

Наталія С. Беляєва

ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

У статті оцінено соціально-психологічний клімат у колективі на основі побудови соціометричної матриці та загальної соціограми групових відносин. Розраховано ряд соціометричних показників відносно взаємовідносин у групі. Визначено вплив соціально-психологічного клімату на процес управління організацією.

Ключові слова: соціально-психологічний клімат; соціометрична картка; соціометрична матриця; групові відносини; управління організацією.

Форм. 7. Рис. 1. Табл. 6. Літ. 11.

Наталія С. Беляєва

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

В статье проведена оценка социально-психологического климата в коллективе на основе построения социометрической матрицы и общей социограммы групповых отношений. Рассчитан ряд социометрических показателей относительно взаимоотношений в группе. Определено влияние социально-психологического климата на процесс управления организацией.

Ключевые слова: социально-психологический климат; социометрическая карточка; социометрическая матрица; групповые отношения; управление организацией.

Nataliia S. Bieliaieva¹

ASSESSMENT OF A GROUP SOCIOPSYCHOLOGICAL CLIMATE ON THE EXAMPLE OF TRADE ENTERPRISE AND ITS IMPACT ON ORGANIZATION MANAGEMENT PROCESS

The study provides an assessment of sociopsychological climate in the work team based on a sociometric matrix and general sociogram of group relations. Sociometric indicators for the group relationships are calculated. The impact of sociopsychological climate on organization management process is determined.

Keywords: sociopsychological climate; sociometric card; sociometric matrix; group relationships; organization management.

Peer-reviewed, approved and placed: 19.12.2016.

Постановка проблеми. Поняття «соціально-психологічний клімат колективу» – це відносно нова категорія сучасного суспільства. Ще у 1930-х рр. управлінці навіть не замислювались, чи є колектив важливим як єдине ціле, як згуртованість колективу впливає на ефективність діяльності чи на процес управління організацією в цілому. Лише коли суспільство усвідомило, що людина – це головний ресурс підприємства і що задоволена людина працює краще, що в такому випадку будь-які зміни працівник приймає більш лояльно, з'явилося багато літератури, присвяченої цьому напряму. В той же час, соціальні відносини в колективі – це поняття динамічне, відносини зміню-

¹ Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine.

ються залежно від багатьох факторів, і не завжди тільки об'єктивних, тому даний напрям є і буде актуальним допоки буде існувати суспільство.

Аналіз останніх публікацій. У 1930-і рр. Дж. Морено запропонував термін «соціометрія», а також розробив особливу соціопсихологічну теорію. В основу даної теорії легло твердження, що зміна психологічних відносин в малій групі є нібито головною умовою змін у всій соціальній системі [10; 11]. Звідси почався новий виток у психології управління. Надалі ця проблема розглядалася в працях багатьох авторів, дещо змінювалися погляди, проте суть аналізу майже не змінилася.

Загальним теоретичним аналізом проблеми займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Л.В. Балабанова [1], В.Л. Бозаджиев [9], В.В. Вертель [3], П.П. Горностай [4], Т.Р. Луцик [6], О.С. Михайлов [7], Л.Г. Чорна [8] та інші. В тому числі дана проблематика має актуальність і у військовій психології [2; 5] з точки зору розгляду технології та методики діагностики та оцінки взаємин між різними категоріями військовослужбовців військово-морських підрозділів.

Таким чином, є багато літератури стосовно досліджень соціально-психологічного клімату в групі, проте жоден науковець у своїх працях прямо не пояснив, як рівень соціально-психологічного клімату колективу впливає на процес управління організацією в цілому. Саме тому розгляд цієї проблеми саме з такої точки зору є актуальним та потребує подальших досліджень.

Метою дослідження є оцінка та аналіз соціально-психологічного клімату в колективі на прикладі підприємства торгівлі та визначення його впливу на процес управління всією організацією.

Основні результати дослідження. Проведення оцінки (та подальший аналіз) соціально-психологічного клімату в колективі передбачає здійснення певних етапів:

1. Складання переліку учасників опитування («Лист учасників опитування») – це перелік осіб, що будуть брати участь в опитуванні; довільна форма, проте обов'язковим є зазначення посади та ПІБ (якщо велика організація, і відділу). Кожній людині присвоюється порядковий номер, який буде використовуватися в подальшому аналізі.

