

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА
ФРАНКА**

Факультет історичний

Кафедра соціології

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

освітнього ступеня: бакалавр

На тему: «Тімблдінг як стратегія формування корпоративного духу
організації»

Виконав студент 4 курсу, групи ІСС-41с

спеціальності 054 «Соціологія»

Клебан В.В.

Керівник: асист., к.с.н. Ілик Х.В.

Рецензент: доц. Кудринська А.І.

Львів – 2022

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТІМБІЛДІНГУ	
1.1. Поняття корпоративної культури: мета, функції, способи побудови в організації.....	5
1.2. Поняття тімбілдіну: основні види та типи.....	13
1.3. Теорія людських відносин Є. Мейо як основна теорія емпіричного дослідження.....	20
Висновки до розділу.....	25
РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТІМБІЛДІНГУ.....	26
2.1. Аналіз основних теорій тімбілдіну.....	26
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження.....	29
Висновки до розділу 2.....	33
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	35
ДОДАТКИ	
Додаток 1. Програма авторського соціологічного дослідження.....	38

ВСТУП

Практична актуальність: На сьогоднішній день велике значення для функціонування та життя компаній мають людські ресурси, а саме пошук відповідних кадрів, покращення їхніх навичок роботи та створення відповідних робочих середовища. Подекуди, при вирішенні останнього пункту появляється найбільше проблем, які порушують роботу колективу та спонукають до появи негативної робочої атмосфери. Негаразди в колективі, невміння роботи в команді, різні погляди на виконання задач – це все або сповільнює, або взагалі паралізує роботу колективу та зупиняє робочий процес. Тому для створення робочого та командного духу в організацій треба також прикласти чимало зусиль, хоча часто на робочих місцях даний аспект вважається меншовагартісним, ніж інші. Для розвитку сучасної прогресивної компанії, на сьогоднішній день, є важливим вміння кожного члена колективу не тільки швидко та якісно виконувати поставленні завдання, а й необхідно вміти працювати разом із колективом. У сучасних організаціях вже давно ввійшло «в моду» наймати HR-менеджера, основною задачею якого є створення та покращення зв'язків між колективом. Даний працівник користується певними методами, які направленні на об'єднання колективу. Основним, найбільш популярним та працюючим на сьогоднішній день являється тімблдінг.

Теоретична актуальність: Поняття «тімблдінгу» та суміжних йому поняття описано у працях Дж. Адайра, М. Белбіна, Р. Кон, Р. Лайкерта, Ч. Маргерісона, Д. Маккена, Е. Портера, Б. Такмена. Також дане питання досліджувалося на базі робіт Т. Базарова, Ю. Жукова, А. Журавльова, Ю. Синягіна.

Мета дипломної роботи: визначення типів тімблдінгу, окреслення необхідності та ефективності даного феномену для створення та формування колективного та корпоративного духу організації.

Завдання роботи:

- Здійснити інтерпретацію основних понять: тімбілдінг, корпоративний дух.
- З'ясувати цілі, завдання та види тімбілдіngu.
- Описати значення тімбілдіngu в сучасних організаціях.
- Розробити концепцію авторського соціологічного дослідження тімбілдіngu.
- Створити програму соціологічного дослідження та здійснити його реалізацію.

Об'єкт дослідження: функції тімбілдіngu в організації.

Предмет дослідження: тімбілдінг як спосіб формування колективного середовища в сучасних організаціях.

Структура роботи: Робота складається із вступу, 2 розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТІМБІЛДІНГУ

1.1. Поняття корпоративної культури: мета, функції, способи побудови в організації

Для аналізу поняття корпоративної культури та визначення її місця соціологічній структурі, для початку слід ознайомитися із поняттям культура в соціології у цілому. Поняття «культури» є багатограним для кожної різної науки – філософія, культурологія, історія, мистецтвознавство та культурологія. Кожна із наук знаходить предмет вивчення для дослідження даного суспільного явища. Не останнє місце у вивченні займає і соціологія. У першу чергу соціологію цікавить роль та функціонування культури у суспільному середовищі, її вплив на розвиток суспільства. Вивченням даного явища в соціології займається соціологія культури.

Вперше поняття «соціологія культури» було вжито у використанні як соціологічний термін М. Адлером, який під предметом розумів «вивчення соціальних чинників становлення і функціонування культурних цінностей і норм, їх вплив на суспільство і соціальну поведінку людини»[21. с.218]. Однак даний термін був розкритикований та не набув поширення у соціологічній спільноті.

Відомий словник Маріана-Вебстера дає таке визначення культури – характерні риси повсякденно існування, які використовуються людьми при певному місці чи часі [24].

Серед соціологів, які описували поняття «культури» можна виділити поняття введене американським соціологом Н. Смелзером. Він вважав що дане поняття представляє собою систему цінностей, уявлень про життя та правила поведінки у ньому, яка являється спільними для людей, які є пов'язані певним спільним способом життя [22]. Згідно з даним твердженням, культура створюється людьми, тому повинна переходити та відтворюватися з покоління в покоління.

В свою чергу, інший відомий англійський соціолог Е. Тейлор у своїй праці дає таке визначення поняттю, як «Культура, або цивілізація, в широкому етнографічному сенсі складається у своєму цілому із знання, вірувань, мистецтва, моральності, законів, звичаїв і деяких інших здібностей і звичок, засвоєних людиною як членом суспільства» [23]. Для визначення даного питання він розглядав духовні сфери суспільного життя, та, в загальному, згрупував їх для вивчення. Також, слід виділити, що в подальшому всі вищезгадані явища він виділяє як здібності людини, як повноцінного учасника суспільства, тобто він вказує на суспільну природність людини.

Поняття культури має ще чимало інших пояснень, як в соціології так і в інших науках. Але пояснення даного поняття набуває інших значень при використанні даного поняття, як корпоративна культура. Прикладом даного поняття являється дослідження поняття корпоративної культури серед низки соціологів.

Вперше поняття корпоративної культури було вжито XIX ст. німецьким фельдмаршалом Мольтке, а саме для характеристики відносин серед офіцерського середовища [32].

Поняття корпоративної культури ввійшло у широкий вжиток у більшості країн світу вже на початку XX ст. Його використання напряму пов'язане із взаємовідносинами між різними компаніями та організаціями, із розумінням необхідності в інфраструктурі економічних, торгових та промислових процесах.

Дане поняття є досліджуваним у соціології підприємництва. Одним з перших, хто займався вивченням корпоративної культури всередині організації були представники Школи людських відносин, на чолі з Е. Мейо. Основу для початку дослідження поклав Хоторинський експеримент. Метою роботи було дослідження роботи організації в культурному аспекті. В результаті дослідження, Е. Мейо дійшов до висновків, що людина повинна бути причетна до соціальної групи та розуміння про покращення робочого

процесу на основі загальних цінностей компанії. Дані ідеї дослідження призвели до необхідності подальшого дослідження потреб та норм поведінки для працівників з боку культури в організації [25].

Вперше поняття корпоративної культури було озвучено у 70-80р. ХХ ст. та була наведені у працях А. Петтігрю «Вивчаючи організаційну культуру» (1979), Р. Паскаль і А. Атос «Мистецтво японського менеджменту» (1981), Т. Діла й А. Кеннеді «Корпоративна культура» (1982), Т. Пітерс і Р. Уотрелман «У пошуках ефективного управління» (1982) – у числі перших озвучили термін «організаційна культура» у контексті корпоративної культури і тези про те, що вона є важливим чинником економічної ефективності організації та її адаптації до зовнішнього середовища. Завдяки їхнім дослідженням була сформована думка, що корпоративна культура є одною із головних цінностей у організації та впливає на все: розпочинаючи з продуктів, які виробляє організація, і закінчуючи тим, як вона ставиться до своїх працівників [2].

