

УДК 159.9:316.6

Кличковський С. О.

ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Кличковський С. О. Визначення соціально-психологічних чинників психологічного клімату на підприємстві у кризовий період. Стаття присвячена висвітленню емпіричних результатів дослідження соціально-психологічних чинників психологічного клімату на підприємстві в кризовий період.

У статті продемонстровані результати регресійного та факторного аналізу, які дали змогу виокремити чинники психологічного клімату на підприємстві в кризовий період.

Визначено, що основними чинниками психологічного клімату на підприємстві в кризовий період є: групова мотивація досягнення успіху; колективізм групи; контактність, поступливість, згуртованість, довірливість працівників та мотиваційне прагнення бути серед людей.

Ключові слова: психологічний клімат, соціально-психологічні чинники, міжособистісна взаємодія, кризовий період, група, підприємство.

Кличковский С. А. Определение социально-психологических факторов психологического климата на предприятии в кризисный период. Стаття посвящена освещению эмпирических результатов исследования социально-психологических факторов психологического климата на предприятии в кризисный период.

В статье продемонстрированы результаты регрессионного и факторного анализа, которые позволили выделить факторы психологического климата на предприятии в кризисный период.

Определено, что основными факторами психологического климата на предприятии в кризисный период являются: групповая мотивация достижения успеха; коллективизм группы; контактность, уступчивость, сплоченность, доверчивость работников и мотивационное стремление быть среди людей.

Ключевые слова: психологический климат, социально-психологические факторы, межличностное взаимодействие, кризисный период, группа, предприятие.

Постановка проблеми. Через сьогоднішню нестабільну соціально-економічну ситуацію в Україні велика кількість вітчизняних підприємств переживають кризовий період. Ці негативні тенденції мають деструктивний вплив не тільки на підприємство в цілому, а й на кожного працівника, та породжують психологічні проблеми на індивідуально-особистісному рівні.

Вихід з кризового стану може зазнати поштовху як із зовні, через зміну ситуації у країні, так і внутрішньо, завдяки поліпшенню соціально-психологічних явищ всередині підприємства, наприклад психологічного клімату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про проблематику психологічного клімату йдеться у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, які досліджували такі аспекти, як: загальний емоційно-динамічний настрій групи (Г. М. Андреева), емоційно-психологічний настрій колективу (Н. П. Анікеева), міжособистісні стосунки в групі (В. П. Казміренко), відносно стійкий психічний стан (настрій) колективу (Л. М. Карамушка), атмосфера, яка складається зі стосунків, думок, почуттів та переживань (В. М. Куніцина), цілісна соціально-психологічна характеристика колективу (Г. В. Ложкін), емоційний настрій колективу (Б. Д. Паригін), стійкий настрій групи (Ю. П. Платонов), стійкий психологічний настрій, що впливає на взаємини між людьми та їхнє ставлення до праці (С. Г. Попов), система гармонійних та продуктивних відносин (М. Амстронг), культура взаємин у групі (І. Ансофф), система міжособистісних стосунків (Б. Ф. Ломов), внутрішні функції організації, виражені через призму сприйняття співробітниками (Д. МакГрегор), сукупність психологічних умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній суспільній діяльності (Е. Мейо), внутрішній стан колективу (В. М. Шепель), моральні та емоційні аспекти системи людських відносин (В. В. Москаленко), якісний аспект міжособистісних відносин (Н. І. Бігун), сукупність психологічних умов, що сприяють спільній продуктивній діяльності (С. П. Бочарова) та ін.

На сьогодні з'являються праці, які пов'язані з вивченням соціально-психологічного клімату специфічних професійних груп (поліцейських, театральних, педагогічних, медичних колективів). Серед дослідників у цьому напрямку можна відзначити праці О. В. Волошиної, С. Дюка, О. І. Жданова, А. Є. Калашнікової, О. О. Мітічкіної, О. С. Міхайлова, Дж. Меннінга, Б. Монгомері, Ю. П. Скиданенко, Н. І. Шетелі, О. Л. Шопші [2].

