

Используя метод незаконченных предложений, мы предложили респондентам дописать «Семья – это ...», «Семейные ценности – это...». Анализ показал, что «Семья – это...» родители в большинстве случаев ответили, что это «близкие и родные люди», «самое главное в жизни», «уважение к друг другу», «взаимопомощь», «смысл жизни», «ячейка общества», «любовь, уютный дом, сплоченность, поддержка».

«Семейные ценности ...» для отвечающих – это «обычаи и традиции», «уважение и любовь», «традиции семьи», «дети», «обычаи и традиции которые передаются из поколения в поколение», «определенные правила по которым живет семья».

Заключение. Из полученных результатов можно сделать вывод, о том, что большинство родителей имеют представление о тех семейных ценностях, которые способствуют становлению фундамента для создания крепкой и дружной семьи. В семьях транслируют свои традиции, что делает их уникальными, решает важную задачу – сплотить и укрепить, сформировать у детей роль семьи и ее значимость. Однако есть родители, которые основной функцией считают обеспечение и образование детей, подразумевая социальные институты. Отсутствие семейных ценностей и традиций не считают за проблему в современном обществе. Наша дальнейшая цель, включить обучающихся в ситуацию формирования семейных ценностей и традиций посредством социально-культурной деятельности.

Список использованных источников:

1. Анисимов, С.Ф. Единство теоретико-познавательного, социологического и ценностного способов рассмотрения явлений морали / С.Ф. Анисимов // Моральные ценности и личность / под ред. А.И. Титаренко, Б.О. Николаевича. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 4-21.
2. Додонов, Б.И. Потребности, отношения и направленность личности / Б.И. Додонов // Вопросы психологии. – 1973. – № 5. – С. 18-29.

УДК 316.61:159.944:331.101.3

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА И ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ В КОЛЛЕКТИВЕ

Н.С. Гирдюк, Н.И. Циркунова

г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

(e-mail: nadia.girduyk@yandex.by, cirkunova@mail.ru)

Актуальность данной темы диктуется запросами практики, которая обусловлена характером человеческой деятельности.

Продуктивная работа любого предприятия невозможна без персонала. Персонал является главным активом, ключевым звеном на любом предприятии. Третья часть сознательной жизни человека проходит на работе. От условий его трудовой деятельности, общей психологической обстановки в коллективе, деловых и личных взаимоотношений, зависят результаты труда, количество и качество производимой продукции, выполненных работ, оказанных услуг.

Но даже самые совершенные технологии и оборудование не позволят добиться необходимого результата без желания трудиться, без должной мотивации. Мотивация является важнейшим, если не главным показателем, характеризующим эффективность работы. С другой стороны, многочисленные исследования

показывают, что мотивация персонала также является одним из важнейших показателей психологического климата на предприятии. Психологический климат является связующим звеном эффективной совместной деятельности и всестороннего развития личности.

В социальной психологии термин «психологический климат» впервые использовал Н.С. Мансуров. Проблемами социально-психологического климата в коллективе также занимались В.М. Шепель, Е.С. Кузьмин, А.А. Русалинова, А.Н. Лутошкин, Б.Д. Парыгине. Проблема мотивации изучалась в работах Е.П. Ильина, А.Н. Леонтьева, А.В. Петровского, К.К. Платонова и других известных советских психологов.

Целью данного исследования является выявление взаимосвязи психологического климата с трудовой мотивацией, выявление условий, влияющих на формирование благоприятного психологического климата и положительной общегрупповой мотивации.

Материал и методы. Материалом являются научные подходы, взгляды и современные исследования ученых по указанной проблеме. Использован следующий методический инструментарий: анализ научной литературы по теме исследования; анкетирование по методике «Диагностика психологического климата в малой производственной группе (В.В. Шпалинский, Э.Г. Шелест) [1]; анкета, разработанная авторами исследования с целью оценки трудовой мотивации сотрудников.

Проводился количественный анализ данных, обобщение и систематизация полученных результатов.

Результаты и их обсуждение. Исследование проводилось анонимно в феврале-марте 2021 года на предприятии розничной торговли ОДО «МИК» г. Полоцка. В исследовании приняли участие 12 сотрудников в возрасте от 27 до 63 лет с различным стажем работы.

С целью непосредственного изучения социально-психологического климата рабочего коллектива нами была использована анкета «Диагностика психологического климата в малой производственной группе» (В.В.Шпалинский, Э.Г.Шелест). Результаты обработки показали, что психологический климат, сложившийся в коллективе, характеризуется высокой благоприятностью (62 балла из максимально возможных 65).

Анализ атмосферы, присущей данному коллективу показал, что 6 человек (50%) охарактеризовали атмосферу коллектива как дружескую, 4 человека (34%) как атмосферу взаимного уважения и по одному человеку (по 8%) назвали атмосферу коллектива деловой и каждый сам за себя (Рисунок 1).

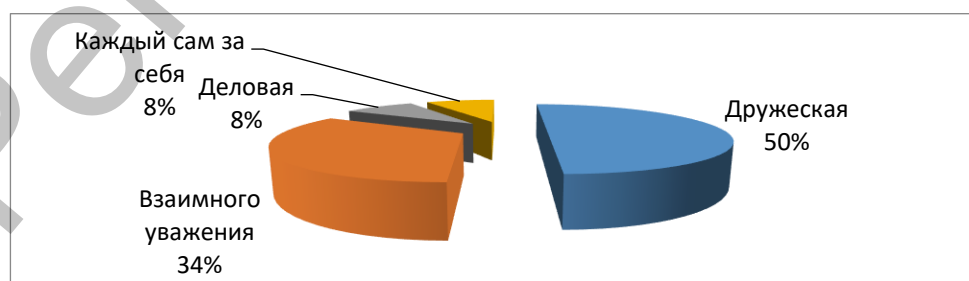


Рисунок 1 – Атмосфера в коллективе.

Для измерения и анализа мотивации сотрудников нами были выбраны двенадцать главных факторов мотивации, которые занимают лидирующие позиции в ряде исследований, проводимых такими авторами как Р. Мэтьюз [2], В.А. Розанова [3] и разработана анкета для заполнения работниками предприятия. В числе этих факторов – психологический климат коллектива. Все двенадцать использованных в опросе факторов мотивации были условно разделены на три группы: материальные, психологические и факторы самореализации (табл.1).

Для оценки факторов мотивации нами принята 10–балльная шкала, согласно которой 1 балл означает самую низкую оценку, а 10 – самую высокую. Факторы оцениваются в соответствии с уровнем мотивации: высокий – от 10 до 8 баллов; средний – от 7 до 5 баллов, низкий – от 4 до 1 балла. Человек оценивает тот или иной фактор исходя из собственных предпочтений и конкретных условий. Главное, на что он обращает внимание, насколько притязания удовлетворяют уровню его ожиданий. Например, если показатель составляет 80% – это высокий уровень с оценкой 8 баллов. При полном отсутствии мотивации ставится оценка 1. Сотрудникам также было предложено ранжировать показатели по степени их важности.

Таблица 1 – Факторы мотивации трудовой деятельности.

Группы факторов		Фактор мотивации		Оценка мотивации		Оценка антимотивации	
				ед.	сумма	ед.	сумма
Материальные факторы		Заработная плата	5	34	5	26	
		Социальный пакет	7		3		
		Условия труда	6		4		
		Уровень организации труда	6		4		
		Уровень оснащённости	6		4		
		Режим работы	4		6		
Психологические факторы		Психологический климат	8	23	2	7	
		Стиль руководства	8		2		
		Отношения с коллегами	7		3		
Факторы самореализации	Содержание выполняемой работы	6	23	4	7		
	Должностное продвижение	7		3			
	Возможность самореализации	10		0			
			80		40		

По результатам опроса произведена обработка данных, а именно: вычислен индивидуальный мотивационный балл как сумма оценок по всем факторам мотивации. Для наглядности данные обрабатывались по категориям. Результаты обработки представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Карта оценки сводных показателей факторов мотивации

№ п/п	Фактор мотивации	Баллы										Баланс	Ранг фактора	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	Заработная плата					X							5:5	1
2	Возможность должностного продвижения							X					7:3	9
3	Психологический климат								X				8:2	4
4	Возможность самореализации										X		10	11
5	Содержание выполняемой работы						X						6:4	6
6	Социальный пакет							X					7:3	10
7	Условия труда						X						6:4	3
8	Стиль руководства								X				8:2	12
9	Режим работы				X								4:6	2
10	Отношения с коллегами							X					7:3	5
11	Уровень организации труда						X						6:4	7
12	Уровень оснащенности						X						6:4	8
		Мотивация -80							Антимотивация-40			80:40		

Анализируя полученные результаты проведенного опроса, видим, что наивысшую оценку в 10 баллов получил фактор возможности самореализации, по 8 баллов получили психологический климат, и стиль руководства, а низшую – режим работы и заработная плата (соответственно 4 и 5 баллов). Общий уровень мотивации составил 80. Уровень антимотивации составил 40 (разница между максимально возможными 120 баллами и уровнем мотивации). Мотивационный баланс (соотношение мотивации к антимотивации) составляет $80/40=2$. Этот показатель говорит о преобладающем уровне общей мотивации над антимотивацией.

Для более наглядной оценки мотивационной удовлетворенности возможно построение лепестковой диаграммы в виде двенадцатиугольника, где каждый лепесток отображает отдельный фактор мотивации и позволяет проиллюстрировать изменчивость показателей сразу по нескольким направлениям (Рисунок 2).

Из рисунка 2 видно, что площадь общей мотивации значительно выше средней величины. На ее величину в большей степени оказывают влияние два фактора – заработная плата и режим работы, по которым отмечается самое большое отклонение (5 и 4 балла соответственно).

Заключение. Исследование психологического климата в ОДО «МИК» показало, что психологический климат предприятия соответствует довольно высокой благоприятности. Получена обобщенная характеристика психологического состояния всех сторон деятельности коллектива, так как рассматривался весь спектр групповых и личностных факторов трудовой деятельности. Средняя оценка антимотивации одного фактора в психологической группе и группе самореализации составила 2,3 балла в то время, как в группе материальных факторов – 4,3 балла.

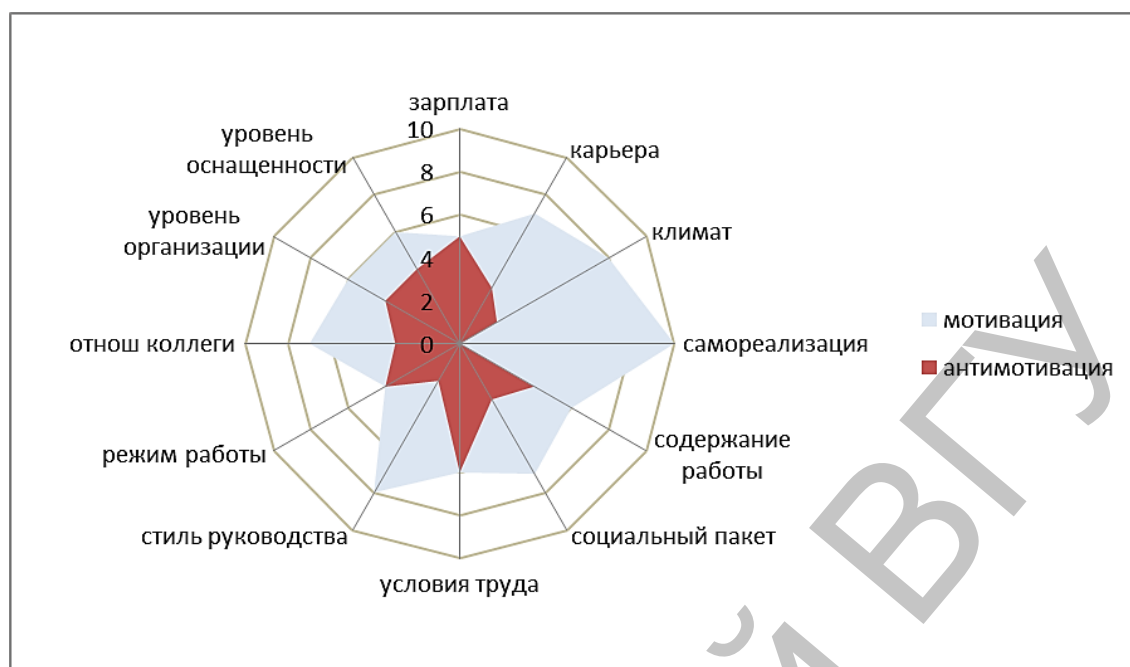


Рисунок 2 – Лепестковая диаграмма мотивации сотрудников.

Анализ оценок проводился с помощью метода ABC-анализа. Не все факторы мотивации имеют равную возможность для определения конечного уровня мотивации работника, так как имеют разную степень приоритетности для него. Проведенная оценка факторов мотивации и их ранжирование позволили определить наиболее весомые факторы мотивации. Были выявлены главные факторы снижения мотивации персонала. Наименьшие оценки уровня мотивации имеют значения по режиму работы предприятия, заработной плате и условиям труда. Но эти же факторы оказались для работников самыми значимыми, так как при ранжировании они получили самый высокий приоритет.

Особенно низкая степень мотивации для режима труда. Это объясняется тем, что график работы объектов торговли значительно отличается от восьмичасового рабочего дня. Магазины начинают работу рано и зачастую заканчивают после 22-х часов. Учитывая, что большая часть торгового персонала – это женщины, имеющие зачастую маленьких детей, это вызывает постоянную тревогу и приводит к психологическому дискомфорту. Вторым фактором с низкой степенью мотивации является заработная плата. Люди менее всего удовлетворены уровнем своей зарплаты, считая ее недостаточной. Вышеуказанные факторы «тянут» уровень мотивации вниз. Повышение уровня мотивации по этим факторам положительно отразится на конечном результате, т.е. это те факторы, с которыми необходимо работать для эффективного управления мотивацией и повышения ее уровня, что в конечном итоге обязательно приведет к улучшению психологического климата в коллективе.

Выстраивая свою работу с персоналом, руководитель организации обязательно должен это учитывать и работать в этом направлении.

Список использованных источников:

- 1 Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально – психологические проблемы / В.С. Агеев. – М.: Издательство МГУ, 1990. – 240 с. – С. 156-162.
- 2 Мэтьюз, Р. Мистика эннеграммы / Р. Мэтьюз // Экономические стратегии. –2007. – №3. – С. 62–68.
- 3 Розанова, В.А. Психология управления: Учебное пособие. изд., 5-е, перераб. и доп. / В.А. Розанова. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 384 с.