Також термін «корпоративної культури» напряму пов'язаний із економічною наукою. Так М. Мескон, американський економіст і спеціаліст у менеджменті дає визначення корпоративній культурі як атмосферу і клімат в організації, що відображає звичаї, які в ній домінують. О. Наумов та О. Віханський вважали, що корпоративна культура являє собою набір найважливіших положень, які сприймаються членами робочого колективу та втілені у цінностях, декларованих організацією, та являються орієнтирами у поведінці [4].

Аналізуючи дані та інші роботи стосовно поняття «корпоративна культура», можна дати певне визначення, на основі якого буде базуватися подальша робота. Корпоративна культура організації – це система ціннісних уявлень робочого колективу, побудована на основі як працівників, так і їх спільної взаємодії в колективі, що характеризує цілі, культуру та принципи поведінки, як члена організації, так і самої організації в цілому.

На сьогоднішній день, корпоративна культура є одним із головних аспектів управління організаціями. В загальному, корпоративна культура являє собою сукупною системою певних цінностей, ділових принципів, норм поведінки, які беруть своє зачаткування в організаціях. Тому, одним із основних рівнем оцінки привабливості та ефективності діяльності являється рівень розвитку корпоративної культури [1].

Метою корпоративної культури можна вважати створення тісної комунікації в колективі. Переважно, створення сприятливої обстановки в колективі, здебільшого визначає стратегію розвитку підприємства, основні цілі та способи їх досягнення [1].

На сьогоднішній день поняття «корпоративної культури» тільки починає активно вивчатися серед соціологічного товариства, так як перші дослідження корпоративної культури припали на другу половину ХХ ст. Серед українського суспільства дане поняття являється новим. В більшості випадків зачаткування корпоративної культури для підвищення корпоративного духу вважається непотрібним та явищем, яке відволікає від робочого процесу. Але результати говорять про інше: при правильній побудові покращення контактів між працівниками покращує їхнє спільне виконання поставлених завдань.

Для створення корпоративної культури в організації необхідне існування умов, завдяки яких даний процес буде ефективним та продуктивним. В загальному їх можна поділити на такі фактори:

- ринкові – розвиток та рівнем конкуренції, інформаційні технології, глобалізація бізнесу, розподіл доходу серед населення, процесом проникнення на ринок;
- організаційні – способи та методи управління, система організації управління персоналом, найм співробітників та розвиток по кар'єрних сходах.
- економічна – розмір податків, економічний ріст, рівень інфляції, грошово-кредитна та фінансова політика;

- соціальні – народжуваність та смертність, середня тривалість життя, відношення до праці, стиль життя, соціальна відповідальність та соціальний добробут;
- політично-правовий – зміни у податковому законодавстві, політичні сили, законодавство про охорону праці, антимонопольне законодавство, державне регулювання [27].

Основами створення організаційної культури можна вважати три основних джерела:

- система особистих цінностей та своєрідна система індивідуальних способів їх реалізації;
- способи та форми організаційної діяльності, які втілюють деякі цінності учасників колективу, в тому числі особисті цінності керівників підприємств;
- уявлення оптимальних та припустимих норм поведінки співробітника у колективі, які входять в загальні поняття загальноприйнятих групових цінностей, які склалися у колективі [3].

Також, формування корпоративної культури має різні можливості створення, та в подальшому існування в організації. Таких способів є декілька:

- довготривала практична діяльність;
- вплив вищого керівництва;
- цілеспрямоване формування штучної організаційної культури фахівцями інших спеціалізованих організацій;
- природне набуття та засвоєння колективних норм та цінностей, запропонованих керівником або колективом [3].

Також, можна відзначити, що для існування корпоративної культури також є сенс існування індивідуальних якостей особистості, які є характерними для організації. Найнеобхіднішими являються: конкурентність, переконливість, лідерські якості, терпимість до монотонної адміністративної роботи [3].

Корпоративна культура в кожній із організацій може відрізнятися та бути неподібною в тому чи іншому сенсі на іншу. Кожний етап створення особливої корпоративної культури може відрізнятися та проходити із своїми особливостями. Але дані особливості не впливають на основні види створення формування та розвитку корпоративної культури.

Принципи корпоративної культури – це основні положення, які забезпечують її формування та розвиток. Дотримання підприємством принципів корпоративної культури впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських рішень, результативність діяльності працівників.

Підприємство має власну можливість формувати необхідні принципи корпоративної культури, але їх слід розділяти на загальні та спеціальні. До загальних принципів корпоративної культури входять:

- принципи соціально-економічного та інтелектуального розвитку – орієнтація на забезпечення економічного достатку, соціального та інтелектуального розвитку усіх працівників;
- принципи охоплення та системності – формування та розвиток корпоративної культури з охопленням нею усіх працівників, явищ, елементів та процесів, що забезпечують діяльність підприємства;
- принцип вимірності та корисності - корпоративна культура повинна виконувати функцію корисності як для людей, так і для підприємства;
- принцип відкритості та постійного удосконалення - корпоративна культура повинна бути відкритою, постійно вдосконалюватись, прагнути до нових досягнень;
- принцип координації - корпоративна культура першочергово повинна забезпечувати порядок у роботі підприємства та координувати поведінку людей на підприємстві, а також поза його межами;
- принцип обов'язковості - керівництво компанії має право здійснювати контролювання за дотриманням норм і правил корпоративної культури;

- принцип винагороди - корпоративна культура повинна забезпечити однакову та справедливу винагороду працівникам, що дотримуються її норм;

- принцип відповідності чинному законодавству – дотримання норм та правил корпоративної культури. До спеціальних принципів можна віднести:

- принцип вільного прояву – корпоративна культура повинна бути ненав'язливою та формуватися залежно від виду діяльності, якою займається підприємство;
- принцип узгодженості та відповідності цілей – кожне підприємство розробляє свою місію, стратегію, цілі, корпоративна культура повинна відповідати цим цілям та забезпечувати їх досягнення;
- принцип чіткості – усвідомлення менеджментом значення корпоративної культури: менеджери повинні вміти чітко сформулювати основні вимоги щодо корпоративної культури, чого вони хочуть досягнути за допомогою її використання;
- принцип особистісно-орієнтованого менеджменту – корпоративна культура повинна бути зосереджена на особистісно-орієнтованому менеджменті;
- принцип стосунків «керівництво – працівник» – в основі корпоративної культури повинні бути: чесність, порядність, вихованість, справедливість, повага, визнання влади, з одного боку, та визнання цінності та індивідуальності кожного працівника з іншого у становленні відносин;
- принцип еталону – корпоративна культура повинна бути еталоном ефективної діяльності [5].

Існування корпоративної культури в деяких організаціях часто недооцінюється та вважається непотрібним для використання на практиці. Часто, вище керівництво вважає, що міжособистісна комунікація між працівниками лише забирає робочий час у працівників та погіршує

виконання поставлених завдань. Проте, для виконання більшості роботи необхідна командна робота. А побудові командного духу, в першу чергу, сприяє створення корпоративної культури, адже вона виконує низку функцій, які покращують робочий процес. А саме:

- надання співробітникам організаційної ідентичності;
- визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності;
- допомога новим співробітникам швидко адаптуватися та прилучитися до роботи;
- стимуляція індивідуальної та колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій

Підсумовуючи усе вищесказане, можна сказати, що корпоративна культура процес який вже понад сотню років досліджується у різних галузях наукового знання, зокрема соціології. Дослідження даного поняття вказують, що корпоративна культура в організаціях посідає одне із найголовніших місць (якщо не головне) у формуванні робочого процесу в колективі, а в результаті створення внутрішньої корпоративної культури, як структурного чинника внутрішнього функціонування організації в цілому.

Сам термін корпоративної культури можна описати як систему знань норм та поведінки, які є загальноприйняті в організації. Формування даних знань можна описати як формування на основі матеріальних та моральних цінностях.

