (рис. 2.2)

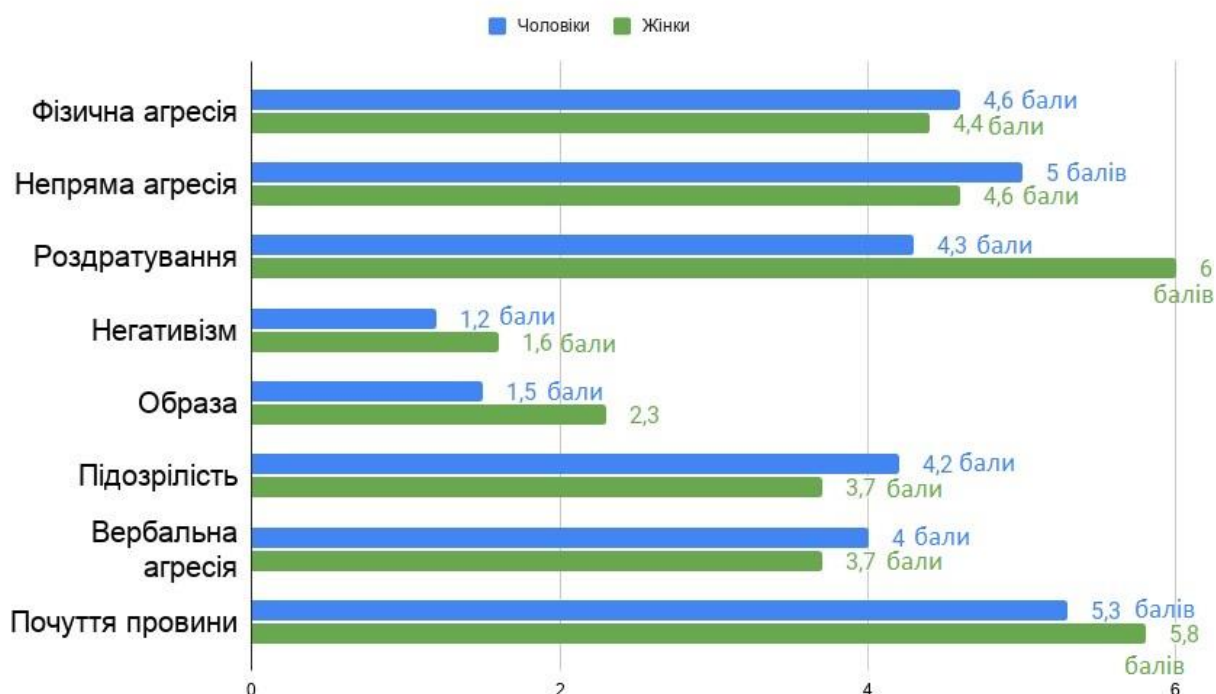


Рис. 2.2. Рівень агресивності чоловіків та жінок ІТ компанії за методикою А. Басса-А. Дарки)

Як ми бачимо з рис. 2.2, отримані дані дозволяють нам відзначити більш високий рівень агресивності у чоловіків, ніж у жінок за такими показниками як: фізична агресія (4,6 балів з 10 балів), непряма агресія (5 балів з 9 балів), підозрілість (4,2 бали з 10 балів), вербальна агресія (4 бали з 13 балів). Високий рівень непрямой агресії свідчить про фрустрованості (глибока депресія, пов'язана з порушенням планів) людини її спробах стримати свої агресивні прояви. Ці прояви в результаті переносяться на неживі предмети і третіх осіб, як правило, осіб найближчого оточення.

У групі жінок наступні показники є вищими ніж у чоловіків: роздратування (6 балів), негативізм (1,2 бали), образа (2,3 бали), почуття провини (5,8 балів). Отже, можна говорити, що досліджувані не прагнуть бути

в опозиції по відношенню встановлених звичаїв і законів (низький негативізм), – тобто, опора на загальноприйняті соціальні норми в регуляції поведінки жінок досить сильна.

Виходячи з отриманих даних, можна сказати, що на показники є відносно позитивними. Наприклад, негативізм обох статей не перевищує значення «2», що характеризує відсутність опору вимогам і діям оточуючих, прагнення протидіяти в своїх вчинках того, що вони вимагають або просять, та відсутність опозиційної форми поведінки, зазвичай проти авторитету або керівництва.

Гендерний огляд індексів агресивності та ворожості має наступний вигляд (рис. 2.3):

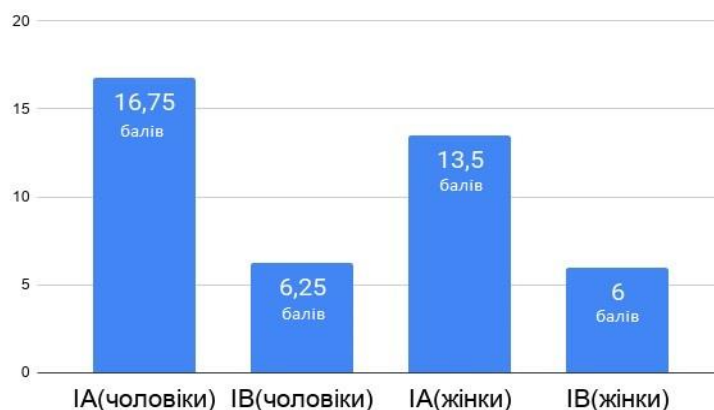


Рис. 2.3. Діаграма гендерного спостереження результатів показників (балів) опритувальника А. Басса-А. Дарки, де ІА – індекс агресивності, ІВ – індекс ворожості.

У нашому спостереженні чоловіки мають наступні показники: середній ІА чоловіків – 16,75 балів; середній ІВ чоловіків – 6,25 балів.

Обстежені жінки мають наступні результати: середній ІА жінок – 13,5 балів; середній ІВ жінок – 6 балів.

Результати цих показників також підтверджують той факт, що рівень агресивності та ворожості у колективі ІТ-компанії «G5 Entertainment» є невисоким та в межах норми, що в свою чергу характеризує працівників як

зрілих та врівноважених особистостей, які мають власні стійні цінності орієнтації та поважають ціннісні орієнтації інших.

Дані результатів наступної методики на виявлення провідного поведінки в конфліктній ситуації (за К. Томасом-Р. Кілманном) зображено у таблиці (додаток Г). У даній методиці приймало участь 16 осіб, з яких 8 були жінки та 8 чоловіків, вік яких з 25 по 42 роки.

Отримавши середнє значення показників, ми отримали наступний рис. 2.4.

