MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
SOCIALINĖS POLITIKOS FAKULTETO
PSICHOLOGIJOS KATEDRA

LUCIJA CHALECKAJA
VERSLO PSICHOLOGIJOS STUDIJŲ PROGRAMA

VADOVŲ PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJOS

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas -
Prof. habil. dr. Viktoras Justickis

Vilnius, 2010

TURINYS

ĮVADAS ... 3
1. PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI ... 6
1.1. Psichologinės pagalbos ir psichologinės paslaugos samprata ... 6
1.2. Psichologinės paslaugos atmainos ... 8
1.3. Abstraktus ir realus poreikis psichologo paslaugoms: samprata, vystymasis ... 16
1.4. Atotrūkio tarp abstraktaus ir realaus poreikio psichologo paslaugoms šaltiniai ... 18
1.5. Bruožų krypties asmenybės teorijos ... 19
1.6. Penkių faktorių modelis kaip asmenybės teorija ... 20
1.7. „Penketo svarbiausiųjų“ asmenybės bruožų charakteristika ... 23
1.8. Savęs vertinimo samprata ... 24
1.9. Savęs vertinimo lygiai ... 25
2. TYRIMŲ, SUSIJUSIŲ SU VADOVO ASMENYBĖS BRUOŽAIS IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJOMIS, APŽVALGA ... 27
2.1. Vadovo asmenybės bruožų tyrimai ... 27
2.2. Vadovo asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos ... 31
3. TYRIMO METODIKA ... 33
3.1. Tyrimo dalyviai ... 33
3.2. Užduočių ir įvertinimo būdai ... 38
3.3. Tyrimo procedūra ... 42
3.4. Tyrimo etapai ... 43
3.5. Statistinės analizės metodai ... 43
4. VADOVŲ PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJŲ TYRIMO REZULTATAI ... 45
4.1. Psichologinių paslaugų poreikio analizė ... 45
4.1.1. Veiklų svarbumo įmonėje faktorinė analizė ... 45
4.1.2. Psichologinių paslaugų poreikio palyginimas pagal demografinius kintamuosius ... 48
4.2. Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos ... 58
4.2.1. Psichologinių paslaugų poreikio ir asmenybės bruožų sąsajos ... 58
4.2.2. Psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo sąsajos ... 67
4.3. Psichologinių paslaugų poreikio prognozavimas remiantys asmenybės bruožais ir savęs vertinimu ... 68
5. REZULTATŲ APTARIMAS ... 71
IŠVADOS ... 76
LITERATŪRA ... 77
SANTRAUKA ... 86
SUMMARY ... 86
PRIEDAS 1 ... 87
PRIEDAS 2 ... 88

ĮVADAS

Vadovas yra įmonės centrinė ašis, aplink kurią vyksta visa organizacijos veikla. Kaip ir kiekvienas savo mėgstamos srities specialistas, taip ir vadovas turi siekti sėkmingai ir pelningai plėsti verslą, turi greitai reaguoti į rinkos pokyčius, atsižvelgti į savo bei kolektyvo poreikius. Objektyviai psichologinių paslaugų poreikis formuojasi verslo įmonėse, tačiau subjektyviai – jų vadovų mintyse ir vizijose (Bagdonienė, Bagdonas, 2005). Psichologo teikiamos paslaugos, sprendžiant įmonių ir organizacijų problemas, įgauna modernios ir perspektyvios valdymo formos, kuri padeda įmonėms ir organizacijoms sėkmingai prisitaikyti prie besikeičiančios situacijos bei konkuruoti rinkose, bruožų (Kukarėnas, 2004).

Versle veikia žmonės, o ten, kur veikia žmonės, pasireiškia ir jų psichologiniai ypatumai. Psichologiniai ypatumai vienaip ar kitaip veikia vadovo veiklą. Vieni ypatumai gerina vadovo veiklą ir tuo būdu stimuliuoja verslą, kiti atvirkščiai - trukdo, mažina verslo efektyvumą ir pelningumą. Natūralu, kad vadovas turėtų būti gyvybiškai suinteresuotas tuo, kad neutralizuotų trukdančius veiksnius ir stiprintų skatinančius. Tai svarbus rezervas didinti jo verslo konkurencingumą ir pelningumą.