Загальні принципи, функції та форми корпоративної культури покладені для створення позитивної, сприятливої та робочої атмосфери серед усіх членів колективу та вищого керівництва, що в результаті покращує проходження робочого процесу та покращує швидкість та якість виконання як колективних, так і індивідуальних завдань організації.

Цілеспрямоване створення корпоративної культури серед сучасних організацій тільки набирає популярності, але вже зараз можна сказати про позитивні наслідки для розвитку в цілому. Сьогодні, одною із основних задач

кожної організації є створення належної корпоративної культури, з метою покращення ефективності діяльності колективу та забезпечення стабільного розвитку працівників.

Дивлячись на все вище сказане, можна сказати, що корпоративна культура позитивно впливає на розвиток колективу та розвитку підприємницької діяльності в цілому. Здебільшого вона формується самими працівниками, менеджерами або керівниками. Одним з головних способів створення корпоративної діяльності являється застосування спеціальних занять та тренінгів з працівниками. Таким способом створення корпоративної культури являється тимблдінг, основні види якого ми розглянемо у наступного підрозділі.

1.2. Поняття тимблдіngu: основні види та типи

Поняття тимблдінг походить від англійських слів (team-команда, building-будувати). Поняття тимблдінг означає комплекс дій направлених на розвиток та укріплення команди, покращення командної взаємодії та виявлення проблем, з подальшим їхнім знешкодженням [7].

Точно невідомо коли було створено поняття тимблдінг, але першим подібним заходом створення такого типу занять приписують Стародавньому Риму. Для покращення бойового духу та згуртованості серед солдатів та легіонерів створювалися змагання, як колективні, так і індивідуальні, на прояв фізичної сили, винахідливості та витривалості. В такий спосіб вищі чини підтримували бойовий дух та цілісність армії у мирний час. В подальшому вони прийшли до висновку, що спортивні ігри та змагання найкраще підвищують моральний дух колективу. На сьогодні нам відомий приклад такого першого тимблдіngu – Олімпійські ігри, які відомі і по сьогоднішній день [28].

Саме поняття тимблдіngu є найбільш поширене в менеджменті та часто використовується дослідниками як одного із основних та необхідних

способів використання у колективі для створення необхідної робочої атмосфери.

Американський дослідник менеджменту Гібб Дюрей, дає таку характеристику поняття тимбілдінг – техніка управління, на меті якої є використання та підвищення ефективності та продуктивності робочих груп завдяки різним заходам. Він вказує, що для створення відповідної команди в колективі необхідно мати певні вміння та навички, вміти аналізувати та спостерігати. Головною ціллю даних заходів повинні бути переслідування цілей організації [29].

На пострядянському просторі також були сформульовані поняття тимбілдіingu у галузі менеджменту. М. Істакова дає таке визначення поняття тимбілдіінг – це «заходи, спрямовані на створення певної атмосфери в колективі, яка буде сприяти досягненню загальних цілей і згуртуванню персоналу» [10].

Питання тимбілдіінгу мало розвинуте у соціологічних працях та дослідженнях. Даний процес не так активно вивчається серед соціологів, на мою думку через малу актуальність та популярність даного питання у сучасних організаціях.

На мою думку, дана тема дослідження являється маловивченою в соціологічному спектрі знань, хоча являється досить цікавою та необхідною для повної характеристики деяких соціологічних тем. Наприклад, як цілої галузі соціології малих груп.

Класифікація малих груп у суспільстві являється одним із основних чинників вивчення для даної галузі соціології. Одним із основних видів створення малої групи у сучасному суспільстві являється робочий колектив. Так як і подібні види малих груп (школи, університети і т.д.) дані групи будуються на формуванні спільних ідей та цілей для колективу. В подальшому формування даної групи людей у спільний колектив, який може вдало функціонувати у робочому колективі.

Утворення такої групи людей можна віднести до формальної, адже у ній є встановлені ролі кожного його члена та чітко поставлені його функції у колективі. Але у формальній групі можливі неформальні утворення, які також позитивно впливають на робочий процес.

Часто, при утворенні робочого колективу, створення малої соціальної групи на робочому місці, потребує допомоги різних чинників. Не завжди колектив знаходить між собою спільну мову та плідно проводить робочий час. Одним із найкращих способів згуртування малої групи у робочому колективі і являється тимблдінг.

Також значний вплив не тільки тимблдінгу, а й необхідності наявності командного духу в колективі можна спостерігати через наявні теорії управління персоналом, які в своїй більшості були охарактеризованими соціологами.

Прикладом необхідності командної культури у робочому колективі є управлінська теорія піраміди Маслоу. Маслоу у своїй теорії виокремив ієрархію потреб людини, які виникають по чергово після задоволення попередньої, від нижчої до вищої потреби:

- фізіологічна потреба;
- безпека та захищеність;
- соціальні потреби;
- визнання і повага;
- самовираження [30].

Згідно з даною теорією можна побачити, що після задоволення перших двох, первинних потреб ідуть вторинні потреби, які показують, що мотивація працівника залежить від його приналежності до певної суспільної групи чи колективу, визнання його даної групою та можливістю індивіда до висловлювання власних емоцій та самовдосконалення. Згідно з даною теорією мотивації, під час робочого процесу основним способом задоволення вторинних потреб індивіда являється робочий колектив. І тому необхідність у наявності комунікації, взаєморозуміння, колективної культури в організації

являється одним із першочергових завдань. А для створення колективної культури в організації і використовується тимбілдінг.

Ще однією управлінською теорією можна показати необхідність корпоративної культури. На противагу попередній теорії Маслоу була створена теорія мотивації К. Алдерфера, який запропонував теорію ІВР – існування, відношення та росту:

- Існування: необхідність у матеріальних та фізичних потребах.
- Відношення: необхідність у зв'язках із соціальними групами та індивідами.
- Ріст: необхідність у розвитку та позитивному впливі на суспільство [31].

Дана теорія відрізняється від теорії Маслоу тим, що Алдерфер вважає можливість руху людини по параметрам потреб не тільки від найнижчого до найвищого, а й навпаки. Однак існування подібних теорій тільки підтверджує тезу про одну з необхідностей індивіда: до соціалізації, приналежності до робочого колективу.

В загальному, майже всі соціологічні теорії управління персоналом підтверджують те, що кожна особистість прагне не тільки до задоволення фізичних потреб, а й соціалізації у робочому колективі, отримання визнання та в подальшому самовдосконалення.

Для детальнішої характеристики поняття тимбілдінг, слід детально розібрати основні моменти його використання в організаціях. В зарубіжній соціології виділяють такі підходи до утворення команди:

- розвиток та узгодження командних цілей – створення команди на основі досягнення розвитку групи та їхнього розуміння у необхідності досягнення як і персональних, так і командних цілей;
- інтерперсональний підхід – орієнтований на аналіз процесів і поліпшення відносин; спрямований на покращення людських відносин між командою та думкою, що за рахунок цього команда може функціонувати більш ефективно;

- рольовий підхід – суть даного підходу це покращення роботи, завдяки створенню або збільшенню якості ролей, в результаті чого кожен член команди знає, яку роль він виконує в команді та ролі інших членів команди. В результаті чого він розуміє чого очікувати від інших членів команди та, що від нього бажають отримати його колеги;
- підхід вирішення проблем – заснований на думці, що команда стає більш ефективною завдяки спільним вирішенням проблем усіма учасниками команди. Тобто в процесі створення команди, її члени визначають головні проблеми та спільними зусиллями активно вирішують поставленні задачі. Також вони пристосовуються до роботи в команді і навчаються планувати свою діяльність [14].

Наступним кроком після формування команди являється її розвиток у організації. Даний розвиток проходить п'ятьма стадіями:

- Стадія формування – підбір та розстановка працівників на робочих місцях. За допомогою начальника має бути досягнуто соціально-психологічного взаєморозуміння між працівниками.
- Стадія становлення – становлення та виявлення особистих якостей членів групи. Затвердження за працівниками певних ролей.
- Стадія нормування – забезпечення згуртованості колективу, подолання конфліктів, створення спільних норм та цінностей. На цій стадії тимблдінг досліджує сильні та слабкі сторони працівників та шукає для них нові ролі в організації.
- Стадія зрілості – етап високо рівня розвитку команди. Характерна висока соціально-психологічна сумісність працівників, виявлення різних здібностей та навичок.
- Стадія самоуправління – узгоджений контроль у групі, через створення єдиної системи норм та цінностей. Група має право на самостійне прийняття рішень [15].

Сьогодні тимблдінг являється популярним способом вирішення проблем у колективі. Часто він використовується не тільки для створення командного

духу, а й для його підтримки в організаціях. Тімблдінг являється просто веселим способом провести час із колективом. Спосіб проведення тімблдінгу в основному ділиться на певні види:

- Активний: спортивні ігри, заняття на свіжому повітрі.
- Сюжетний: ігри, направленні на проходження певного сюжету, примірянням ролей (квест-кімнати).
- Інтелектуальний: розв'язання інтелектуальних задач.
- Творчий: ігри, направленні на творчий підхід до виконання поставлених завдань.

Дані види тімблдінгу є популярні серед організацій. Їх часто застосовують та поєднують між собою з метою урізноманітнення колективної роботи та створення робочих зв'язків між колективом та окремими представниками робочого персоналу [10].

Позитивний вплив тімблдінгу на організацію напряду впливає на виконання основних функції, необхідних для компанії:

- Навчання співробітників працювати в команді, а саме: колективне вирішення поставлених завдань, розділення ролей в команді, колективне вирішення суперечливих питань, набуття вміння використання ресурсів кожного учасника команди.
- Створення та підтримка дружніх відносин між колегами.
- Адаптація нових членів команди до робочого середовища організації.
- Зняття психологічної напруги та виявлення і знешкодження конфліктних ситуацій.
- Покращення рівня довіри та взаємодопомоги серед працівників у робочому колективі.
- Збільшення відповідальності, стосовно як командного, так і індивідуального досягнутого результату.
- Перепрограмування мислення працівників із сторони конкуренції між собою в бік співробітництва та кооперації.

- Підвищення до кар'єрного росту співробітників, а саме: ділитися досвідом, обговорення проблем та пошуки шляхів до їх вирішення, аналіз минулого досвіду, врахування помилок та прийняття висновків у роботі.
- Збільшення рівня ініціативності серед співробітників, для виконання певних задач та подолання проблем [10].

З виконанням вищезгаданих функцій тимбілдінг також вирішує низку питань в колективі:

- формування ідеї цінності та необхідності серед спеціалістів;
- створення ефективного механізму прийняття рішень в команді;
- створення дружніх зв'язків між колегами в команді;
- визначення сильних та слабких сторін як і в команді так і в кожного її учасника окремо;
- виявлення неформального лідера;
- розкриття творчого потенціалу працівника;
- створення навички до вирішення нетипових задач [13].

В соціологічному плані немає конкретно визначеного поняття «тимбілдінг». Сам термін не часто використовується у соціологічних працях і тому конкретного соціологічного визначення даного питання немає. Тому, на мою думку, слід окреслити дане поняття для корпоративного духу організації. Отже, тимбілдінг – це процес, направлений на створення та покращення колективних навичок робочої групи індивідів, з метою утворення корпоративного духу та культури в організації.

На сьогоднішній день, одним із найпопулярніших способів утворення командного духу в організації являється тимбілдінг. Дане поняття в базовому своєму існуванні, започатковано ще задовго до появи самого терміну тимбілдінг. Дане поняття більш глибоко вивчається у менеджменті, і тому є необхідність у окресленні даного поняття в межах соціологічних дисциплін та теорії. Необхідність тимбілдингу представлена у більшості теорій управлінської діяльності, які тісно переплітаються із менеджментом.

Процес тимблдингу направлений на створення основних норм та правил поведінки у певному середовищі, в даному випадку у робочому колективі. Застосування даного методу розвитку колективу позитивно впливає на процес утворення колективної культури, розподіл ролей між працівниками, побудови взаємодії між працівниками, покращення неформальних стосунків у колективі, створення відчуття колективної відповідальності серед працівників та приближення керівництва до робочого колективу. Виконання базових функцій тимблдингу позитивно впливає на робочий процес та покращує швидкість та якість виконання колективних завдань.

1.3. Теорія людських відносин Є. Мейо як основна теорія емпіричного дослідження

Згідно попереднього розділу, процес створення та вдосконалення корпоративного духу та культури являється важливим складником управлінських соціологічних теорій. В свою чергу, тимблдинг є одним із основних та найголовніших процесів створення позитивної комунікації у робочому колективі.

Одним з перших, хто визначив важливість корпоративної культури в організації та ввів поняття тимблдингу являється американський соціолог та психолог Е. Мейо. Завдяки Хоторнському експерименті, а саме аналізу поведінки людей на робочому місці, він провів революцію у розуміння мотивації працівників.

Перед теорією людських відносин Е. Мейо, панівною теорією ставлення до людей на робочому місці була теорія тейлоризму. Тобто розгляд людей як машин, які можуть працювати в будь-яких умовах. В свою чергу, Мейо поширив ідею «соціальної людини», тобто організація повинна ставитися до людей як до індивідуальності, а не машин.

Теорію людських відносин Е. Мейо це: дослідження переконань, що люди бажають бути частиною команди, яка підтримує розвиток та зростання. Якщо люди, отримують увагу та заохочення до роботи, вони більш

мотивовані та сприймають роботу як важливу, що призводить до належного виконання своїх обов'язків та відчуття підтримки [16].

Хоторнський експеримент був проведений у листопаді 1924 року на заводі Hawthorne Works, в місті Сісеро. Самою метою проведення даного експерименту було вивчення фізичних умов на продуктивність праці. Але, згодом, вчені відкрили набагато важливішу теорію – теорію «людських відносин» [18].

Дане дослідження мало проводитися у формі одного експерименту. Суттю експерименту було визначення впливу освітлення на дві робочі групи: контрольну та експериментальну. В результаті дослідники були здивовані: при збільшенні рівня освітленості продуктивність обидвох груп збільшилася, так само як і після зменшення освітленості.

Були зроблені припущення, що освітлення дає тільки незначний ефект на робочий процес, а основний фактор впливу на групу знаходився поза межами контроль групи.

Через невизначеність у результатах, група вирішила провести ще один експеримент. На той момент до дослідження і приєднався Е. Мейо, відомий вчений Гарвардського університету. Саме його в першу чергу згадують, коли мова йде про даний експеримент [18].

Другий експеримент почався із відбору шести добровольців жіночої статі, які почали працювати окрему, не спілкувалися із колегами, а тільки між собою та отримували окрему зарплату. Головним чинником даної групи була загальна робота та свобода у спілкуванні. В результаті між працівниками виникли більш тісні контакти. Перша гіпотеза, представлена вченими, підтверджувалася.

Дальше, в даний експеримент були внесені зміни: збільшили кількість перерв та зменшувався робочий час. В результаті чого продуктивність даної робочої групи росла. Але, після повернення умов праці не початковий рівень продуктивність залишилася на тому ж рівні.

Дані результати виявилися нелогічними для дослідників. Для в'яснення більш детальних даних провели опитування, яке виявило значний вплив людського фактору на продуктивність та робочий процес. «Але його (ріст продуктивності) можна було пояснити тим, що називалося формуванням організованої соціальної групи, а також особливими взаємовідносинами з керівником цієї групи» [18].

Третій експеримент складався з понад 20 тис. опитувань працівників. . В результаті вони виявили, що статус кожного працівника та відношення до робочого процесу залежить як від цього працівника, так і від трудового колективу. Для вивчення впливу трудового колективу на працівника був проведений четвертий експеримент [18].

