

з найефективніших методів у цьому контексті впевнено можна назвати соціально-психологічний тренінг, який є особливим різновидом навчання, виходить за рамки значень «виховання, навчання, підготовка, тренування» і використовується, з метою розвитку, психокорекції, просвітництва та профілактики у найширшому розумінні [1].

Нами розроблений соціально-психологічний тренінг «Всі ми різні, всі ми рівні», в програмі якого виділено блоки: «Самопізнання» і «Саморозвиток», які допомагають його учасникам від пізнання свого внутрішнього світу, характеру, особистісних проявів, сильних і слабких сторін, свого місця у міжособистісному просторі поступово усувати причини власної девіантної поведінки. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в апробації розробленої тренінгової програми та перевірці її ефективності.

Список використаної літератури

1. Адамська З.М. Фасилітативний потенціал інтерактивних методів у психологічній профілактиці підліткових девіацій. Теорія та практика профілактичної роботи з дітьми, схильними до девіантної поведінки: український і міжнародний досвід: монографія / О. Янкович, О. Кікінежді, І. Козубовська, В. Поліщук, Г. Радчук та ін. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2018. С. 192-203
2. Савонько Е.И. Возрастные особенности соотношения ориентации на самооценку и на оценку другими людьми. *Изучение мотивации поведения детей и подростков: сборник экспериментальных исследований* / ред. Л.И. Божович, Л.В. Благоннадежина. Москва, 1972. С. 81–111.
3. Фельдштейн Д.И. Психология становления личности Москва, Международная педагогическая академия, 1994. 190 с.

Уляна Цимбала, Іванна Андрійчук
*Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка*

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Постановка проблеми. У контексті підвищення ефективності особистості у соціумі та діяльності особливої актуальності набуває феномен стимулю-

вання персоналу. Особливостями підприємств у сфері обслуговування є швидкоплинність кадрів. Підприємство, яке прагне не тільки залучити працівника до професійної діяльності, але й зацікавити його повинно будувати свою діяльність на загальноприйнятих принципах і цінностях, турбуватися про комфорт працівників, зміцнення психічного здоров'я, а також забезпечити необхідний психологічний клімат і настрій, що обов'язково впливає на результати діяльності всієї організації. Саме тому дуже важливим для реалізації ефективних стимулюючих заходів є врахування потреб і ціннісних орієнтацій працівників.

Стимулювання персоналу та його роль досліджували такі науковці, як Осіпова А.Ю., Лаврук О.С., Кибанов А.Я., Ельбрехт О.М., Єлець О.П., Жарико Е.С., Іпатов Е.Ф., Левківський К.М., Павловський В.В. та інші.

Метою статті є теоретичний аналіз соціально-психологічних аспектів стимулювання персоналу у сфері обслуговування.

Виклад основного матеріалу. Важливою передумовою конкурентоспроможності та економічного зростання підприємств у сфері обслуговування є виконання персоналом своїх професійних обов'язків. Окрім визначених вимог до трудової діяльності, кожному працівнику притаманні свої особисті стимули і мотиви, які можуть впливати на успішність виконання ними своїх професійних завдань. Як показує практика бажаний результат підприємство отримує лише за наявності особистої зацікавленості працівників у результатах своєї праці та задоволення нею.

Сардак С. зазначає, що стимулювання – це процес використання конкретних стимулів на користь людині та організації; стимулювати означає спонукати працівника до цільової дії, давати поштовх ззовні [4].

Як показав теоретичний аналіз літератури, стимулювання здійснюється з певною ціллю. Ціллю стимулювання є підвищення ефективності та продуктивності праці персоналу, а також збереження цінних кадрів, як наслідок збільшення доходу підприємства. Для того, щоб досягнути цілі, необхідна певна дія, яка здійснюється на двох рівнях. Перший рівень включає оцінку потреб і мотивів

персоналу. Другий передбачає комплекс заходів спрямованих на задоволення домінуючих потреб і мотивів.

Дії, які спрямовані на виконання цілі, мають кінцевий результат. Результатом дії може бути: задоволення потреб і мотивів працівників, як наслідок покращення ефективності діяльності персоналу; часткове задоволення, як наслідок покращення або стабільність ефективності; не задоволення, як наслідок погіршення або стабільність ефективності діяльності персоналу.