Darbo naujumas, aktualumas. Pranešimai iš įvairių šalių rodo, kad psichologinių paslaugų poreikis organizacijose pastaruoju metu apima pakankamai platų spektrą. Šią problemą yra bandoma spręsti tiek užsienyje, tiek ir Lietuvoje. Vadovų poreikis psichologinėms paslaugoms plačiai nagrinėjamas ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse: JAV, Didžioje Britanijoje, Japonijoje ir kt. Šią problemą palietė tokie užsienio mokslininkai: Shvanson(2001), Paver (2001), Beerh (1996), Jex (1996), Murray (1996), Love (2005), Edwards (2005), Toegel (2007), Anand (2007), Kilduff (2007), Nester‘is (2007), Sašarianov (2007), Osetrov (2007), Terniuk (2007), Kostinčiuk (2007) ir kt. Mokslininkų teigimu organizacijose egzistuoja psichologinių paslaugų poreikiai: krizių prevencijos, personalo motyvavimo, kūrybiškumo skatinimo, pasiruošimas priimti inovacijas, lojalumo vystymo, personalo įvertinimas įdarbinimo metu, psichologinis pasiruošimas pokyčiams, ruošti kadrų rezervą, adaptacija darbe, mokymų ir darbuotojų ugdymo potencialo poreikis, sprendimų priėmimo, socialinės ir psichologinės pagalbos poreikis, stresinių situacijų įveikimas, emocijų kontrolės ir savistabos poreikis ir kt.

Lietuvos specializuota spauda įmonių vadovams formuoja poreikius, kad įmonėse yra būtina valdyti šiuos procesus: darbuotojų motyvavimą, streso įveiką, darbuotojų adaptaciją, psichologinį klimatą, konfliktų sprendimą ir komandų formavimą. Sakalas (2003), Dereškevičiūtė (2009), Navaitis (2009), Jazdanskaitė (2009), Masalskis (2008), Masalskienė (2008), Pakalkaitė (2007), Kavaliauskaitė (2007), Žolynaitė (2006) ir kt., nurodo, kad organizacijose egzistuoja darbuotojų samdos poreikio nustatymas, darbuotojų motyvacijos, kūrybiškumo, mokymų ir darbuotojų ugdymo

potencialo poreikis, streso įveikos, krizių įveikos, darbuotojų atrankos, komandų formavimo, psichologinio klimato, darbo produktyvumo didinimo ir kt.

Asmenybės bruožų ir savęs vertinimo srityje daugelis autorių atliko išsamių tyrinėjimų. Ši problematika aktuali užsienio autoriams: Watson (1997), Clark (1997), Costa (1992), McCrae (1992), Goldberg (1990), Costa (1992), McCrae (1992), Mount (1995), Barrick (1995), Hurtz (2000), Donovan (2000), Cable (2003), Judge (2003), Peeters (2006), Van Tuijl (2006), Jackson (1996), Gerard (1996), Keller (1999), Rolland (1998), Pullmann (2000), Allik (2000) ir kt. Šių autorių tyrimai atskleidė, kad asmenybės bruožai tokie kaip ekstraversija, neurotiškumas, atvirumas patyrimui, sutariamumas, sąmoningumas yra būdingi vadovams. Vadovų savęs vertinimas yra glaudžiai susijęs su ekstraversija, neurotizmu ir sąmoningumu. Tačiau labiausiai vadovų išreikštais bruožais yra laikomi sąmoningumas ir ekstraversija.

Atkreipiant dėmesį į psichologinių paslaugų verslui rinką, turime omeny ne tik pasiūlą, bet ir paklausą, t.y. turime atsižvelgti ir į organizacijų psichologinių paslaugų poreikius, kuriuos formuoja įmonių vadovai. Būtent paklausa turi formuoti teikiamų paslaugų spektrą. Tai tapo ypač **aktualu** susiklosčius sudėtingai ekonominei padėčiai šalyje.