Четвертий етап був направлений на вивчення матеріальної складової при стимулюванні працівників. Вчені вважали, що одні працівники будуть швидко виконувати свою роботу та підганяти повільніших. Але все сталося навпаки. Швидші працівники спеціально зменшували власну продуктивність роботи через небажання виходити з норм поставлених групою та вони не хотіли здатися загрозою зменшення прибутку інших колег. Але, і працівники, які працювали повільніше від інших старалися збільшувати продуктивність, щоб не відставати від успіхів групи [18].

Згідно із даними Готоринського експерименту вчені прийшли до висновків, що:

- Фабрика не тільки являється техніко-економічною одиницею, але і соціально-психологічною організацією.
- В колективі працівники будують невеликі формальні групи.
- Норми та цінності у утворених групах мають значний вплив на поведінку та результати діяльності працівників.
- Фізичні умови праці мають великий вплив на моральний стан та продуктивність роботи працівників.

- Більший вплив ніж фізичні норми праці, мають психологічні, а саме особисті стосунки між працівниками та керівництвом та інші соціальні та психологічні фактори.
- Матеріальна мотивація не є основним видом мотивації. Вони реагують на загальну ситуації під час робочого процесу (заохочення, визнання, залученість до справи, робота колективу і т.п.)
- Неформальні лідери відіграють важливу роль в утворені та дотриманні групових норм.
- Менеджери повинні розуміти особистісні та групові відносини серед робочого колективу [18].

Експерименти Е. Мейо значно вплинули еволюцію управлінської думки. З часом багато організації взялися покращувати відношення до робочого колективу. В менеджерів появилася нова робота: не тільки фізична складова робочого процесу, а й слідкуванням та за психологічним та соціальним здоров'ям працівників, створювалися нові концепції мотивації, авторитету та лідерства в організації.

На початку оприлюднення у широкий загал експерименти Е. Мейо піддалися критиці. Їх критикували за відсутність наукового аналізу та досліджень. Говорили, що дослідники мали певні упереджені переконання та уявлення, які вплинули на чесний хід проведення та результати експериментів. Вони вважалися занадто вузькими та невеликими, щоб підтвердити висунуту дослідниками теорію [19].

Критика досліджень серед європейських вчених не завадила взяти дану теорію на використання японським компаніям. Успішне використання та розвиток теорії людських відносин Є. Мейо призвели до значного росту економіки японських компанії у середині ХХ ст. Колективне прийняття управлінських рішень, соціальні гарантії протягом життя, групова форма організації праці, колективна відповідальність, партнерство у виробничих відносинах – ці та інші складові були привнесені та розвинуті завдяки теорії людських відносин Є. Мейо. Згодом було розвинута власна, японська модель

управління, заснована на Готоринських дослідженнях, теорія «Z» У. Оучі [20].

На мою думку, дане дослідження кардинально змінило ставлення до людини під час праці. До приходу даної теорії працівник розцінювався, як робочий механізм, який легко замінити, а основною його мотивацією являлося тільки матеріальне забезпечення та технічне вдосконалення виробництва.

Я вважаю, що дана теорія підходить як основна теорія мого емпіричного дослідження. Завдяки даній теорії вперше всі побачили, що наявність колективу на робочому місці є важливим чинником робочого процесу. Продуктивність командної роботи, створення нових зв'язків комунікації, контакт з керівником, соціальне та психологічне здоров'я працівників – це та багато іншого, що позитивно впливає на економічний та соціальний успіх компанії.

Сьогодні розвиток корпоративного духу та культури є одним із головних завдань прогресивних компаній у цілому світі, велика кількість HR-менеджерів тому підтвердження. Цілеспрямована робота з колективом, вирішення наявних або можливих конфліктів, покращення робочого процесу – основні параметри, які сьогодні кожний роботодавець повинен надавати кожному працівникові.

Тімблдінг, на сьогоднішній день, є основним інструментом досягнення вищезгаданих цілей. Процес утворення команди є важким процесом, та не завжди підвласний керівництву та менеджерам. Більшість використовують тимблдінг для досягнення позитивних цілей у робочому колективі.

Описані Е. Мейо результати демонструють покращення робочих норм та підвищення продуктивності, завдяки корпоративному духу, що існує між працівниками, проводячи ряд експериментів та змінюючи робочий процес. Але сьогодні існують нові методи покращення корпоративного духу. Тому, основною метою мого дослідження являється визначення чи насправді тимблдінг приносить такі позитивні зміни у робочий колектив.

Висновки до розділу 1

Поняття корпоративного культуру вивчається у багатьох науках та активно розвивається. Соціологічне питання корпоративного духу є поширеним та одним із основних у даному питанні. Поступовий розвиток поняття корпоративного духу змінив ставлення до робочого процесу та просунув нові ідеї в маси. Корпоративний дух впливає не тільки на працівників, а й на розвиток організації в цілому, тому одним із основних показників розвитку організації являється колектив, а саме його корпоративна культура.

Поняття тимблідінг являється новим поняттям, але вже активно використовується серед сучасних організацій. Більшість тимблідінг утворюють колективну культуру, а саме колективну спільноту, яка прогресивно використовує групові ресурси для досягнення основних задач, утворення колективних цінностей та норм поведінки.

Загальні поняття корпоративного духу та корпоративний дух сьогодні є частиною майже усіх прогресивних теорій управління та являються основними чинниками їх діяльності. Більшість ідей створені з метою покращення робочого процесу та створення колективної праці в організації. У Е. Мейо одного із перших дані ідеї побачили світло, та кардинально змінили організаційну культуру. Сьогодні таким поняттям покликаний займатися тимблідінг.

РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТІМБІЛДІНГУ

2.1. Аналіз основних теорій тимбілдіngu

Протягом довгого часу розвитку підприємницької діяльності, працівник вважався і вважається основним елементом діяльності та руху майже кожної організації. Людина, як робоча одиниця, являється основним руховим механізмом роботи та продуктивності діяльності як окремого робочого процесу, так і всієї організації в загальному. На сьогоднішній день, розуміння працівника не тільки як робочий механізм, а й як людину з потребами набагато краще впливає на розвиток підприємницької діяльності та й самих працівників.

Проте, в даній сфері, як здебільшого і в інших видах діяльності людини, робота одного працівника не є ефективною без взаємодії з колективом. Один працівник не може відповідно реагувати на зміни та нововведення у сферу діяльності та ефективно використовувати їх. Для виконання поставлених завдань, зокрема у підприємницькій діяльності, найбільш ефективним являється утворення та розвиток команди та командного духу в організації. Більшість сучасних організацій, не тільки в сфері підприємницької діяльності, а і у спортивній, державній та інших сферах розуміють необхідність утворення колективу у середині своїх організацій.

Проведені дослідження та теорії з управлінської діяльності вказують на позитивні сторони та необхідність утворення команд у робочому колективі. Велика кількість досліджень стосується саме підприємницької діяльності, а саме: формування команд, аналіз конкурентоспроможності, вивчення ролі корпоративного духу та культури на робочий процес. Дані теорії частково або повністю описують не тільки необхідність командного духу в організації, а й процес формування та існування команди, тимбілдіngu.

Найбільш популярні теорії, які зараз активно використовуються у вивченні понять тимбілдіngu та командного духу, активно розвивають дані

поняття для ефективного розвитку та прогресу у колективній роботі не тільки в організації, а й в інших видах колективної роботи.

На мою думку, для проведення необхідного та правильного дослідження, для початку слід ознайомитися із іншими дослідженнями та теоріями, завдяки яким можна визначити основні цілі командотворення, тимблдіingu та командного духу. Найбільш відомі та популярні теорії, пов'язані з командотворенням, розвивалися з початку ХХ століття, на фоні зміни розуміння ролі працівників на підприємстві та у соціальній необхідності індивідів. Більшість з даних теорій можуть об'яснити необхідність утворення команд як для організацій так і для кожного працівника індивідуально. Слід розглянути дані теорії більш детально.

