

6. Vorobev H.H. (1971) *Ynformatsyonnaia kultura v upravlencheskom trude* [Information culture in management work]. Moscow: Ekonomyka. 106 s. [in Russian].
7. Dzhyncharadze N.H. (1997) *Informatsiina kultura osoby: formuvannia ta tendentsii rozvytku* [Information culture of a person: formation and trends of development] avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra filos. nauk K. 45 [in Ukrainian].
8. Yanush O. (2016) *Desiat navychok, shcho vriatuiut karieru v 2020-mu* [Ten skills that will save your career in 2020]. Access mode: <https://studway.com.ua/10-navichok/> [in Ukrainian].
9. Molyako V.A. (2009) *Ishodnyie predposylki postroeniya kontseptsii tvorcheskogo vospriyatiya* [Initial prerequisites for building the concept of creative perception]. *Aktualni problemi psihologiyi : Problemi psihologiyi tvorchosti : Zbirnik naukovih prats – Actual problems of psychology: Problems of psychology of creativity: Collection of scientific works*. T. 12 Vip.8. Zhitomir : Vid-vo ZhDU Im. I. Franka. S. 7-16. [in Russian].
10. Afonin E.A. (2015) *Funktsionalna i kompetentnisna hotovnist derzhavnyi sluzhbovtiv Ukrainy do zdiisnennia publichnoho administruvannia v umovakh demokratii* [Functional and competent readiness of civil servants of Ukraine for public administration in a democracy]. *Ukrainskyi sotsium – Ukrainian society*. № 1 (52). 7-22 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 28.02.2019.
The article was received 28 February 2019.

УДК 159.9:316.6

DOI 10.32999/ksu2312-3206/2019-2-17

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ ПІДПРИЄМСТВА У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Кличковський Сергій Олексійович,
аспірант кафедри соціальної психології факультету психології
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Klychkovskyi@gmail.com
ORCID 0000-0001-9859-0093

Метою статті є висвітлення емпіричного дослідження соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період.

Методи. Відповідно до мети нами проводилось емпіричне дослідження, у ході якого використовувались такі методики: «Соціально-психологічна самооцінка колективу» (методика Р.С. Немова), методика «Оцінки психологічної атмосфери організації» (Ф. Фідлера), методика «Формування позитивної групової мотивації» (В.О. Розанові).

Результати: Стаття присвячена емпіричному дослідженню соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період. У ході попереднього теоретичного дослідження виявлено, що наявність оптимального соціально-психологічного клімату на підприємстві допомагає швидше подолати кризовий стан. Завданням статті є окреслення емпіричних даних щодо особливостей існування соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період.

На нашу думку, криза на підприємстві призводить до негативних змін як на груповому рівні (колективи), так і на рівні індивідуально-особистому. Члени групи через призму власних відчуттів оцінюють стан підприємства, розуміючи наявні проблеми і переносючи їх на міжособистісний рівень взаємодії у підрозділі.

У нашому дослідженні соціально-психологічний клімат визначається через три показники: психологічна атмосфера, групова мотивація досягнення успіху та соціально-психологічна самооцінка колективу. Соціально-психологічна самооцінка колективу виражається за допомогою таких складників, як відповідальність, колективізм, згуртованість, відкритість, організованість, інформованість та стремління зберегти цілісність групи.

Висновки. Отже, проаналізувавши результати дослідження, ми можемо дійти таких висновків. Унаслідок кризового періоду та наявності індивідуально-психологічних особливостей членів колективів у представлених групах відсутні позитивні тенденції щодо наявності оптимального соціально-психологічного клімату у групі. Всі групи мають складності, які проявляються у недостатньому рівні сімох складників соціально-психологічного клімату.

Найкращі показники серед представлених у цьому дослідженні продемонстрував відділ охорони. Проте, на нашу думку, це насамперед пов'язано саме з індивідуально-психологічними особливостями членів даної групи, їх усталених принципів, їх специфічного попереднього досвіду роботи, а не з правильною управлінською політикою підприємства.

Своєю чергою, покращення соціально-психологічного клімату, на нашу думку, призведе до зміни стану підприємства у позитивну сторону. Саме тому, оцінка стану соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період і подальша робота щодо його поліпшення є необхідними частинами управлінського процесу.

Ключові слова: психологічна атмосфера, кризовий стан, особистість, міжособистісна взаємодія, колектив.



RESEARCH OF FEATURES OF THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL CLIMATE OF THE ENTERPRISE IN A CRISIS PERIOD

Klychkovkyi Serhii Oleksiiovych,

Postgraduate Student of the Department of Social Psychology

Faculty of Psychology

Kyiv National Taras Shevchenko University

Klychkovskyi@gmail.com

ORCID 0000-0001-9859-0093

The purpose of the article is to research the empirical research of the socio-psychological climate in the enterprise during the crisis period. In accordance with the goal, we conducted an empirical study in which the following.

Methods were used: Socio-psychological self-assessment of the collective (the method of R.S. Nemov), the method for assessing the organization's psychological atmosphere (F. Fidler), the method of "forming a positive group motivation" (B.A. Rozanova).