2. Заповнення соціометричних карток працівниками визначеного колективу («Соціометричні картки працівників») передбачає заповнення колективом карточок, де кожен проставляє своє відношення (позитивне «+», негативне «-» або нейтральне «0») до колег у колективі (інших членів колективу) та підрахунок кількості відданих виборів.

3. Побудова загальної таблиці результатів («Групова соціометрична матриця») передбачає складання зведеної таблиці (за результатами соціометричних карток), де відображається загальна інформація стосовно виборів у колективі та надається загальний підрахунок виборів.

4. Таблиця виборів представляє собою візуальний виклад результатів виборів (позитивних або негативних) серед учасників колективу.

5. Побудова загальної соціограми групових відносин колективу (групи) – графічно відображаються взаємовідносини між членами групи.

6. На основі останніх двох етапів визначаються категорії учасників та загальний ступінь згуртованості колективу.

7. Для здійснення висновків на основі попередньої оцінки розраховується ряд соціометричних показників відносно взаємовідносин у групі та будується «Зведена таблиця соціометричних показників групи».

На основі послідовного виконання всіх етапів робляться висновки про загальний соціально-психологічний стан визначеного колективу підприємства та визначається його вплив на управління організацією (особливо важливим це є при оцінюванні топ-менеджменту організації).

Отже, проведемо оцінку соціально-психологічного клімату в колективі «Менеджмент» на прикладі підприємства торгівлі універсаму «Сільпо» ТОВ «Фоззі-Фуд».

Перший етап – це складання списку учасників опитування колективу (табл. 1).

Таблиця 1. Лист учасників опитування у групі «Менеджмент»*

№	Посада	ПІБ
1	Старший менеджер	Єгорова Н.В.
2	Старший менеджер	Семенчатенко О.І.
3	Менеджер	Думенко С.Д.
4	Менеджер	Мусасв Ф.О.
5	Менеджер	Ігнатенко Т.Є.
6	Помічник менеджера	Циганюк Я.Є.
7	Помічник менеджера	Білоус Ю.В.

* сформовано відповідно до штатного розпису супермаркету «Сільпо» (дозвіл на обробку отриманих даних наданий за усної згоди керівництва; результати аналізу були використані керівництвом для подальшої роботи в сфері управління персоналом групи «Менеджмент»).

Колектив групи «Менеджмент» у досліджуваній організації представлений 7 особами, з яких 2 людини обіймають посади «Старший менеджер», 3 людини – «Менеджер» та 2 людини – «Помічник менеджера». Кожній людині присвоєний порядковий номер, відповідно до якого буде проводитись оцінювання.

Другим етапом є заповнення працівниками соціометричних карточок із зазначенням їх відношення до інших колег. У табл. 2 представлено заповнені карточки колективу «Менеджмент» універсаму «Сільпо».

Третій етап передбачає складання зведеної таблиці результатів оцінювання працівників (табл. 3).

Четвертий етап. Результати опитування (оцінювання) на даних групової матриці (табл. 3) можна записати у вигляді табл. 4, що є більш легкою для сприйняття та подальшого аналізу.

П'ятий етап. Виходячи зі згрупованих даних необхідно побудувати загальну соціограму групових відносин, яка для групи «Менеджмент» універсаму «Сільпо» буде виглядати таким чином (рис. 1).

Виходячи з побудованої соціограми, можемо рекомендувати покращити соціологічний клімат працівників групи «Менеджмент» універсаму «Сільпо», оскільки наявна висока кількість негативних виборів, хоча в більшості випадків і невзаємних. Проте, в цілому, така заплутана соціограма має наявно пока-

зувати керівникові, що соціально-психологічний клімат в аналізованій групі є нестабільним, незадовільним. Працівники неоднозначно відносяться один до одного у колективі, немає згуртованості та єдності поглядів. У такому випадку, керівництву необхідно проводити певні корпоративні заходи – групові тренінги, коучинги, бізнес-ігри, командні ігри, тимблдіingi – для зміцнення соціально-психологічного клімату. У разі, якщо дані заходи не зможуть змінити ситуацію у колективі (або з часом вона погіршиться), для підвищення продуктивності праці та згуртованості групи необхідно передивитися склад колективу, внести зміни шляхом залучення нових кадрів, переведення на інші посади або у інші підрозділи підприємства.