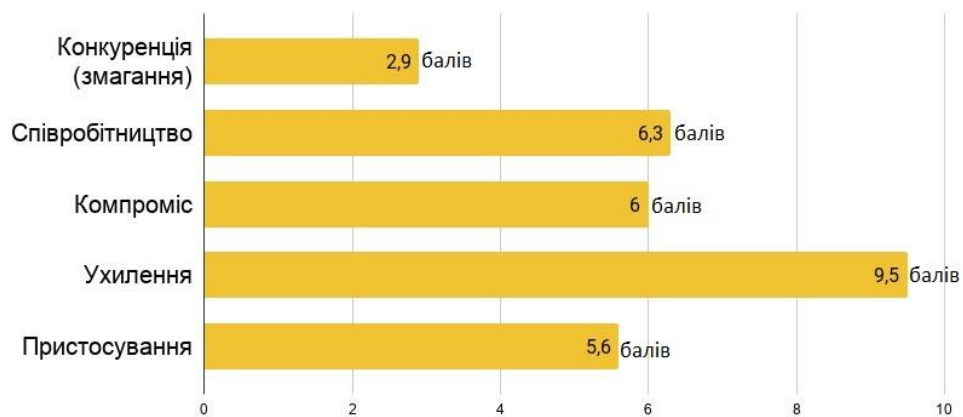


Рис. 2.4. Типи поведінки у конфліктній ситуації працівників ІТ компанії за методикою К. Томаса-Р. Кілманна

Виходячи з відповідей, можна дійти декількох висновків стосовно того як реагують члени колективу ІТ-компанії в конфліктних ситуаціях.

Виявляється низький рівень схильності до суперництва (2.9 балів) як прояву наполегливості і егоїзму. Виявлено схильність випробуваного колективу до поєднання ухиляється стилю поведінки (пріоритетний в профілі – 9.5 балів) з співпрацею (6,3 балів) і компромісним (6 балів) стилем.

Всі ці стилі представлені в профілі практично в рівній мірі, що може говорити про високу значимість думки і інтересів партнера, прагнення розв'язати конфлікт по суті, враховуючи при цьому інтереси обох сторін, а не тільки власні. При цьому в конфліктних ситуаціях у даного випробуваного

можуть виникати проблеми із захистом своїх інтересів, відстоюванням власної думки.

У ситуаціях, коли опонент використовує стиль «конфронтація» цієї людини простіше погодитися з думкою опонента або ухилитися від суперечки або вирішення конфлікту. Деякі люди схильні відкладати всі справи і конфлікти на потім. Як правило, свої вчинки вони пояснюють таким чином: «мені легше поступитися іншому, ніж вступати в конфлікт», «я намагаюся відкласти питання на потім», «я не займаю позицію, яка може викликати суперечки». Саме такими будуть відповіді людини, яка застосовує модель «ухилення», в методиці «тест Томаса». Людина всіляко уникає суперечок і конфліктів, не уступаючи при цьому опонентові. Прикладом може послужити ситуація, коли, не отримавши те, що індивідуум бажає, він йде і при цьому ображається. Насправді, це спосіб уникнути конфлікту і звернути на себе увагу.

Якщо ухилитися від конфлікту з яких-небудь причин не виходить, випробуваний намагається перейти до співпраці, врахувати інтереси обох сторін. Це найоптимальніша модель поведінки, яка має бути присутня в кожному колективі. Люди, готові до співпраці, завжди шукають підтримку в опонента і намагаються дізнатися, в чому полягають інтереси іншої людини. Визначити, що людина поводить саме так, можна за допомогою методики «тест Томаса». Стратегія поведінки в конфліктній ситуації «співпраця» характеризується спокійним і врівноваженим тоном, а також мирним діалогом. Така модель поведінки спрямована на глобальне рішення виникнувшого питання, а не на те, щоб просто залагодити конфлікт. Більш того, якщо вирішити проблему саме так, більше вона не виникатиме, оскільки і тієї, і тому боці конфлікту буде однаково добре.

У тих випадках, коли співпраця виявляється неможливо, випробуваний готовий піти на поступки, але при цьому отримавши що-небудь натомість. Багато хто вважає, що це найкращий спосіб вирішення конфліктних ситуацій, проте це не зовсім так. В результаті такої моделі поведінки головне питання

залишається невирішеним. Крім того, обидва учасники спору є залежними один від одного, кожен задає собі питання: «Як мені догодити опонентові, щоб отримати бажане?» В результаті хитрістю людина досягає поставленої мети, однак навряд чи така модель вирішує конфлікт повністю. В крайньому випадку, якщо вибору немає, то людина використовує модель «пристосування», це означає, що він в принципі уникає конфліктів. Йому легше поступитися опонентові, ніж сперечатися з ним і доводити щось. Як правило, у таких людей занижена самооцінка і вони не вважають, що їхні інтереси можуть бути важливі. Крім того, хороші взаємини з опонентом для них важливіше, ніж вирішення спору. Програти суперечку – це не вирішення проблеми, а тільки відкладання її.

Також ми розглянули гендерний аспект цієї методики (рис. 2.5).

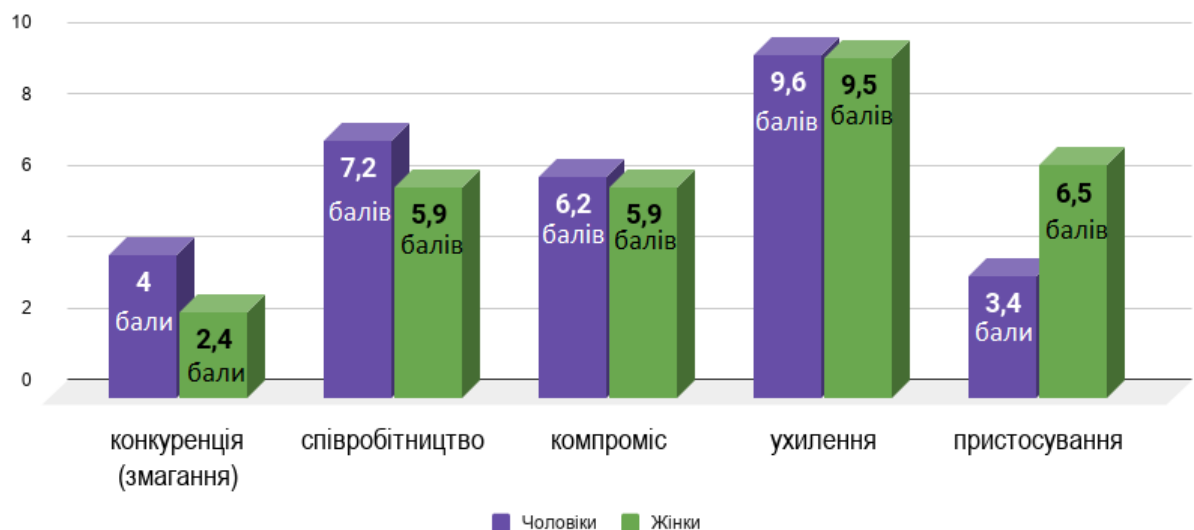


Рис. 2.5. Типи поведінки в конфліктних ситуаціях чоловіків та жінок ІТ компанії за методикою.....

Отримані дані дозволяють нам відзначити більш високий рівень показників у чоловіків, ніж у жінок таких типів поведінки як конкуренція (4 бали) та співробітництва (7,2 балів). У жінок тип поведінки пристосування (6,5 балів) має високі показники.

