

ТИМБИЛДИНГ: ПСИХОЛОГИЯ УСПЕХА КОМПАНИИ

Целью настоящей работы является анализ стратегии тимбилдинга (от англ. team – команда и building – создание, строительство), которую можно считать современным средством создания благоприятного психологического климата в компании, а значит, и фактором ее дальнейшего успеха. Данное исследование связано с проблемой повышения эффективности работы компаний, которые состоят из большого числа сотрудников, отделов и подразделений, в условиях глобальной рыночной конкуренции.

Человеческий фактор и межличностные отношения в компаниях играют не менее существенную роль, чем бизнес-планирование, тщательная разработка маркетинговых программ, PR и другие средства оптимизации деятельности. Сегодня личностно-ориентированный подход является менее эффективным и действенным в сфере корпоративного менеджмента. Понятия командного духа, коллективизма и сплоченности занимают центральное место в современных корпоративных стратегиях, так же как и психолого-результативная связь «человеческий фактор – производительность».

Основы тимбилдинга были заложены еще в 1920 г. американским психологом Вильямом Мак-Дугалом (William McDougal), успешно пропагандировались ведущими компаниями США во второй половине XX века, а сегодня являются основополагающими для целого ряда организаций, которые предлагают услуги по решению психологических проблем в коллективе.

Тимбилдинг – это совокупность действий и мероприятий, которые помогают группе или команде людей достичь их общей цели, при этом повышая продуктивность их совместной работы. Командный менеджмент основан на принципах специализации, распределения труда и совместной ответственности. Современные теоретики стратегии тимбилдинга Дункан Броди (Duncan Brodie), Алан Хант (Alan Hunt), Ланс Винслоу (Lance Winslow), Сьюзан Хитфилд (Susan Heathfield) и др. подчеркивают, что это философия психологической гармонизации личностных возможностей и коллективных интересов.

В современном бизнесе стратегия тимбилдинга реализуется посредством разнообразных методов и приемов: тематические вечера и праздничные мероприятия (день рождения компании, Рождество; вечер национальной кухни, коктейлей или шоколада; поход в кино); спортивные состязания (велогонки, командные соревнования по преодолению препятствий, «охота за сокровищами») и др. Особое место отводится проведению специальных тренингов под руководством психолога. Участники команды выполняют коммуникативные упражнения, задания, направленные на коллективное решение проблемы, планирование своих предполагаемых действий, учатся доверять друг другу и конструктивно взаимодействовать.

Стратегия тимбилдинга помогает гармонизировать отношения между сотрудниками на основе сотрудничества; позволяет объединить и использовать на благо компании знания, умения и таланты разных людей; способствует развитию и совершенствованию личности; оптимизирует процессы решения проблем и принятия решений; создает более спокойную и комфортную атмосферу в офисе; вырабатывает гибкость характера, взаимопонимание и доверие между коллегами; гарантирует слаженность и целенаправленность их действий. Разумное и своевременное использование методов командного менеджмента может стать психологическим инструментом создания успешной и высокоорганизованной компании.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Market Leader: Upper Intermediate Business English (New Edition). Course Book / David Cotton, David Falvey, Simon Kent. – Longman, 2006. – 176 p.
2. Stafford, Ch.E. People in Business Organizations. – Cambridge, 1990. – 241 p.
3. Heathfield, Susan M. Keys to Team Building Success [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.About.com

УДК 04.51.59

Хильчук Т.Н.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кудрицкая Е.Г.

СПЕЦИФИКА РЕЛИГИОЗНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

В современном мире происходят значительные социокультурные изменения: разрушаются прежние системы ценностей, постепенно формируется глобальное информационное пространство и в то же самое время сохраняется и даже возрастает интерес к религии, как в традиционных, так и в нетрадиционных ее формах. Благодаря массовой культуре широко распространяется так называемая «новая религиозность» – характерный для современного этапа развития западного и белорусского общества тип религиозности.

Постсоветская Беларусь в 1990-е годы пережила «религиозный ренессанс», приведший к значительному росту религиозных организаций самых различных направлений, в том числе и численности участников. Если обратиться к статистике, можем наблюдать следующие изменения в численной структуре: так, в 80-е годы в СССР к числу атеистов себя отнесли 70 % населения. Сегодня, согласно данным аналитического центра ЕС-СОМ за январь 2012 года:

Атеисты	2,8%
Не верят	6,4%
Скорее не верят	9,8%
Верят	39,2%
Скорее верят	33,9%

Если суммировать результаты вариантов «верят» и «скорее верят», мы получим данные, что сегодня 71.3% населения является потенциально верующими. То есть за последнее двадцатилетие количественный рост числа верующих очевиден. Данный феномен автор объясняет тем, что обращение к религии возрастает в ситуации, когда несколько поколений людей в большинстве своем не имели никаких связей с институтом церкви. В результате крушения прежних идолов и идеалов в середине девяностых годов на постсоветском пространстве возникает мировоззренческая сумятица, духовно-нравственное одичание общества. Образовавшийся вакуум начал заполняться традиционными религиозными ценностями. Началось формирование нового мировоззрения, которое должно было удовлетворять, по меньшей мере, следующим требованиям:

- во-первых, быть противоположным прежнему мировоззрению;
- во-вторых, быть цельным, универсальным, способным ориентировать человека во всем многообразии феноменов повседневной жизни;
- в-третьих, иметь приверженцев, готовых убежденно и настойчиво внедрять его в общественное мнение. В 90-х годах таким мировоззрением могла стать только религия.

Сегодня отмечается возросший интерес молодежи к религии и тенденция омоложения среднестатистического верующего. Так, согласно статистике, в СССР в 80-е годы