Kadangi psichologinių paslaugų poreikio aspektas tampa svarbus siekiant efektyvių organizacijos rezultatų, tad įdomų, kiek mūsų organizacijų vadovai šiandien naudojasi psichologinėmis paslaugomis ir kokiais ryšiai su šia problema yra susiję vadovų asmenybės bruožai bei vadovų savęs vertinimas. Tyrimų, nagrinėjančių ryšį tarp šių psichologinių konstruktų Lietuvoje kol kas nėra, todėl mūsų darbe daugiausiai dėmesio bus skirta vadovo poreikio psichologo paslaugoms priklausomybei nuo specifinio – vadovo asmenybės bruožų ir savęs vertinimo aspektų. Tirsime, kiek vadovo paklausa psichologo paslaugoms priklauso nuo svarbiausių jo asmenybės ir savęs vertinimo parametrų.

Darbo praktinė reikšmė. Ištyrus įvairių autorių mokslinius tiriamojo ir aprašomojo pobūdžio literatūros šaltinius bei apžvelgus mokslines duomenų bazes (Academic Search Complete, Ebrary, Ebsco, Emerald Managemente, MasterFile Premier, Oxford Journals Online, PsychArticles, Sage Publications, ScienceDirect, Wiley - Blackwell ir kt.), nustatyta, kad „Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos“ tema nėra išnagrinėta, neatliktos jokios bendros apklausos ar kiti tyrimai, nei parengti panašaus pobūdžio straipsniai ar publikacijos. Šiandien racionalumo mitas vis dar gyvuoja organizacijose. Daugelis vadovų mano, kad svarbu tik tai ką mes matome ir žinome (kitaip tariant, tai kas suvokiama), o elgesys organizacijose susijęs tik su sąmoningais, mechaniškais, prognozuojamais ir nesunkiai suprantamais reiškiniais. Vadovai daugiausia dėmesio skiria organizacijos tikslams, formaliems organizacijos struktūros aspektams, o ne asmenybės prioritetams. Tačiau jau daug kartų įrodyta, kad esamo racionalumo neužtenka sprendžiant iš tiesų painias organizacijų problemas (Kets, 2007). Yra nemažai verslo veiklos

situacijų bei problemų, kurios galėtų būti daug geriau sprendžiamos, atsižvelgiant į vadovų asmenybės ypatumus (Sterns, Subich, 2005). Būtina ištirti, šią sudėtingą ir paslaptingą vadovo psichologijos sritį, būtina atkreipti dėmesį į giluminius signalus. Darbo rezultatai gali būti reikšmingi įmonės vadovams, psichologams, organizacinės/verslo psichologijos studentams.

Darbo struktūra ir apimtis. Darbas susideda iš įvado, penkių dalių (teorinio pagrindimo, metodologinio, praktinio tyrimų rezultatų bei rezultatų aptarimo), išvadų, literatūros sąrašo, santraukų bei priedų. Darbo apimtis 89 puslapiai, rezultatai pateikti 30 lentelėse, 8 paveikslai, yra 2 priedai. Naudotasi 154 literatūros šaltiniais.

Tyrimo objektas - vadovo poreikis psichologinei paslaugai, vadovo asmenybės bruožai, vadovo savęs vertinimas.

Tyrimo tikslas – nustatyti vadovų poreikį psichologinei paslaugai, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajas.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti vadovų psichologinių paslaugų poreikį.
2. Nustatyti psichologinių paslaugų poreikio skirtumą priklausomai nuo demografinių rodiklių.
3. Nustatyti psichologinių paslaugų poreikio ir asmenybės bruožų sąsajas.
4. Nustatyti psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo sąsajas.
5. Įvertinti kiek galima asmenybės bruožais prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį.
6. Įvertinti kiek galima savęs vertinimu prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį.

Hipotezės:

1. Vadovų poreikis psichologo paslaugoms skiriasi priklausomai nuo įmonės ypatumų.
2. Yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir asmenybės bruožų.
3. Yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir savęs vertinimo.
4. Vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis asmenybės bruožais.
5. Vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis savęs vertinimu.

1. PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

Šiame skyriuje, mokslinės literatūros pagrindu, siekiama apibrėžti psichologinės pagalbos ir psichologinės paslaugos sampratą. Aprašomos įvairiausios siūlomos psichologinės paslaugos įmonėms ir jų vadovams. Kalbama apie poreikį psichologinei paslaugai. Apibrėžiama poreikio samprata psichologo paslaugoms, poreikio vystymasis, nagrinėjama abstrakti ir reali paklausa psichologo paslaugai. Šio darbo kontekste, vartojant sąvoka „psichologas“, turime omenyje „verslo psichologijos“ arba „organizacinės psichologijos“ specialistas. Taip pat šiame skyriuje kalbama apie bruožų krypties asmenybės teorijų sampratą, o viena iš klasikinių paradigmų – bruožų teorijos „Penkių faktorių modelis“ nagrinėjama plačiau: pabrėžiamas modelio empirinis pagrįstumas, patvirtinimas tyrimais ir individualių skirtumų pagrįstumas, apibūdinamos penkios asmenybės bruožų dimensijos: neurotizmas, ekstraversija, atvirumas patyrimui, sutariamumas ir sąmoningumas. Apibrėžiama savęs vertinimo samprata, aprašomi savęs vertinimo lygiai. Šio darbo kontekste pavadinimai „Didysis penketas“ ir „Penkių faktorių modelis“ vartojami kaip sinonimai.

1.1. Psichologinės pagalbos ir psichologinės paslaugos samprata

Išanalizavus mokslinėje literatūroje pateikiamas psichologinės pagalbos ir psichologinės paslaugos sąvokas, galima pastebėti, jog skirtingi autoriai skirtingai jas interpretuoja ir naudoja savo darbuose.

Psichologinė pagalba dažniausiai apibrėžiama, kaip sąlyginai neilgos trukmės, tarpasmeniniu bendravimu ir teorinėmis žiniomis pagrįsta pagalba asmenims, turintiems psichologinių problemų. Psichologinės problemos iškyla esant žmogaus individualaus požiūrio ar asmenybės konfliktui su situacija, ir neturėtų būti painiojamos su psichikos sutrikimais. Psichologinės pagalbos samprata yra plati ir gali reikšti tik draugišką patarimą, paguodimą, išklausymą, tiek pakartotines konsultacijas su profesionaliais psichologais. Pastaruoju atveju psichologinė pagalba gali būti traktuojama kaip paslauga, už kurią imamas mokestis (Vikipedija). Anot Stanevičiaus ir Dapkaus (2007), psichologinė pagalba – tai veikla, atliekama profesionalių psichologų ir nukreipta komercinių ir nekomercinių įmonių (nepriklausomai nuo dydžio, organizacinės struktūros bei nuosavybės formos) bei fizinių asmenų poreikių aptarnavimui teikiant psichologines paslaugas (pvz., konsultacijas, mokymus, tyrimus ir kt.) siekiant išspręsti jų funkcionavimo bei plėtros problemas. Pagal Greyner ir Meteger (1883) psichologinė pagalba - tai specialiai apmokytų ir kvalifikuotų įmonių pagalba, kuri padeda organizacijai (verslininkui)

išsiaiškinti ir išanalizuoti veiklos problemas, pateikia tų problemų sprendimo būdų rekomendacijas ir, esant poreikiui, pagelbėja vykdant sprendimus.

Psichologinė pagalba gali būti suvokiama keliais aspektais:

- Psichologinė pagalba gali būti suvokiama kaip pasižyminti bet kuriam verslui būdingomis savybėmis ir dėsningumais, tiek ir specifinėmis ypatybėmis, išreiškiančiomis būtent šiam verslui charakteringus išskirtinius požymius;
- Psichologinė pagalba gali būti suvokiama kaip prisotinimas organizaciją naujomis idėjomis, vizijomis ir sprendimais;
- Psichologinė pagalba gali būti suvokiama kaip daugiaprofilinis, daugiaobjektis bei į įvairių psichologinių problemų orientuotas reiškinys, akumuliuojantis savyje profesionalių psichologų funkcijas (Melnikas, Strazdas, 1998).