Мета: визначити основні чинники, які впливають на психологічний клімат на підприємстві у кризовий період.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Відповідно до мети, нами проводилось емпіричне дослідження, у ході якого використовувались наступні методики: соціально-психологічна самооцінка колективу (методика Р. С. Немова), методика оцінки психологічної атмосфери організації (Ф. Фіддера), методика «Формування позитивної групової мотивації» (В. А. Розанова),

методика визначення деструктивних установок у міжособистісних взаємодіях (В. В. Бойко), методика діагностики міжособистісних взаємостосунків (Т. Лірі), опитувальник афіліації (А. Мехраб'ян), методика визначення стилю керівництва трудовим колективом (В. П. Захаров і А. Л. Журавльов).

У дослідженні взяло участь 200 працівників Коростенського заводу залізобетонних шпал, з яких 128 чоловіків та 72 жінки, віком від 28 до 58 років. Поділ на групи здійснювався відповідно до підрозділів, в яких працюють досліджувані: бухгалтерія, охорона, економічний відділ, відділ планування, відділ кадрів і п'ять груп з різних виробничих цехів. У кожену груп входило по двадцять працівників задля збереження релевантності результатів дослідження.

Для визначення чинників психологічного клімату на підприємстві у кризовий період нами був застосований множинний регресійний аналіз. Виходячи із отриманих результатів, можна стверджувати, що обрана модель пояснює 83% дисперсії, а тому можна говорити про наявність якісної регресійної моделі. Згідно з результатами, психологічний клімат визначають такі змінні: групова мотивація, контактність, поступливість, довірливість, мотиваційне прагнення людей та ліберальний стиль керівництва.

Рівняння регресії виглядає наступним чином: $Y = -0,427 + 0,529$ (групова мотивація) $+ 0,393$ (контактність) $+ 1,225$ (поступливість) $+ (-0,408)$ (довірливість) $+ (-0,111)$ (мотив прагнення бути серед людей) $+ 0,238$ (ліберальний стиль керівництва).

Загалом дана регресійна модель підтверджує нашу основну ідею щодо формування прийняттого психологічного клімату. На нашу думку, групова мотивація досягнення результату є важливою частиною формування будь-якої групи, команди або колективу. В таких професійних групах працівники повинні розуміти один одного, довіряти один одному. Однак при цьому вони також повинні вміти поступатися, йти на компроміси. Аналізуючи результати нашого дослідження, ми помітили закономірність, що більшість працівників підприємства були не готові поступатися один одному як у робочих питаннях, так і особистісних питаннях під час неформального спілкування. Це, на нашу думку, пояснюється острахом працівників довіряти один одному, наявністю такої деструктивної установки міжособистісного спілкування, як негативний попередній досвід спілкування. Саме ця установка, на нашу думку, і слугувала тим комунікативним бар'єром, який впливав на взаємодію між працівниками і, як наслідок, погіршував соціально-психологічний клімат у групі.

Наступна складова нашої моделі демонструє вплив міжособистісної взаємодії працівників на соціально-психологічний клімат у цілому. Показник мотивації прагнення до людей демонструє, чим детермінована взаємодія з іншими членами колективу. В нашому випадку ми спостерігаємо, що важливою умовою позитивної психологічної атмосфери (соціально-психологічний клімат) є бажання працівника бути серед людей, бути частиною команди. В свою чергу, у даного показника є протилежний показник, який також впливає на якість та динаміку міжособистісної взаємодії. Однак показник страху бути відкинутим, навпаки, призводить до замкнення людини, відходження від взаємодії в групі, нівелювання всіх групових норм та традицій.

Подібний ефект ми можемо спостерігати протягом усього життя. Навіть у шкільні роки ми стикаємось з «білими воронами», які жодним чином не взаємодіють з однолітками та «шибениками», навпаки, протидіють існуючим правилам, нівелюють групові традиції, порушують поведінку, усім своїм виглядом демонструють позицію над групою [1].

Описані вище явища групової динаміки простежувались нами і в ході роботи з професійними групами на підприємстві. На нашу думку, саме острах бути відкинутим людьми призводить до виникнення цих соціальних ролей в групах. У свою чергу, мотивація до прагнення бути серед людей є корисною та має позитивний ефект, формуючи прийнятний соціально-психологічний клімат та створюючи позитивну психологічну атмосферу.

Останнім показником, включеним до нашої регресійної моделі, є ліберальний стиль керівництва. На нашу думку, саме ліберальний стиль керівництва дозволяє працівникам взяти на себе відповідальність за прийняття рішень, важливих для підприємства. Оскільки у кризовий період працівники бачать, що рішення, прийняті менеджментом раніше, не допомагають, саме тому вони здатні покращити стан речей. Втім, на нашу думку, це також пов'язано з тим, що нині більшість керівництва підприємства використовує директивний стиль, саме тому працівники жадають отримувати більше інформації про стан справ на підприємстві, хочуть бути корисними не лише виконанням певних окремих процесів, а й стати частиною команди, яка несе відповідальність за стан підприємства.

Для визначення чинників соціально-психологічного клімату також застосовувався множинний регресійний аналіз. Отримано якісну модель, яка описує 85% дисперсії. Чинниками соціально-психологічного клімату є: колективізм, згуртованість, контактність, поступливість, довірливість, мотиваційне прагнення людей.

Рівняння регресії виглядає наступним чином: $Y = 1,660 + 1,837$ (колективізм) $+ 1,481$ (згуртованість) $+ 2,409$ (контактність) $+ (-1,277)$ (поступливість) $+ 0,410$ (довірливість) $+ 0,080$ (мотив прагнення бути серед людей).

Відповідно до отриманих результатів друга модель множинного регресійного аналізу демонструє, що основними чинниками соціально-психологічного клімату є чинники, що забезпечують командоутворення.

Саме тому для побудови якісного (прийняттого) соціально-психологічного клімату на підприємстві в кризовий період передусім нам необхідно звернути увагу на побудову команди в складі кожної групи. Такий показник, як колективізм, відповідає за існування в групі загального розуміння мети спільної діяльності, створення умов, за яких кожен член групи, кожен працівник здатний зробити частину своєї роботи заради спільного результату. Показник згуртованість відповідає за існування спільних позитивних норм, правил та традицій в групі, під час виконання яких працівники розуміють свою приналежність до спільної соціальної одиниці (група, команда, колектив, відділ тощо).

Наступними показниками, які належать до нашої моделі визначення чинників соціально-психологічного клімату, була поступливість та довірливість працівників. Слід зауважити, що ми не кажемо про завищені показники цих змінних, які, відповідно до концепції акцентуацій вважаються граничними негативними проявами, ми кажемо про середні значення цих показників. Відповідно до яких, задля існування позитивного соціально-психологічного клімату на підприємстві в кризовий період, працівники даного підприємства повинні бути здатні також поступатися деякими своїми принципами заради спільного результату. Розглядаючи цей показник, слід зауважити, що, ведучи мову про поступливість, потрібно розуміти, що задля збереження чи покращення міжособистісної взаємодії зі своїми колегами працівники повинні вміти поступатися, приймати думку інших, відходити від критиканства. Саме задля цього працівники повинні йти на компроміси з собою, розуміючи, що можна сказати, а про що краще змовчати. Втім, потрібно не забувати, що у разі виникнення завищеного рівня поступливості серед членів групи це може негативно вплинути на соціально-психологічний клімат цієї групи. Оскільки конформізм, який матиме масовий характер у групі, не дозволить прийняти правильне рішення, таким чином існування команди буде залежати лише від одного члена групи.

У свою чергу, показник довірливість співвідноситься з нашою моделлю про важливий вплив міжособистісної взаємодії між членами групи на соціально-психологічний клімат. За умови відсутності довіри між членами будь-яка наступна якісна взаємодія між ними неможлива. Показник довірливості дозволяє нам показати, наскільки працівник довіряє своїм колегам, наскільки він здатен розділити з ними свої переживання. Розглядаючи цей показник, ми можемо говорити про існування значного рівня розвитку неформальних відносин у групі. Втім, потрібно розуміти, що відповідно до отриманих нами результатів, показник довірливості (довіри) залежить від існування попереднього негативного досвіду спілкування. На нашу думку, саме довірливість є тим інтегральним показником, що демонструє, наскільки людина здатна пережити минулий негативний досвід спілкування, довіритись своїм колегам та вибудувати з ними якісну міжособистісну взаємодію.

Останньою складовою даної моделі виступає мотив бути серед людей. Даний показник демонструє, що, незважаючи на будь-які негаразди, люди намагаються залишатися частиною своєї соціальної групи. Особливо це стосується кризових періодів, коли кожному працівнику потрібна підтримка не тільки сім'ї, а й колег, оскільки колеги також існують у подібній ситуації, і всі вони мають подібні проблеми.

Для визначення основних факторів впливу на соціально-психологічний клімат підприємства у кризовий період нами було проведено факторний аналіз.

Перевірити доцільність проведення факторного аналізу ми можемо за допомогою критерію сферичності Бартлетта і критерію адекватності вибірки КМО. За результатами цих оцінок доходимо висновку, що для даної вибірки факторний аналіз проводити доцільно, адже критерій КМО $> 0,5$. А статистична значущість критерію Бартлетта дорівнює 0. Отже, ми доходимо висновку, що змінні в генеральній сукупності не корелюють одна з одною.

Зауважимо, що нами був вибраний спосіб обертання Варімакс, як найбільш надійний. Завдяки чому ми отримали 4 факторів з різним факторним навантаженням. Провівши факторизацію, програма виділила 4 фактори, що охоплюють 78% дисперсії досліджуваної вибірки.

Перший фактор описує 26% дисперсії та має такі навантаження, як: «відкрита жорстокість» (0,641), «негативізм» (0,820), «бурчання» (0,782), «негативний досвід попереднього спілкування» (0,831), «вимогливість» (0,902), «скептицизм» (0,689) та «поступливість» (-0,584). Завдяки даним складовим перший фактор отримав назву «бар'єри міжособистісної взаємодії».

На нашу думку, існування цього фактора є доволі логічним, оскільки під час дослідження основним меседжем було невміння людей спілкуватися один з одним, відсутність бажання вислухати колегу, знайти з ними спільну мову. Саме існування таких негативних тенденцій у спілкуванні призводить, на нашу думку, до виникнення конфліктів, протиріч, конфронтації між членами виробничої групи, що, в свою чергу, негативно позначається на соціально-психологічному кліматі. Існування таких деструктивних мотивів взаємодії призводить до того, що працівники не здатні якісно спілкуватися, отримувати зворотний зв'язок під час спілкування.

Така модель поведінки, на нашу думку, була сформована внаслідок негативного досвіду попереднього спілкування, який негативно позначився на вибудовуванні міжособистісних відносин з новими колегами. З урахуванням кризової ситуації на підприємстві, відсутності взаємодії, наявності бар'єрів у спілкуванні, міжособистісна взаємодія лише погіршувалась, що в свою чергу і позначилося на соціально-психологічному кліматі підприємства. Також зауважимо, що у складі даного фактора є такий показник, як «поступливість» (-0,584). Виходячи з її від'ємного значення, ми можемо стверджувати про її відсутність. Саме нонконформізм не дозволяє прийняти свої помилки, до слухатись до думки колег, а це призводить до ще більшої конфронтації з ними. Потрібно зазначити, що існування цього фактора доводить вагомий вплив індивідуально-психологічних якостей працівників на їх міжособистісну взаємодію в групі та, як наслідок, на соціально-психологічний клімат.

Відкрита жорстокість, негативізм, бурчання разом з негативним досвідом попереднього спілкування не дозволяє працівниками вибудовувати якісні взаємини в колективі. Працівники скептично налаштовані щодо своїх колег, вони схильні піддавати критиці усіх ідеї та починання інших, що призводить до подальшого браку ідей та негативно позначається на розвитку групи [4].

Також потрібно відмітити існування у даному факторі такого показника, як «вимогливість». Саме через існування вимогливості, скоріше за все, її надмірної форми, люди не здатні дозволяти собі або своєму оточенню робити помилки, отримувати новий досвід. Це в свою чергу призводить до постійної конкуренції в групі, появи страху виконувати звичайні функціональні обов'язки, постійного тиску з боку керівництва та колег. Усе це, на нашу думку, негативно позначається на соціально-психологічному кліматі, особливо на підприємствах у кризовий період, коли і так всі показники погіршуються.

Другий фактор (описує 16% дисперсії), представлений у нашому дослідженні, отримав назву «командоутворення». До його складу увійшли такі показники, як: «контактність» (0,641), «інформованість» (0,497), «домінантність» (-0,702), «довірливість» (0,597), «добросердя» (0,773) та «чуйність» (0,569).

Саме завдяки фактору «командоутворення» ми можемо побачити позитивний вплив групової взаємодії на соціально-психологічний клімат організації у кризовий період. Враховуючи вплив даного фактору на соціально-психологічний клімат, ми повинні зазначити, що він стосується не тільки взаємодії між рівними членами групи, а й між працівниками та їх керівництвом. Так, такий показник як «контактність», вказує на існування позитивної тенденції між кількістю контактів (майданчиків для спілкування) та оцінкою соціально-психологічного клімату в групі. Оскільки чим більше та якісніше (в позитивному плані) буде спілкуватися людина на підприємстві, тим краще вона оцінюватиме психологічну атмосферу в групі та соціально-психологічний клімат в цілому. В свою чергу, такі показники, як «довірливість», «чуйність» та «інформованість», дозволяють нам припустити існування позитивного соціально-психологічного клімату в тих групах, у яких працівники мають рівну, паритетну, відкриту позицію. Вони здатні довіряти один одному, розуміють почуття колег, вміють аналізувати їх настрій.

У той же час потрібно відмітити, що показник «домінантність» дозволяє н з впевненістю сказати, що активний, директивний вплив однієї людини на іншу вважається негативним чинником. Занадто домінуючі особистості здатні негативно вплинути на соціально-психологічний клімат групи. Роблячи акцент на домінуючості, ми не обов'язково кажемо про керівника, домінуючим може бути будь-який член групи. Саме домінуюча поведінка члена групи здатна негативно вплинути на всю команду, порушити існуючі норми та звичаї.

На нашу думку, фактор «командоутворення» демонструє існування позитивних тенденцій у сучасній соціальній психології, оскільки саме робота в команді допомагає вибудувати якісні міжособистісні відносини з членами групи. Отже, формування позитивної групової динаміки, утворення стійких зв'язків в середині групи дозволить покращити соціально-психологічний клімат групи.

Утім, потрібно зазначити, що вплив цього фактора залежить також від менеджменту. Оскільки саме початкові умови, створенні керівництвом, допомагають як працювати над командоутворенням, так і повністю його нівелювати. Сучасна практика інструментарію менеджера, направлена на команду утворення, ґрунтується більшою мірою на святкуванні днів народження в групі, ніж на спільних видах діяльності поза робочим місцем. Фактор «командоутворення», на нашу думку, має дуже вагомий вплив на психологічний клімат групи.

Завдяки формуванню команди у персоналу з'являється почуття єдиного цілого зі своїми колегами, яке направлене на розуміння спільної мети, утворення власних традицій, норм та ритуалів, що, в свою чергу, ще більше об'єднує персонал і допомагає йому розуміти кінцеву суть спільної праці підприємства [1].

До *третього фактора* (описує 13% дисперсії) належать такі змінні, як: «групова мотивація» (0,667), «відповідальність» (0,650), «колективізм» (0,718), «згуртованість» (0,795) та «демократичний стиль керівництва» (0,697). Саме тому він отримав назву «взаємодія».

Фактор «взаємодія» демонструє нам вплив міжособистісної взаємодії на соціально-психологічний клімат. Спільна групова мотивація досягнення успіху розуміється нами як важлива характеристика соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період. Наявність спільної мети, її розуміння та саме головне бажання її досягти сприяє, на нашу думку, усвідомленню ролі підприємства, таким чином, позитивніше оцінюються усі процеси, які там відбуваються. Відповідальність працівника щодо свого керівництва та своїх колег слугує додатковим стимулом краще працювати на підприємстві. Отже, психологічна атмосфера перебуває на оптимальному рівні.

Загалом показники «згуртованість» та «колективізм» дають нам бачення взаємодії у групі, як ключової характеристики позитивної групової динаміки. На нашу думку, для створення «ідеального» соціального-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період кожен колектив, кожна група повинна працювати як злагоджена команда. Тому такі характеристики, як «групова мотивація» під час досягнення успіху, «згуртованість», «колективізм», якнайкраще ілюструють цей стан. Саме командна робота допомагає у кризові часи існувати як групі, так і підприємству в цілому.

Соціальний психолог, на нашу думку, повинен створити такі умови, так вибудувати соціально-психологічний клімат, щоб усі члени групи відчували себе як одна сім'я. Втім, як ми бачимо з результатів аналізу даного фактора, обов'язковою умовою існування подібної команди повинен стати хороший лідер, який буде акумулювати усі наявні ресурси, допомагати вирішувати всі внутрішньо групові конфлікти, зберігати існуючі норми та традиції, а за необхідності створювати нові, які будуть направлені на розвиток групи та на покращення міжособистісної взаємодії в середині неї. Саме тому в цей фактор включений такий показник, як «демократичний стиль керівництва». Оскільки саме в кризовий період від ролі керівника залежить дуже багато процесів у виробничих групах.

Демократичний керівник здатен зробити учасників групи рівнозначними членами під час прийняття важливих рішень, створення нових концепцій, він в змозі делегувати їм окремі функції. Таким чином, члени групи розуміють свою важливість, мають уявлення про свою ключову роль у ході існування та розвитку кожної групи [3].

Фактор «взаємодія» дозволяє нам краще дослідити внутрішньогрупові процеси, які протікають у групах під час кризи. Створення єдності дозволяє подолати більшість проблем у групах, створити необхідні умови їх подальшого існування.

Четвертий фактор (описує 11% дисперсії) отримав назву «відчуження», оскільки він складається з таких характеристик, як: «мотив бути відкинутим» (0,569) та «директивний стиль керівництва» (0,668).

Існування даного фактора дає нам розуміння впливу відчуження члена групи (як керівника, так і звичайного працівника) на оцінку соціально-психологічного клімату на підприємстві. Особливо, на нашу думку, це відчувається у кризовий період. Адже якщо людина до цього існувала і мала обмежену кількість контактів з колегами, то під час кризового періоду, коли більшість негативних процесів (конфлікти, протиріччя, чутки тощо) в групі посилюються, людина обмежена своїми страхами перед групою і «закривається» ще більше.

На нашу думку, цікавою особливістю є існування цих двох характеристик в межах одного фактора. Так, імовірно, причиною директивного стилю керівника може бути саме існування в нього мотиву бути відкинутим під час взаємодії. Тому такі особистості не здатні будувати якісні взаємини з підлеглими, вони більшою мірою розраховують на створенні ними рамки, систему покарання та правил, які допомагають їм відмежовуватись від спілкування на рівних з підлеглими [5].

З іншого боку, саме директивний стиль керівництва здатний негативно впливати на осіб, яким складно вибудовувати свої взаємини внаслідок певних особистісно-психологічних причин. Тому існування жорстких обмежень у групі здатне негативно вплинути на мотивацію до створення нових міжособистісних відносин в групі. Також оточення може негативно оцінювати людей, що не здатні вибудувати якісні взаємини з колективом, так і директивних керівників, які не дають можливості розвиватися групі. І, як ми бачимо, все це, в свою чергу, здатне вплинути на соціально-психологічний клімат на підприємстві в кризовий період.

Висновки. Нами визначено основні чинники, які впливають на психологічний клімат на підприємстві у кризовий період. До них включено такі чинники, як: групова мотивація досягнення успіху; колективізм групи; контактність, поступливість, згуртованість, довірливість працівників та мотиваційне прагнення бути серед людей.

Чинники, які впливають на соціально-психологічний клімат у кризовий період, можна об'єднати у наступні фактори: бар'єри міжособистісної взаємодії, командоутворення, взаємодія та відчуження. Отримані результати підтверджені у 78% досліджуваних.

Також, на нашу думку, для створення умов, необхідних для існування позитивного соціально-психологічного клімату, необхідно, щоб працівники вільно контактували один з одним. Існування психологічних, комунікативних бар'єрів призводить до погіршення міжособистісної взаємодії між працівниками та взаємодії їх із керівництвом. Саме тому спілкування на роботі не лише на професійні теми, а й обговорення побутових питань позитивно позначається на якості міжособистісної взаємодії.

На нашу думку, кожен кризовий стан здатний надати нові ресурси для індивіда. Саме тому існування криз може як роз'єднати групу, так і, навпаки, зблизити її, об'єднати заради спільної мети.

Отримані дані не вичерпують усіх аспектів досліджуваної проблеми.

Перспективи подальшого дослідження. Перспективними можуть вважатися у подальшому дослідження соціальних та особистісних чинників, які впливають на рівень соціально-психологічного клімату на підприємстві в кризовий період, удосконалення діяльності роботи соціальних психологів, створення загальної концепції розвитку соціально-психологічного клімату на підприємствах в Україні та закріплення відповідних змін у законодавстві.

Список використаних джерел

1. Карамушка Л. М. Психологія управління : навч. посібник для вузів. Київ : Міленіум, 2003. 421 с.
2. Кличковський С. О. Теоретико-методологічний аналіз поняття «соціально-психологічний клімат». *Український психологічний журнал : збірник наукових праць*. 2017. №2 (4). С. 47–58.
3. Психологія праці : навч. посіб. / Ложкін Г. В, Волянчук Н. Ю., Солтик О. О. ; за заг. ред. Г. В. Ложкіна. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.
4. Schneider, Benjamin. Organizational Climate and Culture: Reflections on the History of the Constructs in JAP. California, 2017. 49 с.
5. Хасанова Г. Б., Исхакова Р. Р. Психологія управління трудовим колективом : учебное пособие. Москва : КНИТУ, 2012. 260 с.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Karamushka L. M. Psykholohiia upravlinnia : navch. posibnyk dlia vuziv. Kyiv : Milenium, 2003. 421 s.
2. Klychkovskiy S. O. Teoretyko-metodolohichniy analiz poniattia «sotsialno-psykholohichniy klimat». *Ukrainskyi psykholohichniy zhurnal : zbirnyk naukovykh prats*. 2017. №2 (4). S. 47–58.
3. Psykholohiia pratsi : navch. posib. / Lozhkin H. V, Volianiuk N. Yu., Solytk O. O. ; za zah. red. H. V. Lozhkina. Khmelnytskyi : KhNU, 2013. 191 s.
4. Schneider, Benjamin. Organizational Climate and Culture: Reflections on the History of the Constructs in JAP. California, 2017. 49 с.
5. Hasanova G. B., Ishakova R. R. Psihologija upravljenija trudovym kollektivom : uchebnoe posobie. Moskva : KNITU, 2012. 260 s.

Klychkovsky, S. O. Enterprise psychological climate social and psychological factors during the crisis period. The article presents the results of an empirical study into enterprise psychological climate social and psychological factors during the crisis period. The author discusses the results of regression and factor analyses, which made it possible to identify enterprise psychological climate factors during the crisis period.

The main factors behind psychological climate of the enterprise during the crisis period have been shown to include group success motivation, employees' team spirit, sociability, compliance, cohesiveness, trustworthiness.

The factors that influence the psychological climate in a crisis period conditionally can be divided into the interpersonal interaction barriers, team building, interaction and alienation. The results obtained are specific to 78% of the respondents.

It has been shown that the majority of the enterprise workers were not ready to concede to each other both in work matters and personal matters during informal communication, which was due to the workers' fear of trusting each other and their destructive interpersonal communication.

The study has shown the workers' inability to communicate with each other, their unwillingness to hear co-workers and to come to terms with them. The very existence of such negative tendencies in communication, in the author's opinion, leads to conflicts, contradictions, confrontation between members of the production group, which in turn has a negative impact on the psychological climate in the organization. The destructive interaction motives result in workers' inability to communicate effectively and to receive feedback during communication.

Key words: psychological climate, social and psychological factors, interpersonal interaction, crisis period, group, enterprise.

Відомості про автора

Кличковський Сергій Олексійович, аспірант кафедри соціальної психології факультету психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна.

Klychkovsky, Serhiy Olexiiovich, PhD student, Dept. of Social Psychology, Faculty of Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine.

E-mail: klychkovskiy@gmail.com