Ці дані свідчать про те, що чоловіки намагаються працювати з іншими членами колективу над пошуком рішень для виявлення основних проблем людей, а також для пошуку альтернативи, цілком задовольняють інтереси обох сторін. Співпраця між двома людьми може виражатися в вивченні розбіжностей, яке допомагає дізнатися про ідеї один одного, і знаходженні рішення в таких ситуаціях, які в інших випадках могли б змусити їх конкурувати за ресурси або протистояти, а також спробі знайти новаторський підхід до вирішення міжособистісних проблем.

Однак, з іншого боку чоловіки більш схильні задовольняти свої власні інтереси за рахунок іншої людини, використовуючи для цього вплив, який є доцільним для завоювання позицій опонента.

Ми можемо припустити, що для жінок, які працюють у даній ІТ-компанії, буде характерним нехтуванням своїми власними інтересами, щоб задовольнити інтереси іншої людини, більша вірогідність безкорисливої щедрості або благодійності, коли виконуються накази іншої людини, хоча переважно було б цього не робити і не поступатися чужої точки зору.

За такими показниками як компроміс (чоловіки 6,2; жінки 5,9) та ухилення (чоловіки 9,6; жінки 9,5) дані респондентів майже співпадають.

В опитуванні методикою оцінки психологічної атмосфери в колективі (по А. Фідлеру) приймало участь 20 осіб (9 чоловіків та 11 жінок), віком 25-42 роки. Результати яких зображено у таблиці (додаток Г).

Дана методика має наступні інтерпретації: 10-39 балів – свідчить про доброзичливу психологічну атмосферу у колективі; 40-59 балів – є середніми показниками і свідчать про наявність у колективі незначних дестабілізуючих факторів; 60-80 балів – вказують на погану, недоброзичливу психологічну атмосферу у колективі.

Середнє значення (коефіцієнт суб'єктивних оцінок) оцінок становив 25,35 балів із 80 можливих.

Середні значення показників має наступний вигляд (рис. 2.6).

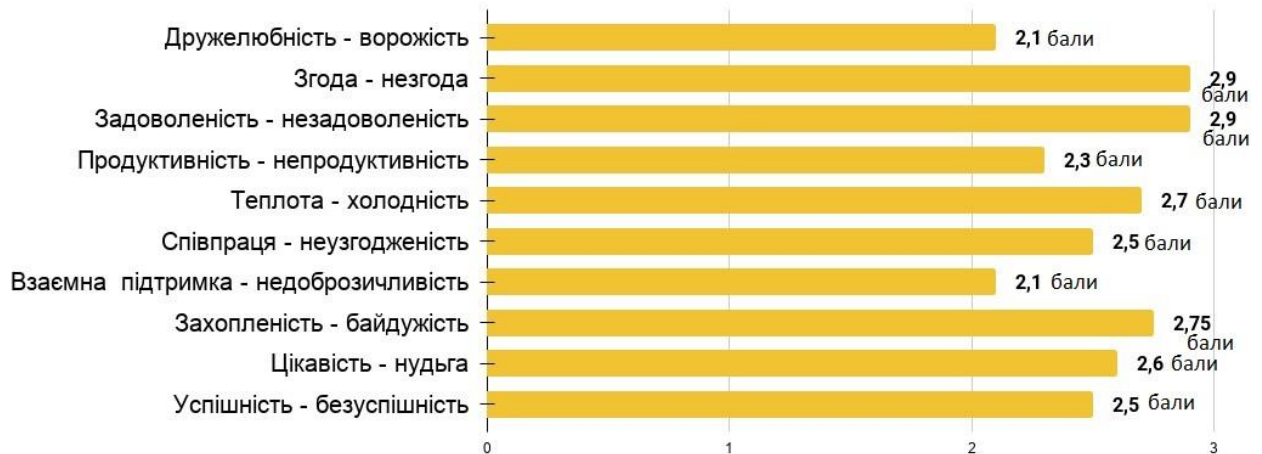


Рис. 2.6. Оцінка психологічної атмосфери в колективі працівників ІТ компанії за А.Ф. Фідлером.

Діаграма показує нам, що найменший середній бал має пара слів «дружелюбність-ворожість» та «взаємна підтримка-недоброзичливість» – 2,1 балів. З огляду на найвищий (тобто найбільш негативний) можливий середній бал дорівнює 8, можна зробити висновок про те, що члени колективу оцінюють своє оточення на роботі як приязне і товариське. Таку думку можна визнати об'єктивно підтвердженою, так як регулярно влаштовуються івенти та тимбілдіingi, які позитивно впливають на згуртованість та підвищення мотивації для успішного виконання роботи.

Найбільш високі середні бали мають такі пари, як: «згода-незгода», «задоволеність-незадоволеність» – 2,9 балів, «захопленість-байдужість» – 2,75 балів, «теплота-холодність» – 2,7 балів. Тобто можна зробити висновок про те, що саме ці характеристики соціально-психологічного клімату є найбільш проблемними. Значення всіх інших пар протилежних за змістом слів розподілилися між 2,3 і 2,6 балами.

Середній бал, що характеризує психологічну атмосферу, склав 25,3 бали. З огляду на, що мінімальний середній бал, що характеризує психологічну атмосферу як абсолютно сприятливу, становить 10 балів, а максимально несприятливу – 80 балів, можна зробити висновок про достатньо сприятливу

психологічної атмосфери в колективі базою ІТ-компанії «G5 Entertainment» так як середній показник дуже близький до позитивного показника. При цьому варто задуматися над тим, як поліпшити ситуацію щодо тих характеристик, які чинять негативний вплив на ступінь сприятливості психологічної атмосфери.

Крім цього, як показали результати обробки опитувальника, з 20 респондентів у 2 (або 10%) суми балів склали 38 і 48 балів. З огляду на, що максимальна сума, негативно характеризує психологічну атмосферу кожним окремо взятим респондентом, становить 80 балів, можна зробити висновок, що ці два фахівця оцінюють психологічну атмосферу як майже несприятливу.

Було проведений гендерне спостереження, висновки якого становлять 26,6 балів у жінок та 23,5 балів у чоловіків з максимальних 80 балів, які свідчать про негативний результат (рис. 2.7).

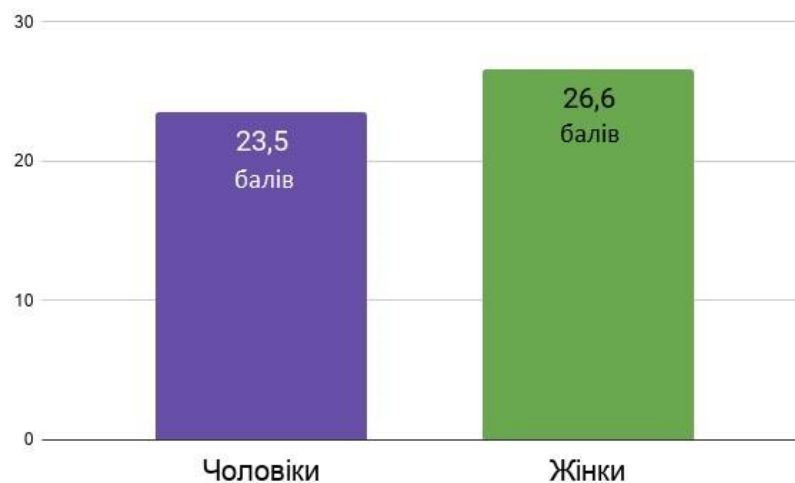


Рис. 2.7. Оцінка психологічної атмосфери чоловіків та жінок у колективі ІТ компанії.