Psichologinė paslauga – tai tokia paslauga, kurią teikia profesionalus psichologas panaudodamas dabartinės mokslinės psichologijos žinias. Psichologinė paslauga - tai psichologinės priemonės, kurios gali būti pasiūlytos ir pritaikytos gerinant konkrečią veiklos sferą. Psichologinėms paslaugoms teikti reikalingas profesionalaus psichologo dalyvavimas, kuris leidžia psichologui sėkmingai realizuoti savo žinias ir profesinę kvalifikaciją (Немов, 1999).

Psichologinės paslaugos gali būti teikiamos:

- naudojant ryšio ir komunikacijos priemones (pvz., seminarų medžiaga, paskaitų organizavimas);
- betarpiškai dalyvaujant vartotojui (pvz., konsultavimo, demonstravimo).

Paslaugos samprata, anot Kindurio (1998) tai - santykiai tarp tiekėjo ir paslaugos gavėjo (pvz., psichologo ir verslininko) bei jų bendradarbiavimas. Teikiant paslaugą būtent veikla tampa kliento ar vartotojo poreikių tenkinimo priemonė.

Poreikio patenkinimas yra esminis paslaugos bruožas. Tam, kad, paslaugos kokybė būtų galima įvertinti, reikalingi tikslūs kriterijai, pagal kuriuos ji gali būti matuojama. Kriterijai leidžia konstatuoti paslaugos kokybę ir įvardinti ją kaip: patenkinimas arba nepatenkinimas siūloma paslauga (Bagdonienė, Hopienienė, 2005).

Paslauga:

- projektuojama su tikslu pateikti ją į rinką, kur atsiras norinčių ją pirkti;
- organizacijos atvirumas ir garbingumas, pasirengimas tenkinti vartotojo poreikius;
- atliekama, besiorientuojant į konkretaus kliento, kuris ją apmokės, poreikius;
- pastangos suvokti vartotojo poreikius;
- vertinama pagal tai, kiek buvo patenkintas klientas.

Nuo visų kitų paslaugų, psichologines paslaugas skiria du esminiai bruožai:

- naudojamos mokslinės psichologijos žinios;

- psichologinę konsultaciją teikia profesionalus psichologas (Мэй, 1994).

Kad psichologinės paslaugos būtų sėkmingos, reikia, kad būtų įvykdytos dvi esminės prielaidos:

- psichologo paslauga turi būti profesionali, kokybiška, atitikti dabartinės psichologijos reikalavimus;
- psichologo paslauga turi būti paklausi, atitikti verslininkų poreikius.

Pirmoji prielaida sulaukė labai didelio intereso ir daugelio tyrimų. Išleista daug publikacijų verslo psichologijos tema, kurios nagrinėja įvairias verslo psichologijos pagalbos verslui galimybes. Antroji prielaida sulaukė daug mažiau dėmesio. Sudėtinga atrasti tyrimų, kurie nagrinėtų, kaip formuojasi verslininko poreikis psichologo paslaugoms (Tomaševič, 2008).

Apibendrinant galima teigti, kad dažniausiai psichologinė pagalba suvokiama kaip paslauga, kuria siekiama patarti, kokie būdai ir (ar) metodai galimi problemai spręsti, o paslaugos teikėjas – profesionalus specialistas (psichologas), turintis specifinių žinių kliento (verslininko) problemos sprendimo būdams parinkti. Psichologo paslauga vertinama gerai, jeigu, teikdamas šią paslaugą, jis sugebėjo pasiekti užsibrėžto rezultato, kurio norėjo klientas. Iš to seka, kad psichologinė paslauga gali būti sėkminga, tik jeigu ji patenkina verslininko lūkesčius. Toliau plačiau apžvelgsime ir panagrinėsime siūlomas psichologines paslaugas įmonių vadovams.