Таблиця 2. Соціометричні картки працівників колективу «Менеджмент»*

Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Старший менеджер Єгорова Н.В.	x	+	-	-	-	+	-	2	4	6
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Старший менеджер Семенчатенко О.І.	0	x	+	0	-	-	+	2	2	4
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Менеджер Думенко С.Д.	+	-	x	+	+	-	+	4	2	6
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Менеджер Мусаєв Ф.О.	+	+	-	x	0	0	+	3	1	4
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Менеджер Ігнатенко Т.Є.	0	0	+	+	x	-	+	3	1	4
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Помічник менеджера Циганюк Я.Є.	+	+	+	0	-	x	-	3	2	5
Хто вибирає	Кого вибирають серед членів групи (номер відповідає особі з Листа учасників опитування)							Кількість відданих виборів		
	1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
Помічник менеджера Білоус Ю.В.	+	-	+	-	0	+	x	3	2	5

* презентовано як результат соціологічного тестування групи «Менеджмент» супермаркету «Сільпо».

Таблиця 3. Групова соціометрична матриця результатів оцінювання працівників групи «Менеджмент»*

№	Хто вибирає (Посада, ПІБ)	Кого вибирають серед членів групи							Кількість відданих виборів		
		1	2	3	4	5	6	7	+	-	Всього
1	Старший менеджер Єгорова Н.В.	x	+	-	-	-	+	-	2	4	6
2	Старший менеджер Семенчатенко О.І.	0	x	+	0	-	-	+	2	2	4
3	Менеджер Думенко С.Д.	+	-	x	+	+	-	+	4	2	6
4	Менеджер Мусаєв Ф.О.	+	+	-	x	0	0	+	3	1	4
5	Менеджер Ігнатенко Т.Є.	0	0	+	+	x	-	+	3	1	4
6	Помічник менеджера Циганюк Я.Є.	+	+	+	0	-	x	-	3	2	5
7	Помічник менеджера Білоус Ю.В.	+	-	+	-	0	+	x	3	2	5
Кількість отриманих виборів	+	4	3	4	2	1	2	4	20	-	-
	-	-	2	2	2	3	3	2	-	14	-
	Всього	4	5	6	4	4	5	6	-	-	34

* сформовано відповідно до даних табл. 2.

Таблиця 4. Таблиця виборів працівників групи «Менеджмент»*

№	Отримано «+»	Отримано «-»
1	2, 6	3, 4, 5, 7
2	3, 7	5, 6
3	1, 4, 5, 7	2, 6
4	1, 2, 7	3
5	3, 4, 7	6
6	1, 2, 3	5, 7
7	1, 3, 6	2, 4

* сформовано відповідно до даних табл. 3.

Шостий етап. На основі отриманих результатів стосовно соціально-психологічного клімату колективу «Менеджмент» визначаємо категорії учасників:

- «зірка» – № 1, № 3 та № 7 – старший менеджер Єгорова Н.В., менеджер Думенко С.Д. та помічник менеджера Білоус Ю.В. (зазвичай у «здоровому» колективі це має бути одна, максимум дві особи) – ці люди мають найвищий статус у аналізованій групі;

- «той, кому віддали перевагу» – № 2 – старший менеджер Семенчатенко О.І.;

- «середні» – № 4 та № 6 – менеджер Мусаєв Ф.О. та помічник менеджера Циганюк Я.Є.;

- «ізолювані» – немає;

- «відчужені» – немає.

Відсутність категорій «ізолювані» та «відчужені» вже є позитивним моментом в аналізі соціально-психологічного клімату колективу. В той же час,

враховуючи результати загальної соціограми групових відносин колективу групи «Менеджмент» це, скоріше за все, свідчить про байдужість колективу один до одного, про ігнорування створення в колективі взаємних глибинних зв'язків.