За цими даними, ми спостерігаємо, що опитуванні жінки більше проявляють незадоволення психологічною атмосферою в колективі.

Отже, проведене дослідження показало, що велика частина колективу оцінює психологічний клімат в групі, як сприятливий, за методикою яскраво виражено позитивне емоційне ставлення в групі, що говорить про те, що

колектив активний, сповнений енергії; переважає бадьорий і життєрадісний настрій.

2.3. Рекомендації щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії

З метою превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату в колективі ІТ-компанії «G5 Entertainment» рекомендується застосувати ряд організаційних і соціально-психологічних прийомів.

Поради щодо підтримки позитивної культури компанії:

- Організаційне спілкування.

Спілкування є основною опорою будь-якої організації та однією з основних сфер вдосконалення. Це має важливе значення для: координації між відділами та всередині самого відділу, знання думок клієнтів та працівників, знання цілей та розвитку кожної людини та/або відділу.

Найпоширеніші та корисні практики в цій галузі включають: опитування громадської думки, інструменти оцінки (результати діяльності та компетенції), заходи з пропозиції ідей для просування інновацій, міжвідомчі сніданки, сесії для обміну найкращими практиками, ідеями та дошками пропозицій тощо

Однією з найефективніших практик спілкування між департаментами є те, що ми будемо називати «сніданком». Ідея полягає в тому, щоб зарезервувати кілька хвилин на тиждень, щоб вся команда зустрілася у бек-офісі та поснідала разом після короткої презентації цілей тижня та огляду дій попереднього тижня. Цей простір використовується для розмов на неформальні теми (вихідні, діти тощо), а також для спілкування з колегами про проекти, проблеми та рішення, що виникають у повсякденному бізнесі.

Оскільки це розслаблений момент, він також заохочує знайомство та спілкування з керівником відділу. Все це за кавою, випічкою, бутербродами та фруктами.

- Визнання роботи.

Визнання в робочому середовищі – це практика, яка може відбуватися через багатьох людей: безпосереднього керівника, загального керівництва компанії, наших колег, клієнтів, постачальників, засобів масової інформації тощо.

Дії, за які працівники можуть бути визнані, включають: добре виконана робота, допомога колезі, хороше обслуговування клієнтів, робота в організації протягом ряду років, залучення нових клієнтів або партнерських відносин, вдосконалення внутрішніх процесів, внесок нових ідей для вдосконалення компанії тощо.

У компаніях застосовується багато методів визнання, серед яких: грошова компенсація, відпустка на додаткові дні, подарунки, додаткові заходи (поїздки, урочистості, сніданок з генеральним директором тощо), внутрішні акції, як публічно (дошки оголошень, подяки, корпоративні електронні листи, події тощо) та/або приватно.

Розробивши ці три пункти, ми повинні підкреслити важливість врахування всіх цих аспектів, зосереджених на оптимізації та поліпшенні робочого середовища в ІТ-організаціях, для забезпечення позитивного соціально-психологічного клімату в колективі.

- Створюйте та передайте значущі цінності.

Цінності є орієнтиром для всіх в організації щодо того, як діяти та взаємодіяти між собою, клієнтами та громадою. Рекомендуємо мати не більше 5 цінностей, тому ці цінності легко запам'ятовувати та розуміти, що важливо для компанії. Керівники повинні повідомляти не лише цінності, а й очікувану поведінку, пов'язану з кожною цінністю. Це допомагає співробітникам зрозуміти, що очікується, що зменшує невизначеність і гарантує, що всі

співпрацюють з тим, як слід робити справи на підприємстві. Найважливіший спосіб передавати цінності - менеджер подавати приклад. Цінності стосуються не лише передового персоналу, але й усіх, хто в організації. Щоб цінності мали значення, співробітники передової повинні бачити своїх менеджерів, які дотримуються їх щодня.

- Проводьте правильний відбір.

Дуже часто менеджери поспішають зайняти посаду і нехтують задавати правильні питання, щоб забезпечити правильну відповідність. Менеджери часто використовують досвід як ключовий фактор при підборі працівників, але якщо ви хочете отримати відповідну людину, когось, хто буде добре працювати з іншими та мати успіх, він повинен відповідати цінностям компанії та організаційній культурі. Рекомендовано використовувати питання співбесіди, пристосовані до основних цінностей компанії, як спосіб глибшого пізнання кандидатів та передбачення того, як кандидати внесуть внесок не лише у своїй певній ролі, а й у культуру компанії. Також рекомендовано використовувати поведінковий підхід до співбесіди, коли кандидати повинні брати участь у певних заходах як частину процесу співбесіди. Це витісняє кандидатів із зони комфорту та надає можливість оцінити їх поведінку, а не просто задавати питання.

- Поліпшення орієнтації та інкорпорації.

Майже 30% нових працівників звільняються протягом перших 90 днів роботи. Нові працівники повинні отримувати ефективну та привабливу орієнтацію (перші 1-2 дні роботи), а також продуманий процес навчання (перші 90 днів роботи). Дуже важливо, щоб у цей час створювали нових працівників для досягнення успіху, щоб переконатися, що вони відчують зв'язок із роботою, своєю командою та організацією. Цього можна зробити шляхом встановлення правильних пріоритетів на 1-й день, змусивши працівників почувати себе привітними з самого початку, виконуючи організовану та ефективну навчальну програму, а також перевіряючи нових

найманих працівників на розуміння та вміння між 30 та 60-денним днем, щоб переконатися, що вони працюють правильний шлях.

- Забезпечити та розширити можливості працівників.

Керівники повинні надавати працівникам потрібну інформацію, потрібні інструменти, потрібну кількість підтримки, а також контроль та повноваження приймати рішення. Керівники повинні визначити сподівання, надати працівникам те, що їм потрібно для досягнення успіху, а потім дозволити своїм працівникам виконувати свою роботу, не мікроконтролюючи всі деталі. Важливо розширити можливості співробітників та побудувати довіру.

- Залучайте працівників цілий рік.

Залучення працівників продовжує залишатися головною проблемою, адже лише 34% працівників зайняті своєю роботою. Керівники можуть залучати співробітників, забезпечуючи співробітникам знання того, як вони впливають на компанію, оскільки це допомагає їм відчувати зв'язок із місією компанії. Навчіть працівників щодо мети компанії, річних цілей та різноманітних планів дій. Інформуйте працівників про результати діяльності компанії та прогрес у досягненні цілей, а також варто залучати працівників до розробки планів вдосконалення компанії.