1.2. Psichologinės paslaugos atmainos

Išanalizavus organizacinės ir darbo psichologijos mokslinę literatūrą, aprašysime kai kurias psichologines paslaugas, kurios gali būti siūlomos ir teikiamos įmonių vadovams:

1) Psichologinis konsultavimas. Psichologinio konsultavimo organizacijose poreikis didėja: didesnis dėmesys visuomenės, taigi ir darbuotojų, sveikatai – bendra socialinė šalies politika; didesnė organizacijų atsakomybė už darbuotojų gerovę. Psichologinis konsultavimas organizacijose apima konsultavimą pasirenkant karjerą, išėjimo iš darbo, išėjimo į pensiją atvejais, konsultavimą stresinėse, krizinėse ir konfliktinėse situacijose. Organizacijoje teikiantis psichologinio konsultavimo paslaugas specialistas (psichologas) turi nuolat turėti omenyje bendrą konkrečios organizacijos bei konkretų jos dabartinės padėties vaizdą. Be to, būtina atsiminti, kad kiekvienas atvejis bent iš dalies turi su organizacija ir jos dabartine situacija susijusių aspektų. Taigi konsultantas turi išmanyti:

- Bendrą organizacijos struktūrą, veiklą, situaciją, atmosferą, t.t.
- Bendrą informavimo, nukreipimo, delegavimo, komunikavimo sistemą organizacijoje.
- Kiekvieno padalinio, skyriaus, hierarchinio lygio ypatumus, tuose lygiuose dirbančiųjų galimybes ir atsakomybę, ir t.t.

- Konkretaus darbuotojo vietą organizacijoje, galimybes bei atsakomybę.

Taip pat iš psichologo, susitinkančio su konkrečiu darbuotoju tikimasi, kad jis matys ir supras jo poreikius organizacijos kontekste, situacija vertinama bei rekomendacijos teikiamos bus irgi tiktai organizacijos ir konkretaus asmens vietos joje kontekste (Furnham, Taylor, 2004).

2) Darbinio streso auditas. Specialistų nuomone, stresas darbe labai kenkia verslui - lemia darbuotojų klaidas, mažina darbo kokybę, produkcijos kiekį. Dėl įtampos padidėja darbuotojų sergamumas, darbo vietų kaita, nelaimingų atsitikimų tikimybė (http://www.delfi.lt/archive/print.php?id=11119165). Manning ir kt. (1996) pastebėjo, kad stresas ir įtampa darbe, socialinės paramos trūkumas leidžia daryti prielaidą apie gresiančias darbuotojų įvairių kategorijų sveikatos priežiūros išlaidas. Jie pastebėjo, kad organizacijos, kuriose patiriamas aukštas stresas darbe bei depresija, turėjo 2,5 karto daugiau išlaidų nei tos, kuriose su šiomis problemomis nesusiduriama (cit. pagal Iwasaki ir kt., 2005). Darbo aplinkoje stresoriais gali būti dideli darbo krūviai, reikalavimai greitai dirbti, prieštaraujantys reikalavimai, trukdžiai. Daugelis teoretikų mano, kad tokie stresoriai ypač pavojingi, kuomet jie yra nekontroliuojami (Gyllensten ir., 2005). Vadovams stresines situacijas dažniausiai kelia būtinumas apdoroti greičiau ir daugiau gaunamos informacijos. Stipriai slegiantis dalykas – tai atsakomybės našta. Taigi, vadovui pirmiau nei valdyti kitus, būtina išmokti valdytis pačiam, pasitelkiant į pagalbą svarbiausius streso įveikimo metodus (Kasiulis, Barvydienė, 2004).

Verslo psichologo darbas ištirti būdus, kaip žmonės galėtų susidoroti su stresu, gali leisti geriau suprasti procesus ir mechanizmus, kuriais streso įveikos strategijos sąveikauja su neigiamu streso poveikiu sveikatai ir žmonių gerovei. Esant vadovo poreikiui, verslo psichologai apmoka įmonių vadovus, kokiais būdais galima įveikti stresą darbe (valdymo įgūdžių lavinimas**,** pačių stresorių mažinimas organizacijose). Taip pat verslo psichologai organizacijoje gali vesti mokymus apie stresą, jo kilmę, požymius, pasekmes, supažindinama su būdais kaip jį galima įveikti ar sumažinti. Dažniausiai mokoma kaip išmokti atsipalaiduoti (Kahn, Byosiere, 1992).