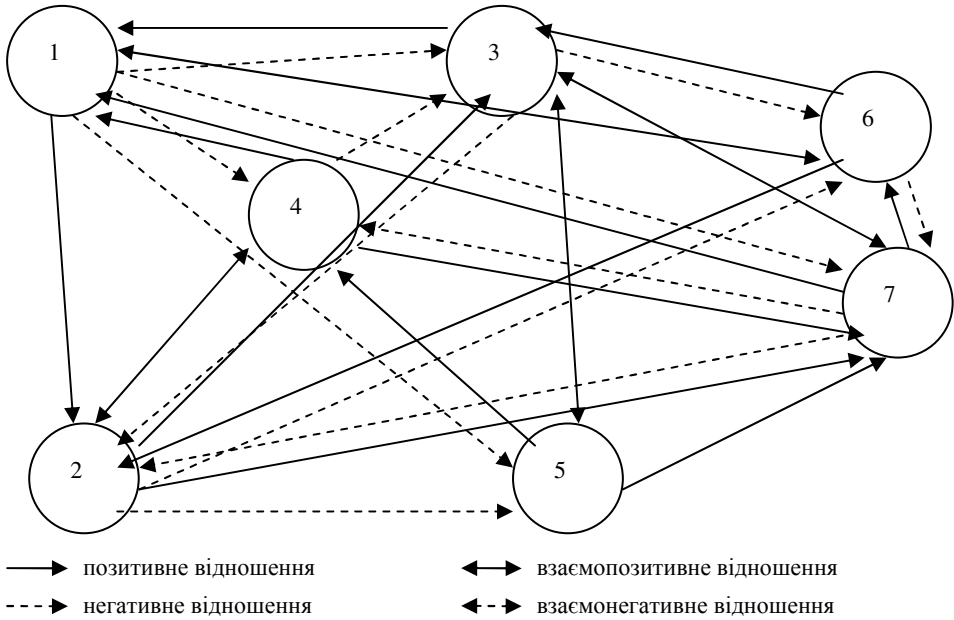


Рис. 1. Загальна соціограма групових відносин колективу групи «Менеджмент», побудовано відповідно до даних табл. 4

На основі отриманих виборів визначаємо ступінь згуртованості групи (табл. 5).

Таблиця 5. Загальний ступінь згуртованості групи «Менеджмент»*

Всього отримано виборів по групі		у тому числі					
		позитивних		негативних		нейтральних	
шт.	%	шт.	%	шт.	%	шт.	%
42	100	20	47,62	14	33,33	8	19,05

* розраховано відповідно до даних табл. 4.

Дані табл. 5 свідчать, що в цілому група «Менеджмент» універсаму «Сільпо» характеризується середнім ступенем згуртованості (19% складають нейтральні вибори і тільки 48% позитивних виборів, в той час як негативних виборів – 33%). Це підтверджує зроблений раніше висновок про необхідність підвищення рівня соціально-психологічного клімату в аналізованому колективі.

Сьомий етап. Для надання більш ґрунтовних висновків та створення бази для прийняття певного управлінського рішення стосовно подальшої діяльності досліджуваного колективу розраховуємо ряд соціометричних показників (оцінку соціально-психологічного клімату групи з елементами наведених ета-

пів, в тому числі розраховуючи ряд соціометричних показників, наводили такі вчені у своїх працях [1; 2; 5; 6]. В той же час, жоден з цих науковців не розглядав досліджувану проблему з точки зору впливу клімату на процес управління організацією та не було побудовано соціограму групових відносин досліджуваного колективу, що значно спрощувало результати аналізу):

1. Індекс згуртованості групи ($I_{зг}$) надає інтегральну характеристику згуртованості в групі (характеризує внутрішню емоційну атмосферу колективу):

$$I_{зг} = \frac{\sum R_{вз}^+}{0,5 \times N \times (N - 1)}, \quad (1)$$

де $\sum R_{вз}^+$ – кількість взаємопозитивних виборів у групі; N – кількість членів групи, що брали участь в опитуванні.

Чим більше позитивних виборів у групі – тим вище цей індекс. Чим ближче індекс до 1 – тим вища згуртованість групи.

Для групи «Менеджмент» універсаму «Сільпо» даний показник розраховується таким чином:

$$I_{зг} = \frac{3}{0,5 \times 7 \times (7 - 1)} = 0,14.$$

2. Індекс інтеграції (I_i) характеризує здатність групи зберігати свою структуру:

$$I_i = \frac{1}{N_n}, \quad (2)$$

де N_n – кількість членів групи, які не отримали жодного вибору.

Для групи «Менеджмент» універсаму «Сільпо» даний показник розраховується таким чином:

$$I_i = \frac{1}{0} = 0.$$

Якщо результати зазначених показників є низькими, це свідчить про те, що в колективі існують певні проблеми в сфері соціальних відносин: емоційні міжособистісні конфлікти, несприятливі фактори в колективі (в т.ч. приховані) тощо.