Піраміда Маслоу: Одною із основних та, напевно, найбільш популярних із даних теорій являється теорія мотивації Маслоу. У 1940 роках Маслоу для пояснення мотиваційних особливостей у індивідів створив класифікацію даних потреб, поділивши їх на 5 категорій.

- Фізіологічні потреби: потреби у їжі, воді, відпочинку та інші першочергові необхідності людини.
- Потреби у безпеці: фізична та психологічна безпека індивіда.
- Соціальні потреби: необхідність у соціальних контактах – дружба, любов, колектив.
- Потреби в повазі: необхідність у особистих досягненнях, компетентності повазі.
- Потреба у самовираженні: ріст індивіда як особистості, потреби у самореалізації.

Дані види мотивації побудовані на основі вподобань людини і основних потреб та показують основну мотивацію людей, що напряду пов'язано із робочим процесом кожного колективу, адже він складається із індивідів. Дана теорія вказує на залежність одної види потреби від іншої (задовольнивши першу потребу людина почне задовольняти наступну). Але дана теорія піддалась критиці через невідповідність її для кожного окремого

індивіда. В залежності від людей існують різні необхідності у потребах, що не відповідає лінійності задоволення даних потреб [33].

Дана теорія показує, що одною із основних видів мотивації являється необхідність у соціальному контакті працівника. Під час робочого процесу колектив являється основним джерелом соціального контакту у індивіда, і налагодження основних контактів серед працівників постає одною із основних задач в колективі. Завдяки задоволенню соціальних потреб працівник буде мати мотивацію для роботи та вони будуть об'єднані у команду для спільної роботи.

Теорія Х і Y Д. Макгрегора: Дана теорія була розвинена у 60-х роках ХХ ст. та направлена на керування персоналом у організаціях. Ці теорії були основані на двох основних: теорії Х та Y.

Перша, теорія Х, вказує на матеріальну складову мотивації працівників. Вона вказує, що працівники схильні до лінії та вони використовують будь-яку нагоду задля уникнення роботи. Для створення необхідного, робочого колективу необхідна ієрархічна модель управління, тобто збільшений контроль над всіма працівниками, за допомогою менеджерів. Дана теорія активно використовувалася у ті часи та установлювалася на основі загрози покарання.

Друга, теорія Y, вказує на амбітність та внутрішні переконання працівників у необхідності праці. Дана теорія вказує, що задоволення працівників від фізичної та розумової роботи являється для них найбільшою мотивацією та напряду впливає на продуктивність робочого процесу. Дана теорія являється більш сучасною та використовується і сьогодні для управління персоналом [34].

Для нас найголовнішим та найцікавішим у даних теоріях являється їхнє продовження. Його теорії були продовжені у працях його учня В. Оучі під назвою теорія Z. Основним видом управління у даній теорії являється турбота про працівника, в першу чергу про його соціальне життя, що забезпечує його вірність для компанії.

Дана теорія являється найбільш продуктивною для використання, адже більш направлена на індивідуальну складу працівника та направляє її на робочий процес. Робота колективу являється одним із основних елементів даної теорії, що напрями підтримує не тільки покращення робочого процесу, а й підтримує індивідуально кожного працівника.

Концепція «FSNP» Б. Такмана. Дана концепція являється одною із основних форм пояснення утворення та існування команди у організації. Такман виділив 4 основних стадії розвитку груп:

- Forming – формування;
- Storming – конфлікт;
- Norming – нормування;
- Performing – виконання;

В подальшому дані етапи були доповнені 5 частиною, а саме Adjourning – закриття. Дана, доповнена теорія, вказує на приреченість будь-якої команди у колективі. На перший погляд дана теорія вказує, про тимчасовість команд та їхню швидкоплинність. Але, з іншого боку розпад команди не повинен вказувати на її непотрібність. Дана концепція тільки позитивно має впливати на розуміння утворення та розвитку команди в організації [35].

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження

Для авторського соціологічного дослідження я використав кількісні методи соціологічного дослідження. На відміну від якісних, які дають можливість глибшого аналізу певного конкретного випадку, кількісні методи дозволили мені опитати велику кількість працівників протягом короткого періоду часу. Для проходження анкети у Google Forms я застосовував стандартизовану анкету, яка складається із 12 запитань. Основою для запитань стандартизованої анкети та готових до них віял відповідей до них служать робочі гіпотези дослідження, які є закладені у програмі дослідження (Дод. 1).

Даючи відповідь на запитання респонденти, тобто працівники, які пройшли дане анкетне опитування, які більшою мірою відображають їх погляди на запропоновану тематику. Після збору інформації, емпіричні дані, що були добуті, були опрацьовані за допомогою Google Форм.

На основі проведеного авторського соціологічного дослідження на тему «Вплив командоутворення та тимблдингу на продуктивність робочого процесу», проаналізувавши кожне питання можна зробити наступні висновки:

Питання 1. На даний момент часу ви є працевлаштований?

Дане питання було поставлене для визначення відповідності респондентів в участі в даному опитуванні. Респонденти, які відповідали «Ні», на мою думку, не попадають до вибірки, через пов'язаність даного питання із іншими питаннями, що унеможлиблює надання відповідей таких респондентів. Отже, всі анкети респондентів, котрі беруться до уваги мають відповідь «Так» (100%).

Питання 2. Ви вважаєте себе членом колективу на робочому місці?

Дане питання направлене на визначення відчуття респондентів до їх приналежності до робочого колективу. Згідно з даним питанням більшість респондентів 78,1% вважають себе членом колективом; 21,9% не вважають себе членом колективу.

Питання 3. Якщо Вам поставлене завдання для виконання, як краще вам його буде виконати?

Дане питання в анкеті створено з метою визначення ставлення до виконання завдань, а саме вибір респондентів у підході до використання завдань. Згідно питання 75,2% опитаних надають перевагу виконання завдань з колективом, 24,8% надають перевагу індивідуальному виконанню поставлених завдань.

Питання 4. За п'ятибальною шкалою, як ви оціните ваші стосунки у колективі (1 - дуже погані, 5 - дуже добрі)?

Питання було вказано з метою визначення ставлення респондентів до власного колективу. Дане питання було побудоване за лінійною шкалою, в районі від 1 до 5, де 1 – дуже погані, а 5 – дуже добрі. На дане питання респонденти відповіли так: 1 – 0,7%, 2 – 8,8%, 3 – 23,4%, 4 – 54,7%, 5 – 12,4%.

Питання 5. За п'ятибальною шкалою, як ви оціните роботу вашого колективу (1 - дуже погано, 5 - дуже добре)?

Основною ціллю даного питання являється визначення думки респондентів до роботи його колективу. Воно побудоване як попереднє питання, за лінійною шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре. На це питання респонденти оцінили роботу колективу так: 1 – 0,7%, 2 – 6,6%, 3 – 32,1%, 4 – 39,4%, 5 – 21,2%.

Питання 6. Вкажіть Ваші основні види мотивації на роботі

В даному питанні було запропоновано основні види мотивації, якими можуть користуватися працівники під час робочого процесу. Матеріальний вид мотивації, а саме зароблення грошей, надають перевагу 95,6%, фізична (задоволення від фізичної активності) – 22,6%, соціальна (спілкування з людьми, дружні або любовні контакти) – 84,7%, самореалізація (потреба у саморозвитку, росту особистості) – 28,5%, інше – 2,2%.

Питання 7. На Вашу думку, чи необхідний соціальний контакт у робочому середовищі?

Метою даного питання було визначення ставлення респондентів до необхідності працівника до соціального контакту під час роботи. «Так» відповіли 94,2% респондентів, «Ні» – 5,8%.

Питання 8. Чи Вам раніше було знайоме поняття "тімблдинг" (система заходів з командоутворення та покращення роботи у команді)?

На дане питання «Так» відповіли 78,8% респондентів, «Ні» – 21,2%.

Питання 9. Чи ви коли-не будь брали участь у заходах тімблдингу?

Дане питання поставлено з метою використання системи тімблдингу в українських компанія. «Так» відповіли 56,9%, «Ні» – 43,1

Питання 10. На Вашу думку, для вашого колективу необхідно провести тимбілдінг?

На це питання респонденти відповіли так: «Так, це піде на краще» – 49,6%, «Ми вже проводили тимбілдінг в організації» – 21,2%, «Ні, в нас хороший колектив» – 23,4%, «Ні, він нічого не дасть» – 5,8%.

Питання 11. На Вашу думку, як тимбілдінг вплине на Ваш колектив та його робочий процес?

На це питання респонденти дали таку відповідь: Позитивно, покращить команду та роботу з колективом – 63,5%, нейтрально, ніяк не вплине – 32,8%, негативно, погіршить команду та роботу з колективом – 3,6%.

Питання 12. На Вашу думку, слід проводити тимбілдінг під час роботи?

Відповідь в респондентів була така: Так, як складова робочого процесу – 70,1%, ні, він не являється частиною робочого процесу – 29,9%.

Завдяки даним, отриманим із проведеного анкетного дослідження, можна підтвердити або спростувати гіпотези дослідження. *Перша гіпотеза* стосується необхідності робочого колективу у організації. Згідно з отриманими даними можна сказати, що більшість працівників позитивно ставляться до утворення команди, та надають перевагу виконанню завдань колективно, що вказує на необхідність та користь створення робочих колективів у організаціях. Також більшість працівників вказують, що одним із основних видів мотивації (на другому місці) для них є соціальна мотивація, необхідність у соціальних контактах.

Друга гіпотеза, а саме що стосується знання працівників про тимбілдінг, то можна сказати, що більшість респондентів знає про тимбілдінг, та показує обізнаність у заходах утворення колективу в організаціях.

Третя гіпотеза, а саме частка використання тимбілдіingu серед організацій є значно великою, а саме приблизно половина з даних вказує на використання методик тимбілдіingu у організаціях. Також, на основі інших

питань, можна сказати, що більшість респондентів вказують на необхідність проведення тимбілдингу серед різних організацій.

Остання гіпотеза, а саме про користь тимбілдингу для робочого процесу, то більшість результатів отриманих від респондентів вказує на необхідність більшого поширення тимбілдингу серед працівників, які вказують на необхідність його проведення та позитивний вплив на колектив. Також респонденти вказують на те, що тимбілдинг рахується як частина робочого процесу та відповідно повинно проходити під час робочого часу.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи все вище сказано, можна сказати, що тимбілдинг та командоутворення є необхідними процесами у робочій атмосфері та напряду покращує виконання поставлених завдань. Теорії приведенні у першому підрозділі вказують на поширеність та необхідність розкриття даного питання у соціологічному дискурсі. Вивчення даного питання є поширене у сучасному підприємницькому житті, що вказує на розвиток підприємницької діяльності не тільки у економічній сфері, а й соціальному житті, що позитивно впливає на людську сферу.

Більшість згаданих теорій були основою для створення та впроваджені у авторському соціологічному дослідженні. Основним для даного дослідження стало отримання інформації про необхідність командоутворення у організаціях та створення і проведення тимбілдингу серед працівників та колективу. Оцінюючи дані, отримані у опитуванні, можна позитивно описати розвиток та вплив організаційної культури в організаціях та розвиток заходів тимбілдингу для розвитку соціально-культурної атмосфери.

ВИСНОВКИ

Стисло описуючи та підсумовуючи викладений матеріал у дипломній роботі, можна вказати, що положення тимблдіingu у сучасній підприємницькій діяльності поступово покращується та активно починає впливати. Поступово зародки ідей, започатковані ще у ХХ ст., впродовж часу та активному розвитку і роботі дослідників, призвели до розвитку думки про необхідність соціальної складової у підприємницькій діяльності.

Дані ідеї поширені не тільки у сфері економіки, а й у інших видах соціальної діяльності. Це вказує необхідність дотримання та розвитку командоутворення серед них. Соціальна діяльність та активність для людини являється одним із основних необхідних параметрів для комфортного життя особи.

На сьогоднішній день, більшість організацій розумію потребу особистості у соціальних контактах та позитивний вплив на розвиток організації в цілому. Більшість соціальних контактів, здебільшого, створюються на робочих місцях, що вказує на необхідність створення соціальних зв'язків серед робочого колективу та створити позитивну атмосферу для використання її у робочому плані.

На мою думку, активне використання ідей тимблдіingu повинене розвиватися не тільки у теоретичній практиці, а й активно вводиться та ставати частиною, зокрема підприємницького життя.

Список використаної літератури літератури

1. Тарасова О. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління розвитком підприємства. Економіка харчової промисловості. №3 (19). 2013. С. 28-32.
2. Гайдученко С. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку організаційної культури публічного управління. Дисерт. докт. наук з держ. управ.: 25.00.01. 2016. 437 с.
3. Чернишова Т., Немченко Т. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 17.
4. Тарасюк Л. Основні наукові підходи до визначення термінології в галузі корпоративної культури. Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». 2012. № 1.
5. Бала О., Муқан О. Бала Р. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. 2010. С. 91-99.
6. Фіщук Н., Ломачинська І. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. – Збірник наукових праць ВНАУ. 2012. №1.
7. Маковоз Е., Сторожилова У. Необхідність тимбілдингу на всіх стадіях колективного. - Вісник економіки транспорту і промисловості. 2009. № 25. С. 124-125.
8. Литвиненко Т., Андреева И. Тимбилдинг в организации. Научный альманах. 2015. № 8. С. 1531-1534.
9. Хохлова Т. Team-building как основа современных персонал технологий. 2005. №3.
10. Ярмолюк Д., Хлуп'янець Д., Яблонська І. Тімбілдинг як один із ефективних методів управління персоналом. Приазовський економічний вісник. 2020. №3. С. 152-154.
11. Командотворення (тимбілдинг)
<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%BC%D0%B1%D1%96%D0%BB%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
12. Сорокун А. Тімбілдинг: розвага чи ефективний HR-інструмент? Кадровик України. 2019. №12.
13. Тимбилдинг как способ повышения эффективности сотрудников. 2021.
14. Виноградова О., Євтушенко Н. Динаміка розвитку групи і команди. Групова динаміка та комунікації. 2020. С. 4, 5.
15. Мороз О. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств: монографія. О. Мороз, Л. Нікіфорова, А. Шиян. Вінниця: ВНТУ. 2011. 252 с.

16. Єнін М. Доктрина людських відносин Е. Мейо. Соціологія: терміни і поняття. За заг. Ред. В. М. Пічі. Львів: Новий Світ-2000, 2018. С. 138; 581.
17. Словник Маріна-Вебстера. Електронний ресурс. URL: <https://www.merriam-webster.com>
18. Романовський О., Шаповалова В., Квасник О., Гура Т. Психологія тимбілдингу. 2017.
19. Підхід Е. Майо до управління людськими відносинами. Електронний ресурс. URL; <https://www.yourarticlelibrary.com/management/elton-mayos-human-relations-approach-to-management/70014>
20. Пчелицька Н. Теорія мотивації. Теорія Х, У, Z. 2011.
21. Зборовський Г. Общая социология. 2004. 592с.
22. Смелзер Н. Социология. М.: Наука, 1994.
23. Тайлор Е. Первісна культура. М., «Видавництво політичної літератури», 1989.
24. Онлайн-словник Маріама-Вебстера - <https://www.merriam-webster.com/>
25. Бурлакова А. Розвиток корпоративної культури в Україні. Персонал. К., 2005. № 5.
26. Андросова О. сучасний науковий підхід до формування структури, видів і функцій корпоративної культури на підприємствах. №5, 2017. с. 26.
27. Артеменко М. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. №917. 2010. С. 91-99.
28. Романовський О., Шаполова В., Квасник О., Гура Т. Психологія тимбілдингу. 2013. С. 7.
29. Gibb Dyer, Jeffrey Dyer. Beyond Team Building: How to Build High Performing Teams and the Culture to Support Them./ Gibb Dyer, Jeffrey Dyer. 1st Edition. 2019. С. 256.
30. Maslow, A. (1946). A theory of human motivation. Psychological Review, 50.
31. Веснин В. Основы менеджмента: учеб. пособие. М.: «ГНОМ-пресс», 1999.
32. Семененко В., Пишненко О. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2012. № 3-4 (4-5). С. 73-77.
33. A Theory of Human Motivation — original 1943 article by Maslow.
34. «Людська сторона підприємства». 960 р. Д. Мак-Грегор.

35. Tuckman, B., 1965. Послідовність розвитку в малих групах (Developmental sequence in small groups). Psychological Bulletin. С. 384-399.
36. Фопель К. Как научить детей сотрудничать? Психологические игры и упражнения - практическое пособие для педагогов и школьных психологов.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Програма авторського соціологічного дослідження

1. Методологічна частина

1.1. Проблематика ситуації

На сьогоднішній день, введення успішної діяльності у підприємницькій галузі на пряму залежить від двох основних чинників – зовнішнього та внутрішнього. До зовнішніх чинників можна віднести взаємодію між іншими компаніями та клієнтами, робота на зовнішньому ринку. Зовнішня складова являється головною для організації та, в першу чергу прив'язує до себе увагу та основні ресурси у діяльності. Зовнішня складова, такі як колектив, вважається менш важливим для розвитку організації. Перевага віддається факторам, котрі приносять основний успіх та матеріальне забезпечення, хоча колективні зусилля працівників також дають чималий внесок для розвитку. На практиці часто видно, що компанії, які менше приділяють уваги до створення робочого колективу та його розвитку, виконують гірше поставлені завдання та є нестабільними і короткотривалими.

Великі організації вже давно звернули увагу на потребу розвитку працівників, не тільки як робочої одиниці, а й як індивіда – елемента соціокультурного середовища. Дана тенденція поступово набирає свого поширення і серед менших компаній, що в майбутньому приносить для них позитивний розвиток. Дані ідеї поширюються не тільки серед іноземних компаній, а й поступово набирає розвитку серед українських організацій.

Ідея командоутворення є відносно новою ідеєю серед колективної свідомості. Створення команди – поступовий процес, який щораз потребує роботи та покращенням над ним. У світі активно створюють різні заходи, працюють спеціальні агенства із професіоналами, які направлені на вирішення даного питання. Всі ці та інші способи утворення та розвитку команди називають тимблдінг. Тимблдінг використовують не тільки для

досягнення цілей команди а й для створення позитивної робочої атмосфери у робочому колективі.

Через новизну даних способів підприємницького управління у організаціях, зокрема українських, на мою думку, необхідно визначити розуміння даних понять та процесів серед працівників та визначити вплив даних процесів на робочий процес.

1.2. Тема авторського дослідження

Вплив командоутворення та тимбілдингу на продуктивність робочого процесу.

1.3. Мета та завдання дослідження

Головною метою даного дослідження є визначення необхідності командоутворення у організації, як чинника впливу на робочий процес. Основні завдання:

- Розуміння терміну «тимбілдинг» серед працівників, та необхідність його виокремлення;
- Результати проведення тимбілдингу на колектив;

1.4. Об'єкт соціологічного дослідження

Робочий колектив, як робоча одиниця, їхня робоча ефективність.

1.4.1. Об'єкт за критеріями носія проблеми

Працівники робочих колективів, незалежно від віку та статі.

1.4.2. Об'єкт за загальною проблематикою

Командоутворення, ефективність колективного робочого процесу.

1.5. Предмет дослідження

Командоутворення та командна робота в організаціях. Тімблдінг, як допоміжні заходи в утворенні команди.

1.6. Теоретична інтерпретація базових понять

Тімблдінг - є однією з перспективних моделей корпоративного менеджменту, що забезпечує повноцінний розвиток компанії, та одним з найефективніших інструментів управління персоналом. Побудова команди спрямована на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність за результати своєї діяльності й на рівних засадах здійснюють розподіл праці в команді.

1.7. Робочі гіпотези дослідження

Вплив командування на робочий процес							
1. Робочий колектив у організації		2. Поінформованість працівників про тимблдинг		3. Популярність проведення тимблдингу в українських організаціях		4. Користь тимблдингу для роботи	
1.1. Необхідна ланка у підприємницькій діяльності	1.2. Непотрібна складова у підприємницькій діяльності	2.1. Більшість працівників знають про тимблдинг	2.2. Більшість працівників не знають про тимблдинг	3.1. Українські компанії проводять тимблдинг з колективом	3.2. Українські компанії не знають або вважають непотрібним проводити тимблдинг серед своїх працівників	4.1. Тимблдинг покращує робочий процес	4.2. Тимблдинг не впливає або погіршує робочий процес

2. Методична частина

2.1. Характеристика емпіричної бази дослідження

Основними параметрами генеральної сукупності є: працівники, які на даний момент часу є працевлаштованими. Для даної генеральної сукупності немає необхідності у віці та статі та т.п.

2.2. Опис методів й технік отримання інформації

Для отримання інформації дослідження вибрано метод анкетного дослідження. Інструментарієм дослідження являється анкета статистичного соціологічного дослідження. В анкеті представлені питання як з одним так і з декількома варіантами відповідей, та представленні лінійні шкали для оцінювання, а саме:

1. На даний момент часу ви є працевлаштований?

- Так

- Ні

2. Ви вважаєте себе членом колективу на робочому місці?

- Так

- Ні

3. Якщо Вам поставлене завдання для виконання, як краще вам його буде виконати?

- Колективно

- Індивідуально

4. За п'ятитибальною шкалою, як ви оціните ваші стосунки у колективі, де 1 - дуже погані, 5 - дуже добрі.

5. За п'ятитибальною шкалою, як ви оціните роботу вашого колективу, де 1 - дуже погано, 5 - дуже добре?

6. Вкажіть Ваші основні види мотивації на роботі (множинний вибір)

- Матеріальна(зароблення грошей)
- Фізична (задоволення від фізичної активності)
- Соціальна (спілкування з людьми, дружній або любовний контакти)
- Самореалізація (потреба у саморозвитку, росту особистості)
- Інше

7. На Вашу думку, чи необхідний соціальний контакт у робочому середовищі?

- Так, потрібно
- Ні, непотрібно

8. Чи Вам раніше було знайоме поняття "тімблдінг" (система заходів з командоутворення та покращення роботи у команді)?

- Так
- Ні

9. Чи ви коли-не будь брали участь у заходах тімблдінгу?

- Так
- Ні

10. На Вашу думку, для вашого колективу необхідно провести тімблдінг?

- Так, це піде на краще
- Ми вже проводили тімблдінг в організації
- Ні, в нас хороший колектив
- Ні, він нічого не дасть

11. На Вашу думку, як тімблдінг вплине на Ваш колектив та його робочий процес?

- Позитивно, покращить команду та роботу з колективом
- Нейтрально, ніяк не вплине

- Негативно, погіршить команду та роботу з колективом

12. На Вашу думку, слід проводити тимблдінг під час роботи?

- Так, як складова робочого процесу

- Ні, він не являється частиною робочого процесу

2.3. Обґрунтування логіки й методів аналізу даних

Через велику кількість респондентів та передбачувану велику кількість інформації, на мою думку, доцільним являється використання описативного методу аналізу даних. Основною перевагою даного методу являється визначення найпопулярніших відповідей (моди та медіани), що, на мою думку, найкраще покаже тенденцію стосовно основних цілей та завдань дослідження.