3) Emocinio intelekto lavinimas. Slepiant jausmus, ypatingai neigiamus, eikvojamas vadovų darbo laikas, mažėja kūrybiškumas, didina baimę rizikuoti. Nereikšdami savo jausmų vadovai gali neadekvačiai vertinti susiklosčiusią padėtį ir todėl priimti netinkamus sprendimus. Tai gali būti ir didesnę darbuotojų kaitą, darbo valandų eikvojimą pašaliniams, ne darbo, reikalams, neefektyvią komunikaciją organizacijoje, įvairiausius nesusipratimus ir darbo efektyvumo praradimą (Goleman, 2007).

Turintys aukštą emocinį intelektą („emociškai protingi“) vadovai pirmiausiai gerai pažįsta savo jausmus ir nėra apsiriboję vien loginiu mąstymu ar jo teikiama informacija. Vadovo darbas nėra darbas su daiktais ar įvairiais raštais. Daugiausia laiko jis praleidžia bendraudamas su žmonėmis –

pavaldiniais, klientais. „Emociškai protingi“ vadovai, sugeba suprasti („perskaityti“) žodžiais neišreikštus kitų žmonių jausmus ir išreikšti žodžiais bei tinkamai pabrėžti savuosius. Jie jaučiasi emociškai saugūs, kitaip tariant, jų neišmuša iš vėžių kito žmogaus jausmai ar nuomonė, jie nebijo pripažinti savo baimių ir taip paskatinti kitus žmones jas pripažinti (Goleman, 2003).

Psichologo darbas – padėti vadovui suvokti emocijų svarbą darbe ir išnaudoti jų teikiamas galimybes ypač svarbu įmonių vadovams. Jiems tenka nuolat bendrauti su žmonėmis – pavaldiniais, klientais, todėl labai svarbu teisingai suprasti kitus, mokėti tinkamai perteikti savo mintis, įtikinamai pateikti savo sprendimus ir daryti įtaką kitų žmonių veiksmams. Tinkamai suprastos ir išreikštos emocijos padeda skatinti ir įkvėpti pavaldinius: vadovui yra kur kas lengviau suprasti pavaldinių motyvus, dalykus, kurie skatina juos gerai dirbti, todėl vadovas pritaiko savo veiksmus prie pavaldinių vertybių ir motyvų. Be to, vadovo tolerancija, pagarba kitų žmonių jausmams, nuoširdūs santykiai taip pat padės pavaldiniams jaustis saugiau, atviriau bendrauti tarpusavyje ir su vadovu. Taip panaikinama nereikalinga įtampa darbe ir sudaromos palankios sąlygos, leidžiančios labiau susikaupti ir produktyviau dirbti. Taip pat svarbu padėti vadovams sukurti atviresnė atmosfera, kuri gali padėti laiku atpažinti pavojus verslo sėkmei, laiku sužinoti apie tai, kas trukdo pavaldinių darbui ir laiku pašalinti kliūtis (George, 2000).

4) Darbuotojų veiklos vertinimas. Siekiant tinkamai vertinti darbuotojo veiklą bei darbuotojų pastangų darbe lygį, tikslinga organizuoti metinius darbuotojų veiklos įmonėje aptarimus. Sistemingas tokių procedūrų vykdymas leidžia nustatyti darbuotojo dalykines savybes, atspindinčias jo požiūrį į darbą bei su darbu susijusių reikalavimų vykdymą. Darbuotojų veiklos įvertinimas yra labai svarbus ir reikalingas kiekvieno vadovo darbo įrankis, padedantis darbuotojams tobulėti ir naudotinas pageidautinai veiklai stimuliuoti bei prastam darbui gerinti (Mullins, 2004). Psichologiniai metodai leidžia visapusiškai ir tiksliau įvertinti darbuotojo veiklą. Ypač svarbus psichologinių metodų panaudojimas įvertinant socialinius, psichologinius, organizacinius veiklos aspektus (Ališauskas, 2004).