Results. The article is devoted to the empirical study of the socio-psychological climate in the enterprise during the crisis period. In the course of the previous theoretical study, it was discovered that the availability of optimal socio-psychological climate at an enterprise helps to quickly overcome the crisis situation. The task of the article is to delineation empirical data on the peculiarities of the socio-psychological climate in the enterprise during the crisis period.

In our opinion, the crisis in the company leads to negative changes both at the group level (collectives), and at the level of individual and personal. Members of the group, through the influence of their own feelings, assess the state of the enterprise, understanding the existing problems and transferring them to the interpersonal level of interaction in the subdivision.

In this study, the socio-psychological climate is determined through three indicators: psychological atmosphere, group motivation for success and socio-psychological self-esteem of the team. Socio-psychological self-assessment of the team is expressed through such components as: responsibility, collectivism, cohesion, openness, organization, awareness and aspiration to preserve the integrity of the group.

Conclusions. So, after analyzing the results of the study, we can come to the following conclusions. As a result of the existence of a crisis period and the presence of individual psychological characteristics of members of the teams in the presented groups, there are no positive trends regarding the existence of an optimal socio-psychological climate in the group. All groups have complexities, which are manifested in the insufficient level of the seven components of the socio-psychological climate.

The best indicators among the presented in this study was demonstrated by the Department of Guard. However, in our opinion, this is primarily due to the individual psychological characteristics of the members of this group, their established principles, their specific previous work experience, and not with the correct management policy of the enterprise.

In our turn, in our opinion, the improvement of the socio-psychological climate will lead to a change in the state of the enterprise in the positive side. That is why the assessment of the state of the socio-psychological climate in the enterprise during the crisis period and further work to improve it, is a necessary part of the management process.

Key words: *psychological atmosphere, crisis status, personality, interpersonal interaction, collective.*

Вступ

Стаття присвячена емпіричному дослідженню соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період. У ході попереднього теоретичного дослідження виявлено, що наявність оптимального соціально-психологічного клімату на підприємстві допомагає швидше подолати кризовий стан. Метою статті є окреслення емпіричних даних щодо особливостей існування соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період.

На нашу думку, криза на підприємстві призводить до негативних змін як на груповому рівні (колективи), так і на рівні індивідуально-особистому. Члени групи через призму власних відчуттів оцінюють стан підприємства, розуміючи існуючі проблеми і переносячи їх на міжособистісний рівень взаємодії у підрозділі.

У нашому дослідженні соціально-психологічний клімат визначається через три показника: психологічна атмосфера, групова мотивація досягнення успіху та соціально-психологічна самооцінка колективу. Соціально-психологічна самооцінка колективу виражається за допомогою таких складників, як відповідальність, колективізм, згуртованість, відкритість, організованість, інформованість та стремління зберегти цілісність групи.

1. Теоретичне обґрунтування проблеми

Сьогодні велика кількість українських підприємств переживає кризовий стан. Нестабільна соціальна економічна ситуація в країні, корупція, відсутність перспектив росту негативно позначається не тільки на підприємствах в цілому, також страждають працівники цих підприємств, які відчувають ці деструктивні тенденції на індивідуаль-

но-особистісному рівні. Через ці негаразди люди починають конфліктувати один з одним, виходять назовні проблеми міжособистісної взаємодії.

Розглядаючи кризовий стан підприємства з психологічної точки зору, ми можемо казати про суттєві зміни у соціально-психологічному кліматі певного підприємства. Це насамперед зумовлено тим, що зменшення економічних показників і, як наслідок, втрати у фінансовому забезпеченні працівників, неякісне управління призводить до утворення конфліктів, протиріч між членами груп.

Своєчасне дослідження соціально-психологічного клімату на підприємстві та розробка психологічних інструментів його оптимізації дозволить витримати кризовий стан із значно меншими затратами як фінансових, так і людських ресурсів. Тому це дослідження є актуальним з точки зору організаційних психологів.

У сучасній соціальній психології феномен «соціально-психологічний клімат» трактується так: самопочуття кожного члена групи, їх задоволеність групою, комфортність перебування в ній (Г.М. Андреевої) (Андреева, 2001); атмосфера, яка складається з домінуючих відносин, думок, почуттів, настроїв та переживань (В.М. Куниціної) (Куниціна, 2001); інтегральний показник, який складається з відповідальності, колективізму, згуртованості, відкритості, організованості та інформованості учасників (Р.С. Немов) (Немов, 1984).

У своєму дослідженні ми також спирались на теоретичні надбання М.М. Обозова та Б.Д. Паригіна. Ці вчені визначали соціально-психологічний клімат як стиль взаємостосунків у колективі, внаслідок якого будується певна система міжособистісних взаємин, яка впливає на загальний настрій всього колективу та на психологічний стан кожного члена групи (Обозов, 1990; Парыгин, 1982).

Поняття кризового періоду підприємства досліджували такі вчені, як І.В.Кривовяз'юк, Л.А. Останкова, Н.Ю. Шевченко та К.І. Залогіна. На думку останньої, криза підприємства – повторюваний, обмежений у часі та керований стан підприємства, який характеризується стійкими сильними коливаннями його параметрів за межами коридору допустимих значень; виникає внаслідок різкої втрати здатності підприємства адаптуватись до темпів і сили впливу екзо- та ендогенних змін середовища на макро- і мікрорівнях через порушення взаємозв'язків між циклами розвитку окремих компонентів системи підприємства; має важкопрогнозовані наслідки як позитивно-

го, так і негативного характеру (Залогіна, 2004: 14).