3. Соціометричний статус (St) характеризує відношення членів колективу один до одного:

$$St_i = \frac{Ro_i}{N - 1}, \quad (3)$$

де Ro_i – кількість голосів (виборів), отриманих i -тим членом групи.

Цей показник включає розрахунок позитивного та негативного соціометричного статусу, що є частинами загального соціометричного статусу:

$$St_{i_i}^+ = \frac{Ro_i^+}{N - 1}; \quad (4)$$

$$St_{i_i}^- = \frac{Ro_i^-}{N - 1}, \quad (5)$$

де St_i^+ (St_i^-) – позитивний (негативний) соціометричний статус i -го члена групи; Ro_i^+ (Ro_i^-) – кількість позитивних (негативних) виборів, отриманих i -м членом групи.

4. Індекс емоційної експансивності (E_i) характеризує відношення кожного члена колективу до оточуючих:

$$E_i = \frac{Rv_i}{N-1}, \tag{6}$$

де Rv_i – кількість виборів (голосів), відданих i -м членом групи.

Аналогічно розраховуються позитивний та негативний індекси емоційної експансивності.

5. Індекс обсягу взаємодії (A_i) виступає як індикатор відносно кожного члена колективу як суб'єкта і об'єкта:

$$A_i = \frac{Ro_i^+ - Ro_i^-}{N-1}. \tag{7}$$

Такі показники, як соціометричний статус, індекс емоційної експансивності та індекс обсягу взаємодії розраховуються окремо для кожного члена групи, тобто є персоніфікованими. Результати проведених розрахунків представимо в табл. 6.

Таблиця 6. Зведена таблиця соціометричних показників групи «Менеджмент»*

№	Члени групи	Соціометричний статус			Індекс емоційної експансивності			Індекс обсягу взаємодії
		заг	+	-	заг	+	-	
1	Старший менеджер Єгорова Н.В.	0,66	0,66	0	0,82	0,16	0,66	0,66
2	Старший менеджер Семенчатенко О.І.	0,83	0,5	0,33	0,49	0,16	0,33	0,16
3	Менеджер Думенко С.Д.	0,99	0,66	0,33	0,49	0,16	0,33	0,33
4	Менеджер Мусаєв Ф.О.	0,99	0,33	0,33	0,66	0,5	0,16	0
5	Менеджер Ігнатенко Т.Є.	0,21	0,16	0,5	0,49	0,33	0,16	-0,33
6	Помічник менеджера Циганюк Я.Є.	0,83	0,33	0,5	0,66	0,33	0,33	-0,16
7	Помічник менеджера Білоус Ю.В.	0,82	0,66	0,16	0,49	0,16	0,33	0,5

* розраховано відповідно до представлених формул (1)–(7).

Таким чином, індекс згуртованості колективу групи «Менеджмент» універсаму «Сільпо» складає 0,14, що підтверджує зроблений вище висновок про середній рівень згуртованості групи, оскільки відчувається вплив негативних виборів. Чим ближче індекс до 1, тим вища згуртованість групи. Керівництву організації рекомендується переглянути стратегію управління персоналом та розробити заходи з покращення соціально-психологічного клімату загалом на підприємстві та зокрема у групі «Менеджмент» для забезпечення більш ефективної діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Важливість періодичної оцінки та аналізу соціально-психологічного клімату в колективі не можна недооцінювати. Якщо в колективі назріває соціальний конфлікт, учасники

колективу не задоволені один одним, такий колектив не зможе ефективно працювати. Більш того, оскільки будь-яке підприємство є відкритою системою, можливе подальше погіршення психологічного клімату на рівні всієї організації. Модель співвідносин одного колективу буде накладатися на інші відділи, що буде деструктивно впливати на процес управління організацією, управлінські рішення не будуть знаходити ефективної віддачі (а відтак і впровадження) у колективі (або в колективах), що ускладнить умови діяльності підприємства. У такому випадку необхідно буде приймати кардинальні заходи щодо кадрового складу організації. Відповідно, це позначиться на рівні продуктивності праці, на рівні ділової активності підприємства, а відтак – на репутації підприємства загалом. Тому аналіз соціально-психологічного клімату колективу має періодично проводитись у будь-якій структурі; більш того, в профілактичних цілях необхідно підтримувати рівень корпоративної культури підприємства на належному рівні, в тому числі шляхом проведення командних заходів.