- Зворотний зв'язок.

Неформальний відгук допомагає працівникам зрозуміти, як їхня поведінка відповідає очікуваному. І все ж 32% співробітників чекають більше 3 місяців, щоб отримати відгук від свого керівника, залишаючи працівників невпевненими в тому, як їх результати відповідають очікуванням. Щоб неформальний зворотний зв'язок був ефективним, він повинен бути своєчасним, справедливим, збалансованим (забезпечуючи як позитивний, так і конструктивний), пояснювати «чому» така поведінка важлива, особиста, конкретна і повинен містити щире подяку або жест вдячності.

- Ефективно спілкуйтеся з працівниками.

Брак спілкування є загальною скаргою. Проблема, як правило, полягає не в кількості спілкування, а в якості переданого зв'язку. Щоб поліпшити якість спілкування, подбайте про те, щоб ваші слова були простими та чіткими, враховуйте мову вашого тіла та тембр голосу та переконайтеся, що час і налаштування правильні. Використовуйте кілька каналів, щоб передати своє повідомлення та забезпечити його належне посилення. Пам'ятайте, що спілкування відбувається двома шляхами, тому переконайтеся, що ваші співробітники зрозуміли ваше повідомлення, задаючи їм такі запитання, як: «Які ваші наступні кроки?».

- Ведіть жорсткі розмови та приймайте жорсткі рішення.

Керівники, які не притягають своїх працівників до відповідальності, створюють негативне середовище, коли високоефективні працівники розчаровуються, скорочують свої зусилля і врешті-решт залишають компанію. Керівники повинні почуватися комфортно, ведучи важкі розмови з тими, хто не демонструє очікуваної поведінки. Керівники також повинні приймати жорсткі рішення і відпускати тих співробітників, які цього не роблять.

- Покажіть працівникам, що ви дбаєте про них та свою організаційну культуру.

Покажіть працівникам, що ви дбаєте про них як про людину та про їхню відданість підвищенню організаційної культури вашої компанії. Робіть це, будучи доступними, щоб підтримати їх і прислухатися до їх потреб. Під час бесіди з підлеглими переконайтеся, що приділяєте повну увагу та слухаєте емпатійно. Завжди виявляйте повагу до співробітників і вдячність за те, що вони роблять. Познайомтеся зі своїми працівниками та тим, що їх турбує. Нарешті, будьте чесними та відкритими у спілкуванні з працівниками, оскільки це є ключовим фактором встановлення довіри.

- Узгодження між роботою та приватним життям.

Для узгодження роботи та приватного життя існують такі практики, як гнучкий робочий час, літній робочий час, безперервні робочі дні у п'ятницю,

безперервні робочі дні у дні перед державними святами, безперервні робочі дні у Великдень, вихідні в дні народження, відпустка для догляду за дитиною, робочі зустрічі з обмеженим часом початку та закінчення, дозвіл на перерву на шкільні збори/навчання та ін.

До соціальних виплат, які також можуть допомогти примиренню, належать: послуга фізіотерапії та масажу в робочий час, безкоштовна автостоянка, послуги з підтримки працівників для оформлення формальностей, пільгове харчування та дитячі путівки.

Рекомендується керівництву компанії: проводити різноманітні акції спільного розміщення неробочого часу, створювати здорове середовище, не ворожу конкуренцію між працівниками та сприяти професійному розвитку співробітників, заохочуючи персонал до професійних досягнень, інформувати та залучати професіоналів для інноваційних проєктів, що дають можливість для творчого та професійного розвитку людей. Інформувати працівників компанії про історію, стандарти, норми поведінки в колективі, етику та етикет, пояснюючи основні елементи корпоративної культури у відповідних нормативних актах, вітчизняних статутах; адекватно оцінювати результати роботи своїх працівників та заохочувати їх працювати.

Висновки до другого розділу

Враховуючи все вищезазначене, ми можемо зробити наступний висновок: успішна робота компанії залежить від сприятливої внутрішньої психологічної атмосфери і згуртованості персоналу. Тим часом бувають випадки, коли співробітникам складно знайти спільну мову, що сильно погіршує психологічний клімат в колективі. Саме задля розуміння причин погіршення соціально-психологічної атмосфери необхідно регулярно проводити діагностики та опитування серед персоналу.

За результатами методики опитувальника дослідження рівня агресивності (А. Басса-А. Дарки), можна сказати, що високий показник індексу ворожості та агресивності спостерігається тільки в одного опитуваного, у інших випробовуваних властива норма та низькі показники.

Можна зазначити, що серед досліджуваних переважає середній рівень агресивності, проте є невеликий відсоток випробовуваних з рівнем агресивності нижче норми. Найвищі бали з отриманих показників у шкалах «почуття провини» та «роздратування», що характеризує членів колективу як осіб з занадто вираженим каяттям, завзятими та готовими при найменшому хвилюванні проявляти запальний характер, різкість, грубість.

В результаті дослідження методики на виявлення провідної поведінки в конфліктній ситуації (К. Томасом-Р. Кілманном) було доведено, що більшість випробовуваних не є конфліктними особистостями і віддають перевагу позиції ухилення, компромісу і співпраці. З огляду на стиль поведінки опонента і знаючи свій, можна уникнути виникнення конфліктної ситуації і розростання конфлікту. В результаті проведеного дослідження із застосуванням тесту «Тактика поведінки в конфлікті» були отримані дані про те, що більшість опитуваних не є конфліктними особистостями і тенденція до конфліктності практично у всіх середня і нижче середнього. Також в результаті дослідження було отримано інформацію про те, що кожна людина використовує всі стилі поведінки, але в певних умовах (ситуаціях), люди

віддають перевагу тому чи іншому стилю. Деякі стратегії поведінки можуть бути найбільш ефективними для вирішення конфліктів певного типу. Якщо учасник конфлікту в більшій мірі пристосовується до інших учасників, ніж відстоює власну думку, то йому слід попрацювати над збільшенням напористості і зміцнення волі, у відповідних ситуаціях застосовувати стиль конкуренції. Якщо учасник конфліктної ситуації занадто часто погоджується на компроміс, будучи нетерплячим людиною, то йому необхідно навчитися терпінню. Всім учасникам конфлікту слід спокійніше і усвідомлено реагувати на конфліктні ситуації.

В цілому, значення компанії за методикою «Оцінка психологічної атмосфери в колективі»(за А. Фідлером) за основними показниками знаходяться на рівні середньому і вище середнього, цього говорить про сприятливий клімат в колективі компанії. Практично всі опитувані визнають цей факт.

Середній профіль компанії, згідно даного тесту, характеризує психологічну атмосферу в колективі як позитивну. У великій мірі для колективу згода і задоволеність, також теплота та захопленість. Решта показників за методикою знаходяться на середньому рівні і вище, це значення також близько до позитивних оцінок.