Verslo psichologas turėtų rengti tokius metinės veiklos aptarimus, kuriuose išskirtinį dėmesį reikia skirti procedūroms, skirtoms vadovaujančių darbuotojų metinei veiklai įvertinti. Šių aptarimų bei vertinimų rezultatais turėtų būti grindžiamas darbuotojų karjeros planavimas (Chmiel, 2005).

5) Darbuotojų motyvavimas. Įmonė, kurios vadovai žvelgia į tolesnę perspektyvą, kuri puoselėja ilgalaikio verslo planus ir kurios administracija nemenkai stengiasi mažinti veiklos riziką, stiprinti konkurencingumą, gali bei turėtų svarstyti planus apie stabilių, ilgalaikių darbo santykių, grindžiamų abipusiu – ir įmonės, ir darbuotojo - interesu, kūrimą. Šiuo atveju tenka svarstyti klausimą dėl poreikio peržiūrėti darbo santykių raidą, ir taip siekti suteikti personalo vadybai kokybiškai naują lygmenį, kai taikomos ne atskiros motyvuojančios priemonės, bet visapusiškai motyvuojančios sistemos, apimančios visą darbo santykių spektrą. Tokia sistema turėtų apimti

personalo vadybą pradedant darbuotojų poreikio planavimo procedūromis ir baigiant sprendimais, skatinančiais kurti naujų tarpusavio santykių, naujos pakopos verslo organizacinę kultūrą (Franken, 2002).

Verslo psichologas turėtų sukurti tokia motyvavimo sistemą, kuri apibrėžtų principus, pagal kuriuos įmonėje būtų rengiami darbuotojų poreikio planai bei parengiamos priemonės minėtiems planams įgyvendinti. Sudarant šiuos dokumentus turi būti atsižvelgta ir į verslui keliamus ilgalaikius ekonominius komercinius tikslus, o personalo išteklių strategijoje numatytos to laikotarpio personalo vadybos užduotys (personalo vadybos rodikliai). Be to, turėtų veikti darbuotojų paieškos, atrankos, darbuotojų priėmimo bei jų prisitaikymo aplinkoje sistemos. Kaip prioritetinės šios motyvavimo sistemos dalies priemonės, sudarančios prielaidas sukurti ilgalaikius darbo santykius, turėtų būti – darbuotojų mokymų rengimas, taip pat ne rečiau kaip kartą per metus vykdoma darbuotojų karjeros vadyba (Higgins, Kruglanski, 2000.)

6) Vidinio mikroklimato analizė. Daugelio tyrimų rezultatai rodo, kad organizacijos klimatas ir jos veiklos rezultatai yra susiję. Organizacijos klimato matavimas gali būti atspirties taškas planuojant veiklos tobulinimo, siekiant didesnio efektyvumo, pokyčius. Thompson (1996) tyrimai parodė, kad sėkmingai ir nesėkmingai dirbančių organizacijų klimatas skiriasi, ir kuo organizacijos veikla sėkmingesnė, tuo ryšys tarp organizacijos klimato ir jos veiklos yra stipresnis. Tyrimai parodė įvairių organizacijos klimato skalių ryšius su organizacijos rezultatais: informacijos apie klientų poreikius ir lūkesčius paieška ir pasidalijimas, kokybiško klientų aptarnavimo įgūdžių mokymas, puikaus aptarnavimo atvejų pripažinimas ir apdovanojimas buvo labiausiai susiję su bendru klientų pasitenkinimu aptarnavimo kokybe.

Norint paveikti visą organizaciją kaip sistemą ir padidinti jos efektyvumą, atspirties tašku verslo psichologas turėtų „geriausia“ naudoti organizacijos klimato tyrimus, nustatant specifines jos problemas ir planuojant pokyčių programas (Thompson, 1996).

7) Mokymų organizavimas. Mokymų planavimas ir organizavimas - tai mokymų poreikio ir turinio nustatymas; seminarų, kvalifikacijos kėlimo kursų organizavimas; mokymų efektyvumo vertinimas. Mokymai turi ne tik tiesioginį poveikį (geresnį darbo užduočių atlikimą), bet ir motyvacinį (leidžia darbuotojui pasijusti vertingesniems, kas didina pasitenkinimą darbu). