

## СОЦІАЛЬНО ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ У ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ

*Рабодзей М.В., студент (гр. РТ-52, РТФ КПІ ім. Ігоря Сикорського);  
Чикунова-Васильєва Н.П., асистент (каф. ОПЦБ КПІ ім. Ігоря Сикорського)*

*Вступ.* Аналіз досліджень в області соціальної та організаційної психології показує взаємозв'язок і взаємозалежність соціально-психологічного клімату організації. Проте майже ніяких емпіричних досліджень з цього питання практично немає, через недостатній розвиток емпіричних методів дослідження.

Організаційна психологія являє собою застосування психологічних теорій та дослідницьких методик до проблем організації, а саме: підбір персоналу, розвиток співробітників, мотивація до роботи. А ось соціальна психологія скоріше являється витком психологічної науки, що вивчає закономірність поведінки людей.

*Предметом дослідження* є визначення міжособистісних відносин людей в трудовому колективі, аналіз соціально психологічного клімату та фактори які можуть мати вплив на продуктивність праці.

*Аналіз публікацій.* В літературі, яка присвячена питанням соціальної психології не існує певної згоди між дослідниками, які працюють в області дослідження «соціально-психологічного клімату». Таким чином, поряд з поняттям «соціально-психологічний клімат» використовуються поняття «емоційний та психологічний клімат», «психологічне ставлення», «психологічна сумісність», «соціологічний клімат», «колективна психологія» та інші [1]. Всі вони супроводжуються відмінностями у термінах і в розумінні цього явища. Визначення, які пропонуються в літературі не є достатньо систематизованими та часто є занадто вузькими, що відображає лише одну його сторону (емоційну, моральну, соціальну) або занадто широку, всеохоплюючу. У нашому розумінні соціальний та психологічний клімат є інтегрально-специфічним та соціально-психологічним станом організації в цілому, для якого характерний відносно стабільний психологічний настрій персоналу, який проявляється в різних формах спільної діяльності та спілкування. Сформований на основі емоційних та трудових відносин у групі та індивідуальних цінностей та ціннісних орієнтацій, соціально-психологічний клімат визначає систему взаємин співробітників один з одним та їх роботу. Соціальний психологічний клімат є якісним аспектом міжособистісних відносин, який виявляється у формі психологічних умов, які сприяють або перешкоджають розвитку продуктивної діяльності особи в групі [2].

*Основні результати дослідження.* Однією з найважливіших завдань компанії є створення адекватного сприйняття цінності персоналу. З цією метою формується внутрішній образ компанії, що відображається в свідомості (і підсвідомості) працівників.

Поняття образу інтерпретується в іноземних дослідженнях різними

способами. З одного боку зображення розуміється як сформоване в масовій або індивідуальній свідомості емоційно заряджений образ когось або щось, з іншого - як думка про людину, організацію, продукт, службу тощо.

Ми розглядаємо зображення як думку про когось або щось, що породжується професійними зусиллями на основі емоційно забарвленого зображення у свідомості (і підсвідомості) аудиторії (одержувача) зображення.

Внутрішній образ компанії - це думка (погляд), сформована професійними зусиллями на основі емоційно-кольорового сприйняття образу організації. Головними детермінантами внутрішнього іміджу є корпоративна культура організації та соціально-психологічний клімат. Можна сформулювати інакше: внутрішній образ - це образ та сприйняття психологічного ставлення до компанії його працівниками, менеджерами, власниками, акціонерами, радами. Крім того, наявність позитивного уявлення об'єднує команду, створює сприятливий соціально-психологічний клімат в організації.

Внутрішнє зображення настільки важливе, як і зображення у зовнішній сфері, тому створення позитивного іміджу - це не просто хороша рекламна кампанія, це складний і багатогранний план, всі частини якого мають бути суто взаємопов'язаними та взаємозалежними.

Внутрішнє зображення дає впевненість в майбутньому кожного окремого працівника, заохочуючи їх до більшого ступеня ідентифікації з компанією, більш активної роботи та повернення до спільної справи, бажання покращити навички. Це позитивно впливає на появу стабільної професійної організації, належного роботодавця тощо.

Крім того, співробітники компанії часто виступають основними інформаторами потенційних клієнтів про внутрішню атмосферу кампанії та справжню робочу атмосферу, що створює зовнішній імідж кампанії та впливає на її успішність. Саме тому внутрішній образ є одним із важливих факторів, що впливають на зовнішній імідж компанії.

Емпіричне дослідження вимагає визначення структури внутрішнього іміджу компанії, які елементи будуть діяти як критерії оцінки зображення. Можна виділити наступні елементи внутрішньої структури іміджу організації: сприятливий емоційний та психологічний клімат, високий рівень корпоративної культури; добре налагоджена система заробітної плати та нематеріальних винагород працівників, лояльність персоналу компанії; кадрова політика компанії надає можливість кар'єрного росту, довіри співробітників компанії; здорові емоційні та психологічні зв'язки в команді, високий рівень комунікативної культури, адекватні (здорові, позитивні) відносини між працівниками з керівниками; гордість для організації за приналежність до неї, наявність командного духу в компанії, високий рівень прозорості управління компанією.

Керівництву компанії рекомендується: проводити різні заходи спільного проведення неробочого часу, створити здорову обстановку, а не ворожу конкуренцію між працівниками, сприяти професійному розвитку працівників, заохочувати працівників до професійних досягнень, інформувати та залучати

фахівців для інноваційних проектів, що дають можливість для творчого та професійного розвитку людей. Інформувати співробітників компанії про історію, стандарти, норми поведінки в колективі, етику та етикет, пояснюючи основні елементи корпоративної культури у відповідних нормативних актах, вітчизняних статутах; адекватно оцінювати ефективність своїх працівників та заохочувати їх до роботи.

*Висновки.* Внутрішнє зображення дає впевненість в майбутньому кожного окремого працівника, заохочуючи їх до більшого ступеня ідентифікації з компанією, більш активної роботи та повернення до спільної справи, бажання покращити навички. Внутрішнє зображення є не менш важливим, як і зображення у зовнішній сфері, тому створення позитивного іміджу - це не просто хороша рекламна кампанія, але і складний та багатогранний план, всі частини якого мають бути суто взаємопов'язаними та взаємозалежними між собою.

Керівництво компанії для успішного розвитку компанії повинно приділяти увагу заходам, які впливають на настрій та обстановку в трудовому колективі, створюють піднесену робочу атмосферу.

### Література

1. Nemov R.S. Psychology. 3 KN. – М., 2001. – KN. 3: Psycho-diagnostics. – P. 388 – 391.
2. Practical psychodiagnostics / Editor-compiler – D. Raigorodsky. – Samara, 1998, – P. 649 – 654.
3. Chris Baldry, Alison Barnes The open-plan academy: space, control and the undermining of professional identity Work, Employment & Society April 1, 2012. 26: 228 - 245.