Отже, наше дослідження підтверджує загальну думку про те, що колектив ІТ-компанії «G5 Entertainment» дружний, згуртований, зі сприятливим психологічним кліматом.

ВИСНОВКИ

ІТ-сфера в Україні нині активно розвивається. Відкривається багато нових ІТ-компаній, зарубіжні компанії теж заходять на український ринок інформаційних технологій та відкривають свої офіси. Тому робота психолога по дослідженню соціально-психологічних особливостей колективу ІТ-компанії є надзвичайно актуально. Проведена нами науково-дослідна та експериментальна робота дозволила зробити такі висновки.

Теоретично досліджено проблему агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії.

1. Колектив – це сукупність людей, об'єднаних спільною діяльністю, спільними інтересами, метою, проектом. Група людей, пов'язаних спільною роботою в одній організації, установі, підприємстві і ін. За родом діяльності розрізняють трудові, навчальні, військові, спортивні, художні, аматорські та інші групи. У більш широкому сенсі - люди, яких об'єднують спільні ідеї, інтереси, потреби.

Важливою характеристикою колективу є її цілісність: колектив завжди функціонує як система діяльності з притаманною йому організацією і розподілом функцій, які визначаються структурою управління і лідерства. При вирішенні більшості проблем, особливо складних, що вимагають великих знань, навичок і участі багатьох людей, результати колективної діяльності набагато перевершують простий набір індивідуальних успіхів.

Психологічні характеристики колективу: тип внутрішнього психологічного клімату, психологічний стан членів колективу, ступінь згуртованості членів колективу.

Психологічний клімат – це емоційний і психологічний настрій в колективі, емоційний рівень якого відображає особисті і ділові відносини членів колективу, які визначаються моральними нормами та інтересами. Велике значення мають морально-психологічний, психологічний настрій,

психологічна атмосфера, соціально-психологічна атмосфера для підтримки здорового психологічного клімату в колективі.

Основними характеристиками психологічного клімату є: задоволеність членів команди відносинами, робочим процесом, лідерством; переважаючий настрій в колективі; взаєморозуміння і авторитет керівників і підлеглих; ступінь залученості членів команди в управління і самоврядування командою; командний дух; свідомі дисципліна; продуктивність.

Згуртованість колективу проявляється в силі тяжіння до нього його учасників, можливості їх колективного впливу на індивіда, що спонукає їх підтримувати активність групи і не дає їм покинути колектив. Згуртованість колективу залежить від: психологічної сумісності працівників; соціально-психологічної сумісності працівників.

Психологічна сумісність членів групи – це набір індивідуальних характеристик членів групи, які забезпечують узгодженість і ефективність їхньої праці. До умов, які забезпечують соціально-психологічну сумісність співробітників, відносяться: дотримання особистісно можливої структури кожного, окремо взятого, працівника і змісту його роботи, схожість з моральними позиціями його колег, однорідність основних мотивів діяльності та індивідуальних цілей всього колективу, реальна можливість взаємодоповнення і раціональне сполучення здібностей працівників, органічний розподіл функцій між членами колективу.

Розвиток і успішна робота ІТ-компаній залежить від кваліфікації ІТ-фахівців, їх навичок і прагнення до ефективної роботи, а також від соціально-психологічного клімату колективу.

2. Експериментально дослідження проблеми агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу ІТ-компанії. Метою діагностики соціально-психологічного клімату в компанії є підвищення ефективності та результативності персоналу за рахунок запобігання та мінімізації соціально-психологічних проблем з агресією і конфліктами між співробітниками і психологічним кліматом ІТ-компанії.

Результати дозволяють констатувати досить низький рівень індексів ворожості та агресії. Найбільш вираженими типами агресії є почуття провини та роздратування. Роздратовання розглядаємо як емоційний та поведінковий симптом у людини.

Почуття провини проявляється, коли отримують користь за рахунок інших або коли вони завдають шкоди, втрати, страждання або розчаровують іншу людину – усі фактори, які можуть бути спричинені ситуаційними обставинами. Результати спостереження дозволяють констатувати, що моральні якості є точними характеристиками моральної поведінки особистості: чуйна людина, швидше за проявлятиме аутоагресію. Буде аналізувати свої вчинки, звинувачувати в чомусь себе, ніж демонструвати агресію по відношенню до оточуючих. Чим більше самокритична особистість, тим краще вона розуміє соціальні норми і контролює свою поведінку.

З'ясовано, що найбільш розповсюдженою поведінкою колективу ІТ-компанії у конфліктних ситуаціях є ухилення. Підхід ухилення демонструє низьку прихильність цілям і відносинам. Це найбільш поширений метод вирішення конфлікту, особливо для людей, які негативно ставляться до конфлікту. Ухилення може приймати форму дипломатичного обходу проблеми, відкладання вирішення питання до кращих часів або просто виходу із загрозливої ситуації.

Оцінка психологічної атмосфери в колективі свідчить, що працівники ІТ-компанії оцінюють своє оточення як доброзичливе та позитивне. Члени компанії найбільш задоволені за наступними показниками: дружелюбність, взаємна підтримка та продуктивність. За суб'єктивною думкою, високі показники дружності та взаємопідтримки, низькі показники рівня агресивності та ворожості, є результатом регулярних організацій різних заходів, фестивалів, концертів, конференцій та ін., що спрямовані на згуртованість колективу.

3. Розроблено рекомендації щодо превенції та мінімізації соціально-психологічних проблем агресивності та конфліктності працівників та психологічного клімату колективу для керівництва та психологів ІТ-компанії.

Перспективою подальшої роботи у даному напрямі вважаємо дослідження психологічного клімату колективу ІТ-компанії після впровадження у роботу запропонованих рекомендацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агеев В. Психологія міжгрупових відносин: соціально-психологічні проблеми. К.: АСК, 2013. 144 с.
2. Академічний словник української мови. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://sum.in.ua/> (Дата звернення 15.01.2020).
3. Андреева Г. Соціальна психологія. Львів: Академія, 2013. 414 с.
4. Андреева Г., Богомоллова Н., Петровська Л. Сучасна соціальна психологія на Заході. Харків: Ранок, 2014. 271с.
5. Андреева І., Богомоллова Н., Петровська Л. Зарубіжна соціальна психологія ХХ століття: Теоретичні підходи. Навч. посібник для ВНЗ. К.: Науковий світ, 2018. С. 32-65.
6. Балабанова Л., Стельмашенко О. Стратегічне управління персоналом підприємства. Навч. посібник. К.: Знання, 2013. 236 с.
7. Базалійська Н., Гук П. Формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі підприємства // Вісник Одеського НУ ім. І. І. Мечникова. Серія: Економіка. 2016. № 21. С. 56-60.
8. Базалійська Н., Микитюк С. Удосконалення соціально-психологічного клімату на промисловому підприємстві // Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 2017. № 1(06). С. 24-31.
9. Белбін Р. Типи ролей у командах менеджерів; Пер. з англ. Харків: Ранок, 2016. 232 с.
10. Беляєва Н. Оцінювання соціально-психологічного клімату у колективі на прикладі підприємства торгівлі та його вплив на процес управління організацією // Актуальні проблеми економіки, 2017. № 5. С. 144-153.
11. Бехтерев В. Колективна рефлексологія. Львів: Слово, 2019. С. 45-59.
12. Богомоллова Н. Масова комунікація і спілкування. Львів: Світ, 2017. С. 112-125.

13. Волков І. Соціометричні методи у соціально-психологічних дослідженнях. Львів: Світ, 2013. 88 с.
14. В Україні зростає потреба в ІТ-фахівцях. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.unian.ua/politics/828118-vukrajini-zrostaе-potreba-v-it-fahiv-tsyah.html>. (Дата звернення 15.01.2020).
15. Гоббс Т. Вибрані твори. Львів: Слово, 2012. Т. 1. С. 288-294.
16. Дарвін Ч. Вираження емоцій у людини і тварин. Тернопіль: Мандрівець, 2018. С. 77-89.
17. Дьомкіна О. Ризики при інвестиціях у розвиток персоналу сфери інформаційних технологій // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 5(167). С. 454-461. (Дата звернення 11.03.2020).
18. Жданов О. Соціально-психологічний клімат у колективі. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.elitarium.ru/2007/11/14/klimat_v_kollektive.html (Дата звернення 5.01.2020).
19. Жигайло Н. Роль керівника у формуванні соціально-психологічного клімату у колективі // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна. 2012. № 2(1). С. 374-383.
20. Журавльов В. Персонал. Словник понять та визначень. Луцьк: Обрій, 2016. 512 с.
21. Іванов С., Решетняк П. Проектування систем управління людськими ресурсами. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/93373/52-Ivanov.pdf/sequence=1>. (Дата звернення 12.03.2020).
22. Карамушка Л. Психологія управління. Навч. посібник. К.: Міленіум, 2013. 344 с.
23. Келлі Дж. Теорія особистості: психологія особистісних конструктів; Пер. з англ. Львів: Слово, 2015. 249 с.
24. Коломінський Н. Теоретико-методологічні і методичні проблеми удосконалення психологічної підготовки менеджерів // Персонал. 2013. № 1,3. С. 7-11.

25. Коломінський Я. Психологія взаємовідносин у малих групах: спілкування і вікові особливості. Луцьк: Обрій, 2015. 350 с.
26. Корнєв М., Коваленко А. Соціальна психологія. Підручник. К.: Освіта, 2013. 304 с.
27. Кузьмін О. Сучасний менеджмент. Львів: Центр Європи, 2015. С. 52-55.
28. Кузьмін Є., Семенов В. Соціальна психологія: історія, теорія, емпіричні дослідження Харків: Університет, 2012. 339 с.
29. Кузьмінов Є. Рефлексивне моделювання в оцінюванні ефективності праці фахівців з розробки програмних продуктів. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2229>. (Дата звернення 11.03.2020).
30. Куліков В. Психологія особистості у працях вітчизняних психологів. Хрестоматія. Ужгород: Говерла, 2018. 480 с.
31. Левін К., Бандура А. Гештальт-психологія і соціально-когнітивна теорія особистості. Харків: Університет, 2017. 125 с.
32. Ложкін Н., Зубанова Н., Выдай А. Лідерство: історія і сучасність // Персонал. 2016. № 2. С. 44-50.
33. Луцик Р. Оцінка впливу соціально-психологічного клімату колективу на кадровий потенціал організації // Ефективна економіка. Електронний ресурс. Режим доступу: URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1473>. (Дата звернення 25.02.2020).
34. Макаренко А. Вибрані твори у 3-х томах. Т. 1. К.: Рад. Школа, 1983. С. 77-85.
35. Марков І., Рудик Я. Вплив соціально-психологічного клімату на взаємини у колективі. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer35/250.pdf>. (Дата звернення 2.03.2020)
36. Майерс Д. Соціальна психологія. К.: Основа, 2014. С. 88-98.
37. Михайленко Д. Інструменти діагностики соціально-психологічного стану персоналу та колективу // Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 216-219.

38. Морено Я.-Л. Соціометрія: Експериментальний підхід і наука про суспільство. Львів: Академія, 2013. С. 79-90.
39. Мотишина М., Мотишина О. Інформаційні системи в управлінні людськими ресурсами. Електронний ресурс. Режим доступу: [http:// tvvlibrary.narod.ru/papers/2011/2-19.pdf](http://tvvlibrary.narod.ru/papers/2011/2-19.pdf). (Дата звернення 11.02.2020).
40. Назарова Г., Романов А. Дослідження домінантів соціально-психологічного клімату // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. № 14(1). С. 79-84.
41. Обозов М. Міжособистісні взаємини. Львів: Світ, 2012. 150 с.
42. Оцінка і розвиток персоналу в ІТ-компанії. (2014). Електронний ресурс. Режим доступу: <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1504>. (Дата звернення 20.04.2020).
43. Паригін Б. Соціальна психологія. Проблеми методології, історії і теорії. Тернопіль: Мандрівець, 2012. 592 с.
44. Паригін Б. Соціально-психологічний клімат колективу. Шляхи і методи вивчення. Львів: Наука, 2014. 192 с.
45. Петровська Л. Компетентність у спілкуванні. Соціально-психологічний тренінг. Харків: Школа, 2012. 216 с.
46. Петровський А. Соціальна психологія. К.: Освіта, 2012. С. 187-196.
47. Петровський А., Ярошевський М. Психологія. Словник. К.: Освіта, 2013. 494 с.
48. Платонов Ю. Психологія колективної діяльності: Теоретико-методологічний аспект. Львів: Академія, 2014. 181 с.
49. Райгородський Д. Практична психодіагностика. Методики і тести. Тернопіль: Джура, 2013. 76 с.
50. Романов А. Дослідження факторів впливу на соціально-психологічну домінанту системи управління персоналом // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2013. № 2(46). С. 229-233.
51. Романов А. Оцінка стану соціально-психологічного клімату на підприємстві // Бізнес Інформ. 2015. № 8. С. 303-308.