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: Навч. посібник. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 471 с.

Balabanova L.V., Sardak O.V. Upravlinnia personalom: Navch. posibnyk. – Donetsk: DonDUET, 2006. – 471 s.

2. Введение в профессию: основы деятельности психолога батальона, полка: Учеб.-метод. пособие / Под ред. Н.И. Резника. – М.: Просвещение, 2004. – 88 с.

Vvedenie v professiiu: osnovy deiatelnosti psikhologa batalona, polka: Ucheb.-metod. posobie / Pod red. N.I. Reznika. – M.: Prosveshchenie, 2004. – 88 s.

3. Вертель В.В., Комашина А.О., Федорчук І.В. Соціально-психологічний клімат колективу // Вісник економіки транспорту і промисловості.– Серія: Соціально-економічні питання.– 2012.– №40. – С. 292–295.

Vertel V.V., Komashnia A.O., Fedorchuk I.V. Sotsialno-psykholohichniy klimat kolektyvu // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti.– Serii: Sotsialno-ekonomichni pytannia.– 2012.– №40. – S. 292–295.

4. Горностай П.П. Групова взаємодія у світлі психологічних парадигм // Наукові студії із соціальної та політичної психології: Збірник статей НАПН України, Ін-т соц. та політ. психології / Ред. рада: М.М. Слюсаревський (голова), В.Г. Кремень, С.Д. Максименко та ін. – Вип. 35. – К.: Міленіум, 2015. – С. 113–126.

Hornostai P.P. Hrupova vzaiemodiia u svitli psykholohichnykh paradyhm // Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii: Zbirnyk statei NAPN Ukrainy, In-t sots. ta polit. Psykholohii / Red. rada: M.M. Sliusarevskiyi (holova), V.H. Kremen, S.D. Maksymenko ta in. – Vyp. 35. – K.: Milenium, 2015. – S. 113–126.

5. Калюжный А.С. Психология взаимоотношений в подразделении: Учеб. пособие. – Н. Новгород: НХТУ, Факультет военного обучения, 2014. – 36 с.

Kaliuzhnyi A.S. Psikhologiya vzaimootnoshenii v podrazdelenii: Ucheb. posobie. – N. Novgorod: NKhTU, Fakultet voennogo obucheniia, 2014. – 36 s.

6. Луцк Т.Р. Оцінка впливу соціально-психологічного клімату колективу на кадровий потенціал організації // Ефективна економіка: Електр. наук. фахове видання.– 2012.– №10 // www.economy.nayka.com.ua.

Lutsyk T.R. Otsinka vplyvu sotsialno-psykholohichnoho klimatu kolektyvu na kadrovyy potentsial orhanizatsii // Efektyvna ekonomika: Elektr. nauk. fakhove vydannia.– 2012.– №10 // www.economy.nayka.com.ua.

7. Михайлов А.С. Психологическое исследование факторов социально-психологического климата малых производственных групп // Научный журнал КубГАУ.– 2013.– №91 // ej.kubagro.ru.

Mikhailov A.S. Psikhologicheskoe issledovanie faktorov sotsialno-psykholohicheskogo klimata malyykh proizvodstvennykh grupp // Nauchnyi zhurnal KubGAU.– 2013.– №91 // ej.kubagro.ru.

8. Чорна Л.Г. Рольова взаємодія членів малої групи: питання методик і проблема методів дослідження // Актуальні проблеми психології. – Т. 1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – 2015. – Вип. 42. – С. 182–188.

Chorna L.H. Rolova vzaiemodiia chleniv maloi hrupy: pytannia metodyk i problema metodiv doslidzhennia // Aktualni problemy psykhologii. – Т. 1: Orhanizatsiina psykhologiiia. Ekonomichna psykhologiiia. Sotsialna psykhologiiia. – 2015. – Vyp. 42. – S. 182–188.

9. Bozadzhiev, V.L. (2013). Social Psychological Climate and Internal Image of Company. *European Journal of Natural History*, 5: 42–44.

10. Moreno, J.L. (1934). *Who Shall Survive?* Washington, Nervous and Mental Disease Publishing Co.

11. Moreno, J.L. (1951). *Sociometry, Experimental Method and the Science of Society: An Approach to a New Political Orientation.* Beacon House.