У сучасній психології приділяється значна увага проблемі особистості у ході подолання професійної кризи. Серед найбільш значимих наукових праць ми можемо виокремити роботи С.Д. Максименка, Т.М. Титаренко, О.Ф. Бондаренка, А.С. Москолькової, Е.Ф. Зеєра, Е.Е. Симанюк та інших.

На думку С.Д. Максименка, професійна криза визначається як нетривалий в часі період кардинальної перебудови професійної свідомості, який зумовлює зміну вектора професійного розвитку особистості (Максименко, 2016: 10).

Дослідженню соціально-психологічного клімату професійних груп присвячені праці вітчизняних науковців В.П. Казміренка, Л.М. Карамушки, Г.В. Ложкіна, Л.Е. Орбан-Лембрик та інших. Серед західних дослідників проблематикою міжособистісних взаємовідносин та соціально-психологічного клімату займалися М. Амстронг, І. Ансофф, Е. Берн, Г. Даулінг, Дж. Мід та інші.

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

2. Методологія та методи

Відповідно до мети нами проводилось емпіричне дослідження, у ході якого використовувались такі методики: Соціально-психологічна самооцінка колективу (методика Р.С. Немова), методика оцінки психологічної атмосфери організації (Ф. Фідлера), методика «Формування позитивної групової мотивації» (В.О. Розанової).

Вибірку склали 200 осіб – працівники одного підприємства, яке переживає економічну кризу. Працівники були поділені відповідно до відділів, в яких вони працюють: бухгалтерія, економічний відділ, відділ кадрів, відділ планування, охорона та п'ять виробничих цехів. Для математично-статистичної обробки отриманих даних використовувався дисперсійний аналіз.

3. Результати та дискусії

Для виявлення існування суттєвих відмінностей між показниками в обраних групах нами був проведений дисперсійний аналіз. За його результатами виявлені такі показники: «психологічної атмосфери» $F = 26,5$ ($Sig = 0$); «групової мотивації на досягнення успіху» $F = 31,2$ ($Sig = 0$);



«відповідальність» $F = 6,6$ ($Sig = 0$); «колективізм» $F = 6,1$ ($Sig = 0$); «згуртованість» $F = 6,1$ ($Sig = 0$); «відкритість» $F = 5,2$ ($Sig = 0$); «організованість» $F = 8,3$ ($Sig = 0$); «інформованість» $F = 3,8$ ($Sig = 0$); «Стремління зберегти цілісність групи» $F = 7,6$ ($Sig = 0$); що свідчить про наявність значимої відмінності між середніми показниками у групах.

Завдяки дисперсійному аналізу ми отримали середні показники за всіма змінними, які наявні у нашому дослідженні. Так, «психологічна атмосфера» на даному підприємстві знаходиться на досить низькому рівні.

Як ми бачимо із таблиці, середні показники психологічної атмосфери знаходяться у діапазоні від 30 до 55 балів. Згідно з оцінкою результатів цієї методики найкращим показником є 80 балів, а найгіршим – 10 балів. Тобто у більшості представлених груп психологічна атмосфера знаходиться на середньому або нижчому за середній рівні.

На нашу думку, це пов'язано з умовами праці, рівнем заробітної плати та існуванням міжособистісних конфліктів у самих групах. Аналізуючи показники груп, ми

бачимо, що у відділі охорони психологічна атмосфера краща, ніж у представників так званих «білих комірців» (економічний відділ, відділ кадрів, відділ планування, бухгалтерія). Ймовірніше за все наявність постійної конфронтації, боротьби за лідерство (ієрархічне місце у групі) та фінансові ресурси призводить до негативної оцінки інших членів групи й загальної психологічної атмосфери у цих групах.

Групова мотивація на досягнення успіху – один з головних показників, що демонструють стан соціально-психологічного клімату групи. Кожен член групи повинен розуміти загальну мету групової діяльності, завдання, які стоять перед нею, її цілі та вектори розвитку групи. Відповідно до оцінки результатів тесту «Формування позитивної групової мотивації» В.О. Розанової представлені групи слабо вмотивовані (49–74 балів) або недостатньо вмотивовані на отримання позитивних результатів (75–125 балів). Оптимальний рівень, тобто група оптимально вмотивована, знаходиться у коридорі 152–175 балів. Ця особли-

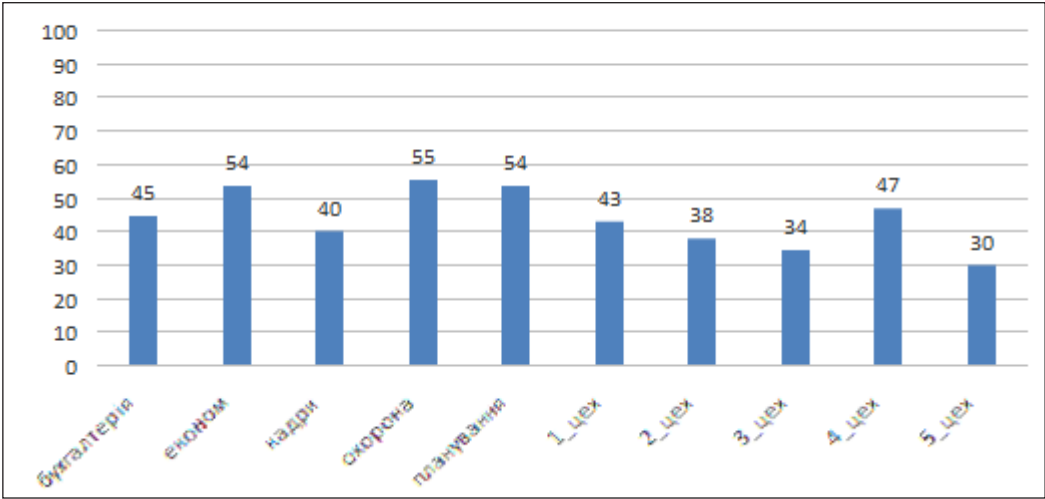


Рис. 1. Показник психологічної атмосфери групи

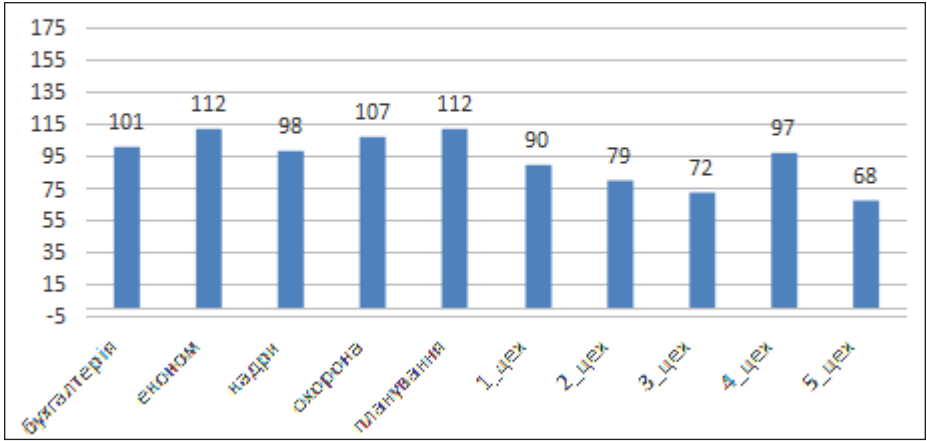


Рис. 2. Показник групової мотивації досягнення успіху

вість цих груп, на нашу думку, зумовлена втратою зв'язків керівництва підприємства з підлеглими, недостатньою поінформованістю стосовно загальної мети, завдань, які стоять перед організацією в цілому.

Однак також можливим є незацікавленість самих працівників у виконанні групових цілей. Раніше виконання завдань, які стояли перед підприємством в цілому або конкретним відділом, додатково оплачувалось, але зараз у зв'язку зі складним фінансовим становищем організації припинились. Тому й показники групової мотивації на успіх суттєво знизились.

Методика визначення соціально-психологічного клімату групи показує ступінь розвитку семи найбільш важливих характеристик розвитку колективу (групи), а тому й соціально-психологічного клімату у ній. Першим показником виступає відповідальність групи.

За його результатами, більшість груп має середній показник (4–5 балів), бухгалтерія та охорона отримали 6 балів, що є оптимальним рівнем, а другій і третій цеха мають 3 бали (низький рівень). На нашу думку, категорія «відповідальність» як складник соціально-психологічного клімату підприємства показує, наскільки дані професійні групи зацікавлені у виконанні своїх функціональних обов'язків навіть у кризовий період. Також це пояснюється тим, що бухгалтерія та охорона це єдині підрозділи, які працюють навіть коли підприємство існує у час застою. До того ж усі працівники відділу охорони мають військове минуле – вони мають усталені принципи, серед яких й відповідальність.

За результатами дослідження, показник «колективізм» має найбільший прояв у підрозділі охорона, найвищий з представлених груп (6–7 балів – оптимальний). Бухгалтерія,

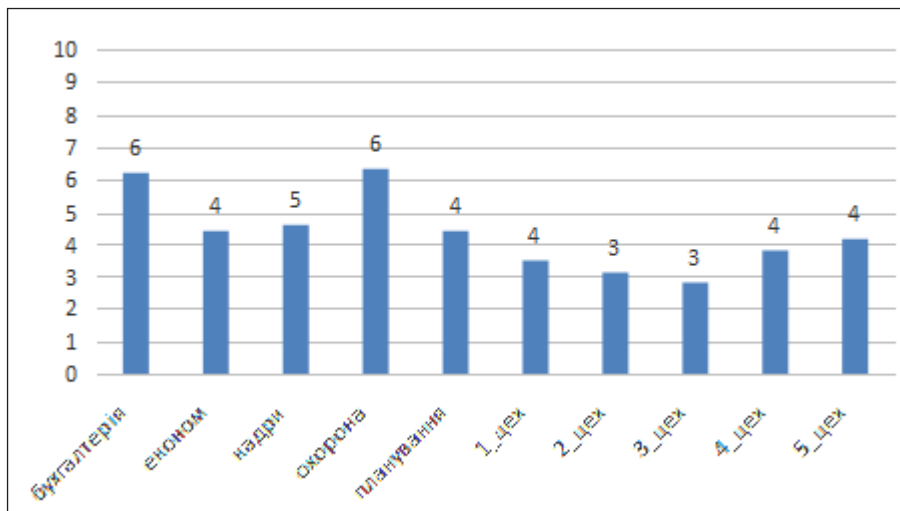


Рис. 3. Показник відповідальності групи

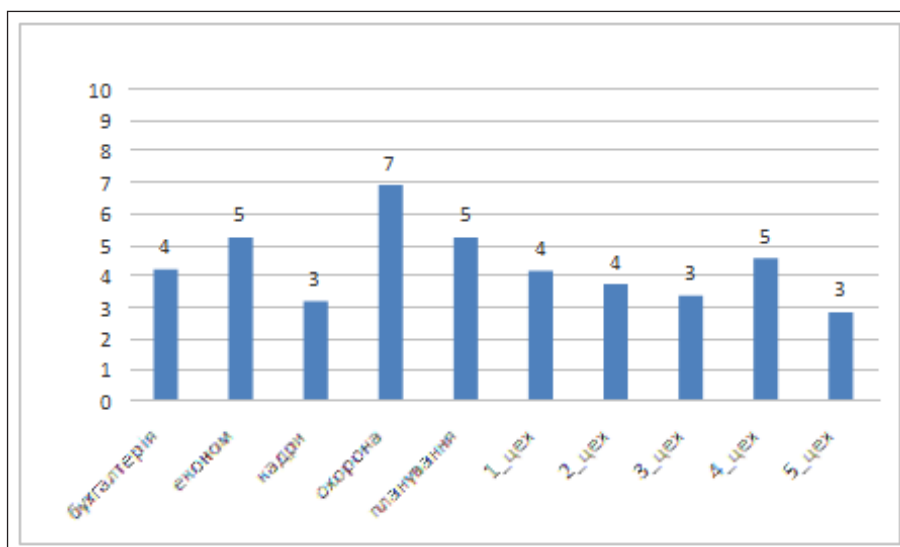


Рис. 4. Показник колективізму групи



економічний відділ, відділ планування, перший, другий та четвертий цехи мають середні показники (4–5 балів). Відділ кадрів, третій та п'ятий цехи набрали низький результат (2–3 бали). Як ми бачимо з результатів дослідження, саме представники відділу охорони ототожнюють себе як членів одного колективу – мають спільну ціль, місію та завдання.

Вони проводять найбільше часу один з одним (чергування), всі вони мають спільне минуле, схожі психологічні точки дотику. Водночас інші групи показали набагато гірші показники. Це пояснюється, по-перше, складною економічною ситуацією на підприємстві. По-друге, існуванням міжособистісних конфліктів, проблем і протиріч у даних групах.

Показник «згуртованість» як інтегральна характеристика соціально-психологічного клімату колективу відповідає за об'єднання членів групи навколо однієї мети або вирішення проблем групи спільними силами. З представлених у дослідженні груп лише у відділі охорони ми спостерігаємо високий рівень згуртованості підрозділу. У відділі планування та економічному відділі показ-

ник «згуртованість» знаходиться на середньому рівні. У всіх інших гурпах цей показник низький.

Дані особливості проявлення згуртованості пояснюються насамперед спільно проведеним часом у підрозділі. Також на згуртованість може впливати цілісність підрозділу, незмінність особового складу колективу. Оскільки саме в виробничих цехах найнижчі показники згуртованості і найбільша плинність кадрів. Також у цих підрозділах кожен член групи виконує окремий елемент робочого процесу і таким чином менше взаємодіє з колегами з інших відділів.

Контактність демонструє кількість та якість міжособистісних зв'язків у членів групи. Цей показник має загалом позитивні тенденції. Лише в трьох групах наявні низькі результати (другий, третій та четвертий цехи). У всіх інших групах «контактності» проявляється на оптимальному рівні. Тобто ми можемо зазначити, що на даному підприємстві у більшості груп членам колективів вистачає міжособистісних контактів.

Показник «відкритість» демонструє, наскільки члени цих груп готові приймати

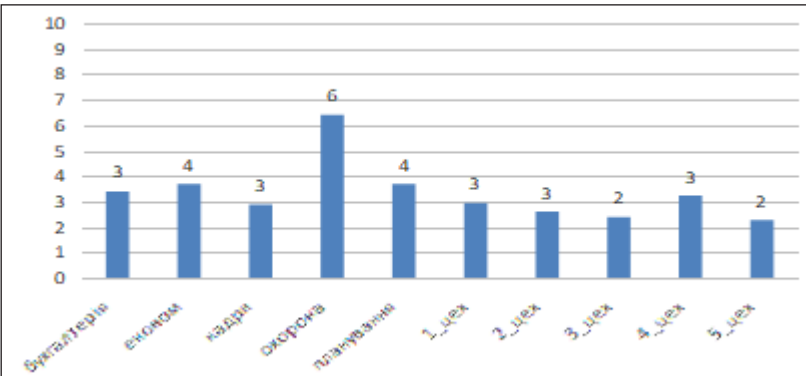


Рис. 5. Показник згуртованості групи

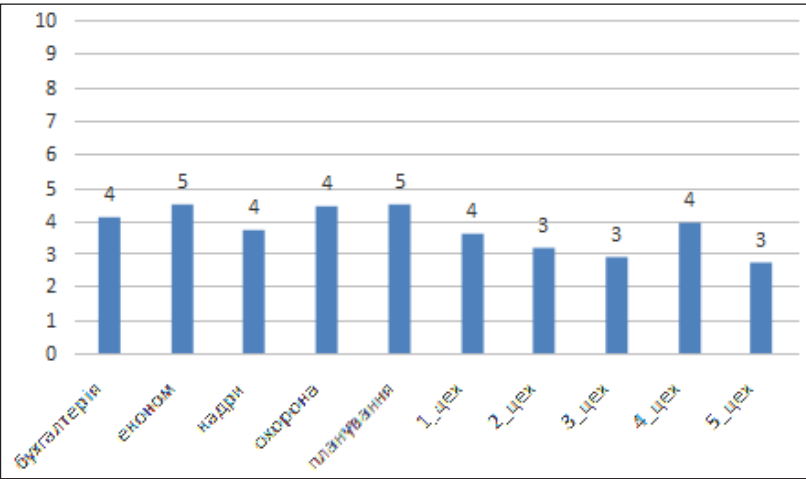


Рис. 6. Показник контактності групи

нових учасників взаємодії. Також цей показник демонструє рівень відкритості, чесності керівництва цих підрозділів з їх підлеглими. Оскільки саме відкритість керівника, його готовність надати вчасно коректну інформацію допомагає членам групи розуміти загальну ситуацію на підприємстві і корегувати свою поведінку відповідно до неї. Як ми бачимо з таблиці, відкритість знаходиться на низькому рівні у відділі кадрів, охорони, другому, третьому та четвертому цехах. У інших же групах відкритість знаходиться на середньому рівні (5–6). Недостатній рівень відкритості може пояснюватися існуванням кризового періоду, недостатньою обізнаністю членів виробничих колективів щодо ситуації на підприємстві.

Такий складник соціально-психологічного клімату, як організованість, передусім демонструє наскільки є організованими

члени цих груп, наскільки вони поважають ієрархію та керівництво, та опосередковано показує рівень дисциплінованості у підрозділах. Організованість також слугує показником адаптованості до ситуацій невизначеності та здатності до швидкого реагування у критичних ситуаціях.

Показник «інформованість» вказує на швидкість і якість інформації, отриманої від керівника підрозділу. Як ми бачимо з таблиці, у більшості груп присутній середній рівень інформативності. Лише в підрозділі охорони та в третьому цеху низький рівень інформованості. Це може бути пов'язано з особливостями стилю керівництва у охоронців, намаганням контролювати всю інформацію та зменшенням негативних тенденцій у підрозділі внаслідок перекручування отриманих раніше повідомлень.

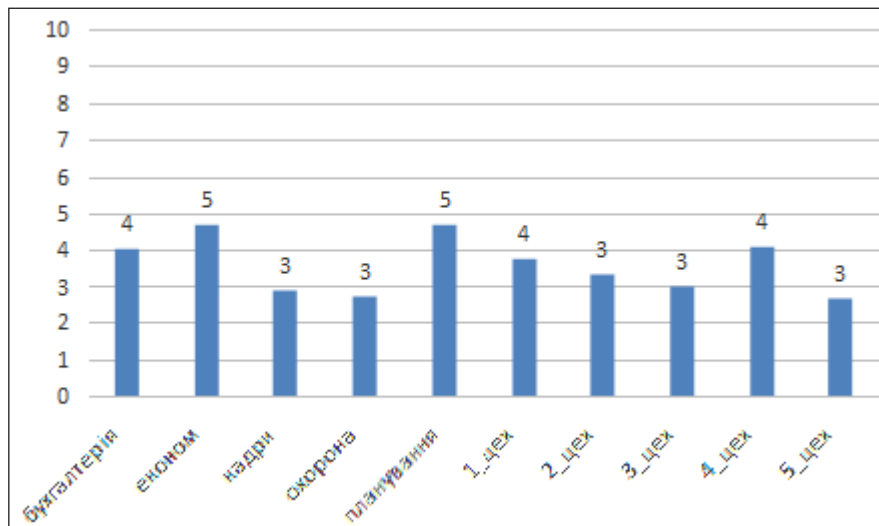


Рис. 7. Показник відкритості групи

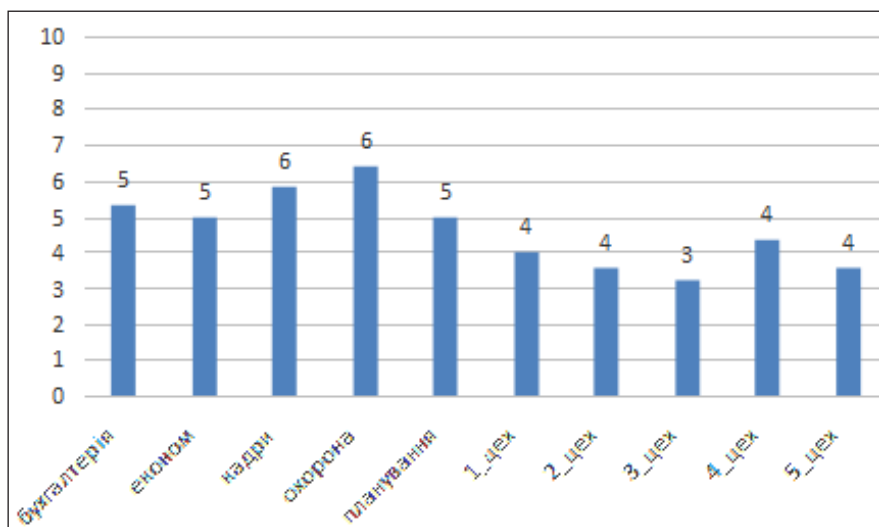


Рис. 8. Показник організованості групи



Показник «стремління зберегти цілісність групи» демонструє вмотивованість членів групи існувати та взаємодіяти один з одним у тому складі, що вони мають. Якщо ж показник знаходиться на низькому чи середньому рівні, тоді ми можемо говорити про існування певної тенденції щодо видозміни складу групи. Як ми бачимо з результатів таблиці, жодна з груп не мають оптимальних результатів. Найкращі показники мають відділ охорони (5 балів), економічний відділ (4 бали) та відділ планування (4 бали). Всі ж інші групи мають низькі показники за цією шкалою (від 1 до 3).

Тобто ми можемо припустити, що у бухгалтерії, відділі кадрів та в п'яти виробничих цехах існують негативні тенденції щодо складу їх колективів. На дану негативну тенденцію можуть деструктивно впливати як екзо- (складна економічна ситуація

в країні, проблеми на підприємстві, відсутність соціальних гарантій), так і ендоексофактори (конфлікти, індивідуально-психологічні особливості учасників взаємодії, відсутність відкритості).

Висновки

Отже, проаналізувавши результати дослідження, ми можемо дійти наступних висновків. Унаслідок кризового періоду та індивідуально-психологічних особливостей членів колективів у представлених групах відсутні позитивні тенденції щодо існування оптимального соціально-психологічного клімату у групі. Всі групи мають складності, які проявляються у недостатньому рівні сімох складників соціально-психологічного клімату.

Найкращі показники серед представлених у цьому дослідженні продемонстрував відділ охорони. Проте, на нашу думку, це

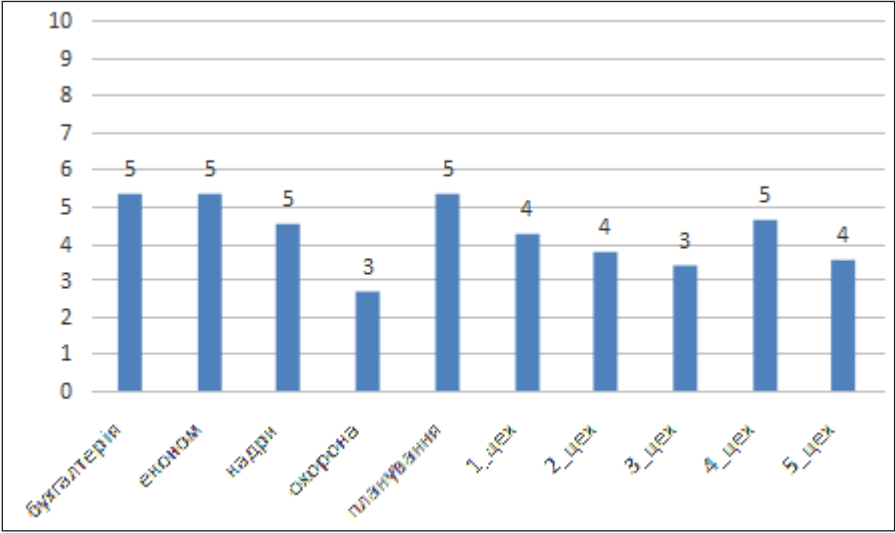


Рис. 9. Показник інформованості групи

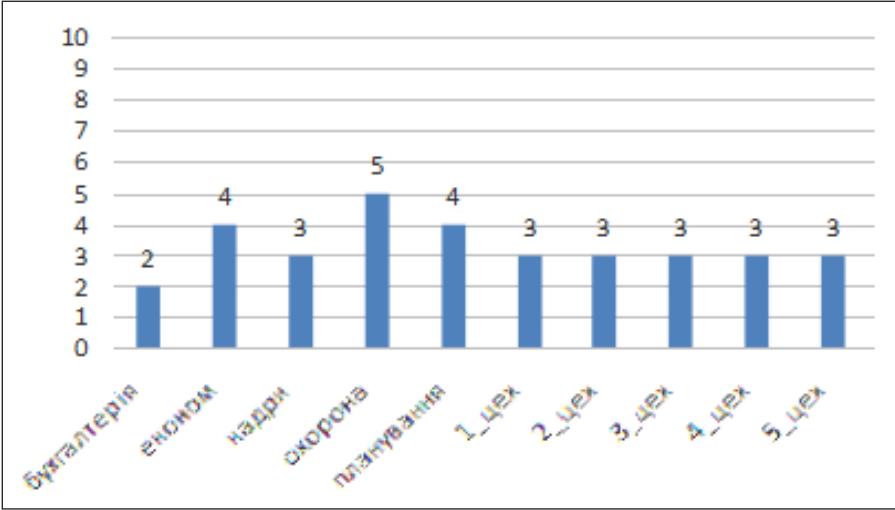


Рис. 10. Показник прагнення групи зберегти її цілісність

насамперед пов'язано саме з індивідуально-психологічними особливостями членів даної групи, їх усталеними принципами, їх специфічним попереднім досвідом роботи, а не з правильною управлінською політикою підприємства.

Своєю чергу, на нашу думку, покращення соціально-психологічного клімату призведе до зміни стану підприємства у позитивну сторону. Саме тому оцінка стану соціально-психологічного клімату на підприємстві у кризовий період і подальша робота щодо

його поліпшення є необхідною частиною управлінського процесу.

У майбутньому перед нами стоїть завдання розробити психологічний інструментарій, який дозволить покращити рівень соціально-психологічного клімату груп та пом'якшить умови протікання кризового періоду на підприємстві в цілому. Також варто перевірити його ефективність, провівши порівняння початкових показників та показників після проведення психологічного тренінгу з персоналом підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. Москва, 2001. 378 с.
2. Залогіна К.І. Антикризове управління промисловим підприємством в умовах перехідної економіки України: автореф. дис.. канд. екон. наук: 08.06.01. Хмельницький, 2004. 20 с.
3. Кличковський С.О. Теоретико-методологічний аналіз поняття «соціально-психологічний клімат». *Український психологічний журнал: збірник наукових праць*. 2017. №2 (4). С. 47–58
4. Куницына В.Н., Казаринова В.М., Погольша В.М. Межличностное общение. Учебник для вузов. Санкт-Петербург, 2001. 544 с.
5. Максименко С.Д. Особистість як суб'єкт подолання кризових станів. *Особистість в умовах кризових викликів сучасності: Матеріали методологічного семінару НАПН України 24 березня 2016 р.* Київ, 2016. С. 8–14.
6. Немов Р.С. Социально-психологический анализ эффективной деятельности коллектива. Москва, 1984. 201 с.
7. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. Киев, 1990. 192 с.
8. Парыгин Б.Д. Социально-психологический климат коллектива / Ленинград, 1981. 192 с.
9. Платонов Ю.П. Психология коллективной деятельности Санкт-Петербург, 1990. 181с.

REFERENS:

1. Andreeva H.M. (2001). *Sotsyalnaia psikhohohyia* [Social psychology] Moscow : Aspekt-Press [in Russian].
2. Zalohina K.I. (2004). *Antykryzove upravlinnia promyslovym pidpriemstvom v umovakh perekhidnoi ekonomiky Ukrainy* [Anti-bribery management will be recognized by the company in the minds of the economic policy of Ukraine] *Extended abstract of candidate's thesis*. Khmelnytsk : KhmelSU [in Ukrainian].
3. Klychkovskyi S. O. (2017) *Teoretyko-metodolohichniy analiz poniattia «sotsialno-psykhohohichniy klimat»* [Theoretical and methodological analysis of the understanding of the “social psychological psychology”] I.V. Daniluk (Eds.), *Ukrainian Psychological Journal* (Vols. 4), (pp. 47-58) Kyiv:Milenium [in Ukrainian].
4. Kunitsyna V.N., Kazarynova V.M., Pohlsha V.M. (2001). *Mezhlychnostnoe obshchenye. Uchebnyk dlia vuzov*. [Interpersonal communication. Textbook for universities] St. Petersburg: Peter [in Russian].
5. Maksymenko S.D. (2016). *Osobystist yak subiekt podolannia kryzovykh staniv* [Personality as a subject of overcoming of crisis states] S.D. Maksymenko (Eds.), *Materials of the Methodological Seminar of the National Academy of Sciences of Ukraine* (pp. 8–14).Kyiv : NAPS [in Ukrainian].
6. Nemov R.S. (1984) *Sotsyalno-psykhohohycheskyi analiz efektyvnoi deiatelnosti kollektiva* [Socio-psychological analysis of the effective activity of the collective] Moscow : Pedahohyka Peter [in Russian].
7. Obozov N.N. (1990). *Mezhlychnostnyye otnosheniya* [Interpersonal relations] / Y.N. Obozov. Kyiv : Lybid [in Russian].
8. Parygin B. D. (1981). *Sotsyalno – psykhohohycheskyi klimat kollektiva* [Socio-psychological climate of the collective]. Leningrad : [in Russian].
9. Platonov Yu.P. (1990). *Psykhohohyia kollektivnoi deiatelnosti* [Psychology of collective activity]. St. Petersburg : [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 27.02.2019.
The article was received 27 February 2019.