52. Русалов В. Про природу темпераменту та його місця у структурі індивідуальних якостей людини // Питання психології. 2019. № 1. С. 19-32.
53. Сич В. Дослідження психологічних особливостей організаційного клімату та корпоративної культури на підприємстві // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Психологічні науки. 2019. № 2. С. 204-217.
54. Сковорода Г. Вибрані твори. Мюнхен, 2013. 256 с.
55. Скотт Ю. Конфлікти, шляхи їх подолання. К.: Знання, 2012. С. 59-69.
56. Скриньковський Р., Павловські Г. Діагностика у системі менеджменту підприємства // Проблеми економіки. 2016. № 3. С. 199-205.
57. Уманська Л. Соціально-психологічний клімат у колективі. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.hortling.org.ua/node/1438>. (Дата звернення 12.01.2020).
58. Фестінгер Л. Теорія когнітивного дисонансу. Тернопіль: Крок, 2014. С. 15-52.
59. Фетискін Н. Соціально-психологічна діагностика розвитку особистості і малих груп. Харків: Університет, 2012. 215 с.
60. Хмелевська А. Методичні положення щодо діагностування та корекції соціально-психологічного клімату на підприємстві // Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. № 1(56). С. 107-113.
61. Хрестоматія з соціальної психології (В. Басе, Б. Шамір, Р. Хозе, М. Артур, Р. Манн, Е. Мейо, Н. Міллер, Мітчел, Хаус, Ф. Стенфорд, Р. Стогдилл, Ф. Фідлер, Г. Спенсер, Г. Тард, Л-Ф. Уорд та ін.). Львів: Академія, 2015. 222 с.
62. Чалдині Р. Психологія впливу. Львів: Світ, 2013. 270 с.
63. Чечель А., Кириченко І., Бібікова Я. Шляхи формування позитивного соціально-психологічного клімату у колективі підприємства // Державне управління. 2015. № 4(136). С. 79-81.
64. Чижевський Д. Грецька філософія до Платона: Хрестоматія І Передмова Роланда Піча. Мюнхен, 2015. С. 61-128.
65. Чижевський А. Нарис історії філософії на Україні. К.: Освіта, 2015.

66. Шакірі М. Основні засади формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі // Наукові праці МАУП. Серія: Економічні науки. Психологічні науки. 2013. № 2. С. 145-150.

67. Шевчук І. Сучасна парадигма інформаційного суспільства як основа розвитку національної і регіональних економік // Черноризец Храбър. Варненский Свабоден Университет. 8. 1-12. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ejournal.vfu.bg/bg/pdfs/Sovr-paradigma-4.pdf>. (Дата звернення 17.04.2020).

68. Шибутані Т. Соціальна психологія; Пер з англ. В. Ольшанського. Тернопіль: Крок, 2015. 538 с.

69. Щокін Г., Обозов М. Психологія роботи з людьми: поради керівнику. К.: МАУП, 2014. 591 с.

70. Юркевич П. Філософські твори. Хрестоматія. К.: Знання, 2013.


ДОДАТКИ

Додаток А
Таблиця А.1

Якості темпераменту особистості

Якості	Типи темпераменту			
	Холерик	Сангвінік	Флегматик	Меланхолік
Урівноваженість	Погана	Добра	Дуже добра	Дуже погана
Настрій	Нестійкий	Стійкий	Стійкий	Нестійкий
Емоції	Сильні, короткочасні	Слабкі, короткочасні	Слабкі, тривалі	Сильні, тривалі
Мова	Гучна, нерівна	Гучна, плавна	Тиха, плавна	Тиха, нерівна
Терпіння	Низьке	Помірне	Високе	Низьке
Адаптація	Добра	Відмінна	Повільна	Складна
Контактність	Висока	Помірна	Невисока	Низька
Відношення до критики	Агресивне	Спокійне	Байдуже	Образливе
Відношення до нового	Позитивне	Байдуже	Негативне	Невизначене
Поведінка у складних ситуаціях	Необачлива	Обачлива	Спокійна	Розгублива
Самооцінка	Значно завищена	Певною мірою завищена	Реальна	Занижена
Схильність до впливу	Помірна	Слабка	Слабка	Висока

Ілюстрація вигляду електронних психологічних методик



Методика оценки психологической атмосферы в группе

(по А. Ф. Фидлеру)

* Обязательно

Возраст *

Мой ответ _____

Укажите Ваш пол *

☐ Мужчина

☐ Женщина

Нижче приведені протилежні по значенню пари слів, з допомогою яких можна описати атмосферу в вашій групі, колективі. Чем ближе к правому или левому слову в каждой паре вы поставите знак *, тем более выражен этот признак в вашем коллективе.

1. *

1 2 3 4 5 6 7 8

Дружелюбие ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Враждебность

2. *


1 2 3 4 5 6 7 8

Согласие ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Несогласие

3. *

1 2 3 4 5 6 7 8

Удовлетворённость ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Неудовлетворённость



Опросник исследования уровня агрессивности (А. Басса и А. Дарки)

* Обязательно

Возраст *

Мой ответ _____

Укажите Ваш пол *

☐ Мужчина

☐ Женщина

Отметьте «да», если вы согласны с утверждением, и «нет» - если не согласны. Старайтесь долго над вопросами не раздумывать.

1. Временами я не могу справиться с желанием причинить вред другим *

☐ Да

☐ Нет

2. Иногда сплетничаю о людях, которых не люблю *

☐ Да

☐ Нет

3. Я легко раздражаюсь, но быстро успокаиваюсь *

☐ Да

☐ Нет

Додаток В
Таблиця В.1

Результати дослідження рівня агресивності колективу ІТ-компанії за
методикою А. Басса-А. Дарки

№	Стать	Фізична агресія	Непряма агресія	Роздрат ування	Негатив ізм	Образа	Підозрі лість	Вербальн а агресія	Почуття провини
1.	чоловік	7	6	6	2	3	3	8	7
2.	жінка	4	4	6	4	2	7	4	8
3.	жінка	4	5	6	2	2	2	5	5
4.	чоловік	4	4	1	1	0	2	3	4
5.	жінка	5	6	5	1	4	3	6	6
6.	жінка	8	5	8	1	2	3	5	5
7.	жінка	2	4	4	1	2	3	1	7
8.	чоловік	6	5	7	1	3	8	1	7
9.	жінка	2	5	5	0	2	5	7	5
10.	жінка	5	6	9	3	3	4	1	4
11.	жінка	2	5	6	1	3	2	3	5
12.	жінка	8	3	5	0	1	5	2	8
13.	чоловік	3	4	3	1	0	3	5	4
14.	чоловік	6	5	2	0	3	2	3	7
15.	чоловік	2	6	7	2	0	7	4	3

Додаток Г
Таблиця Г.1

Результатів дослідження на виявлення провідного поведінки в конфліктній ситуації (методика за К. Томасом - Р. Кілманном)

№	Конкуренція (змагання)	Пристосування	Компроміс	Ухилення	Співробітництво
1.	5	6	4	7	8
2.	7	7	6	6	4
3.	5	4	6	10	5
4.	1	7	5	11	6
5.	4	4	6	9	7
6.	1	7	7	11	4
7.	0	5	5	12	8
8.	0	6	6	11	7
9.	2	8	4	11	5
10.	5	9	3	10	3
11.	1	5	7	9	7
12.	4	7	10	10	0
13.	5	3	6	8	9
14.	5	9	7	7	3
15.	1	6	6	12	6
16.	0	8	8	8	7

Додаток Г
Таблиця Г.1

Результатів дослідження оцінки психологічної атмосфери в колективі
(методика за А. Фідлером)

№	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.
К- сть балів	17	17	73	15	29	25	24	17	25	15	29	20	13	16	48	24	15	37	10	38