Задоволення домінуючих потреб і мотивів конкретного працівника, може здійснюватись за допомогою матеріальних і нематеріальних заохочень (стимулів). Матеріальне стимулювання поділяється на грошове: основне (заробітна плата; доплати; надбавки) і додаткове (премії; відрахування від премії); і не грошове: соціальне (гарантії; компенсації) та функціональне (покращення умов праці та її організації). Нематеріальне стимулювання передбачає створення сприятливого мікроклімату в колективі, кар'єрний ріст, розвиток персоналу, тобто врахування не матеріальних потреб.

На думку А.В. Церковної та В.В. Харламової, існує три групи інструментів стимулювання співробітників: економічні; соціально-психологічні; адміністративні методи. Вміло користуючись системою стимулювання колективу, розподіляючи функції на виробництві, керівник досягне своїх цілей набагато швидше і успішніше, ніж без застосування цих технологій. Соціальні і психологічні технології не менш важливі, ніж внутрішні адміністративні заходи. Вони впливають на емоції людей, отже є більш ефективними. Соціально-психологічні методи спрямовані на особистість, а не на колектив. Також вони підтверджують її важливість та почуття потрібності, сприяють комфортному перебуванню працівника в колективі. Соціально-психологічні методи – це способи здійснення управлінських дій на персонал, що базуються на використанні закономірностей соціології та психології. Такі методи спрямовані як на групу співробітників, так і на окремих працівників. За масштабами і способам впливу їх можна розділити на: соціологічні, спрямовані на групи співробітників

в процесі їх виробничої взаємодії, та психологічні, які цілеспрямовано впливають на внутрішній світ конкретної особистості [5].

Розглянемо стимулювання персоналу у сфері обслуговування і виділимо специфічні методи стимулювання, які характерні для цієї сфери. Вони поділяються на цінові (знижка на харчування продукцією компанії; забезпечення робочою формою; оплата медичного огляду) та нецінові (надання подарунків на дні народження і річниць роботи працівника в компанії; розповсюдження сувенірів з логотипами фірми; безкоштовна дегустація нової продукції; проведення конкурсів, розіграшів; гнучкий графік роботи).

Сьогодні у провідних країнах світу, збільшується тенденція до переходу від стимулювання через задоволення першочергових матеріальних інтересів, до комплексного забезпечення широкого кола потреб соціального, культурного, духовного характеру. Задоволення тільки матеріальних потреб приводить до відчуття працівниками постійного нервово-емоційного напруження і відчуття хронічної втоми, що негативно відображається на відносинах у колективі, та ставленні до клієнтів. Нематеріальне стимулювання здатне позитивно впливати на ефективність праці через підвищення самооцінки працівника, оволодіння ним новими навичками та розвитку здібностей.

Як зазначає Іванченко Г., на вітчизнах підприємствах використовують такі нематеріальні стимули, як: визнання у формі особистої похвали та суспільного визнання; вручення подарунків за високі результати та творчі досягнення; прояв щирої уваги, адже надзвичайно позитивну роль відіграє атмосфера єдиної сім'ї, де панують взаємоповага, взаємодопомога та єдність. Ступінь близькості до керівництва дає рядовим співробітникам відчуття спільності організації; каральні стимули; перерозподіл робочого часу [3].

Практичний досвід підприємств у сфері обслуговування показує, що успіх виконання завдань залежить від усвідомлення працівником власної соціальної цінності, своєї ролі та місця в колективі. Саме тому важливим аспектом стимулювання є створення міцних змістових зв'язків між членами колективу. Турбуючись про розкриття індивідуальних особливостей кожного члена колек-

тиву, керівництво здатне забезпечити атмосферу товариства, поваги та взаємодопомоги.

Долга Г.В. стверджує, що одним з найважливіших факторів оптимізації виробничої діяльності кожного окремого працівника і будь-якого колективу є сприятливий психологічний клімат у колективі, що відповідає моральним нормам суспільства. Психологічний клімат не виникає сам собою, він є непростим наслідком прийнятих до відома зусиль окремих керівників, а підсумком систематичної спільної роботи з членами колективу, здійснення планомірних заходів, спрямованих на організацію відносин між керівником і підлеглим, між окремими працівниками. Сприятливий соціально-психологічний клімат є неодмінною умовою підвищення продуктивності праці, його ефективності та якості, прискорення науково-технологічного прогресу, позитивно діє на стан членів колективу [2].

Дослідники розглядають соціально-психологічний клімат – як складне явище, яке об'єднує у собі певну систему взаємовідносин між членами колективу, що під впливом індивідуальних психофізіологічних особливостей та внутрішньогрупових традицій і стандартів формують певну колективну свідомість та настрої, а також комплекс психологічних умов, сприяючих або перешкоджаючих продуктивній спільній діяльності та всесторонньому розвитку особи в групі для досягнення цілей окремого індивіда, колективу та підприємства в цілому [2].

Найважливіші ознаки сприятливого соціально-психологічного клімату колективу можна поділити на три групи. Суб'єктивні: довіра та вземовимогливість членів групи один до одного; доброзичливість і ділові претензії; вільне висловлювання думок; відсутність тиску з боку керівництва на підлеглих і визнання за ними права приймати рішення; достатня поінформованість членів колективу про завдання та стан справ у колективі; високий ступінь емоційного включення та взаємодопомоги у ситуаціях, якщо є у цьому потреба; усвідомлення і взяття відповідальності на себе за стан справ у групі кожним із її членів. Об'єктивні: високі показники результатів діяльності; низька плинність кадрів;

високий рівень трудової дисципліни; відсутність конфліктності в колективі тощо. Загальні: характер виробничих відносин того суспільства, складовою частиною якого є група; організація й умови трудової діяльності; специфіка й особливості роботи органів управління; стиль і характерологічні форми керівництва; соціально-психологічні, гендерні та демографічні особливості групи; чисельність групи тощо [1].

Висновки. Отже, ми визначили, що роль стимулювання персоналу у сфері обслуговування, полягає в покращенні продуктивності праці не тільки персоналу, але й компанії в цілому. Розвиток та удосконалення стимулів треба завжди розглядати діалектично. Такий підхід дозволяє зробити висновок про те, що стимули до праці не є раз і назавжди даними й постійними. Особливе практичне значення для підприємства має проблема формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі. В умовах ринкових відносин орієнтація колективу на кінцеві результати праці, узгодження індивідуальних зусиль працівників набувають усе більш важливого значення. Гостро постають питання щодо психологічних чинників, у тому числі самопочуття людини, що мають дуже важливе значення для заохочення до праці. Висока заробітна плата та кар'єрний ріст, необхідні для залучення нових співробітників, проте для подальшої успішної діяльності слід застосовувати методи нематеріального стимулювання. Подальше наукове дослідження потребує визначення показників, які характеризують потреби в мотивації персоналу, а також рівень задоволеності роботою на підприємстві.

Список використаної літератури

1. Вертель В. В., Комашня А. О., Федорчук І. В. Соціально-психологічний клімат колективу. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 40. С. 292-293.
2. Долга Г.В. Психологічні аспекти управління персоналом: проблеми теорії та практики. *Інтелект XXI*. 2018. № 4. С. 74-75.
3. Іванченко Г. В. Особливості використання нематеріальних стимулів на вітчизняних підприємствах. *Економіст*. 2010. № 3. С. 21-23
4. Сардак С. Е. Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств. *Україна : аспекти праці*. 2008. № 6. С. 45–51.
5. Церковна А. В., Харламова В. В. Використання соціально-психологічних методів управління персоналом. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*: зб.

Олена Хрущ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

КРИЗА ІНСТИТУТУ СІМ'Ї ТА ЇЇ НАСЛІДКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ

Постановка проблеми. Сьогодні інститут сім'ї як базовий соціальний інститут, як ніколи, переживає глибоку кризу. Нова філософія, нові вимоги сучасного життя, економічні стреси, розлучення, неповні сім'ї, сімейні конфлікти, насильство і пропаганда сексуальної розбещеності, наркотики, алкоголізм – все це, далеко не кращим чином, впливає на сім'ю та підростаюче покоління, здійснюючи свій вплив на формування емоційної сфери дитини.

Більшість фахівців погоджуються з тим, що неблагополучна сім'я – це, насамперед, сім'я з дефектами виховання, серед яких типовими є конфліктні стосунки між батьками, погане ставлення батьків до дитини, відсутність часу для занять з дитиною, помилки у вихованні, низький загальнокультурний рівень батьків тощо. Аксіоматично, що неблагополучний стан сім'ї майже завжди призводить до дисгармонії в розвитку особистості дитини.

Не викликає сумнівів і твердження про те, що благополучна сім'я є найсприятливішим соціальним середовищем для повноцінного розвитку дитини, а тому вивчення взаємозв'язку між сімейною ситуацією та психічним розвитком й емоційною сферою дітей зокрема, зумовлене практичними запитами і потребами сім'ї й суспільства в цілому.

Важливість емоційного благополуччя для розвитку дитини (його емоцій, почуттів, мотивів, волі), схоже, загально визнана в умовах сучасності. У численних дослідженнях вчених, зокрема у дослідженнях Дж. Боулбі, В.В. Лебедин-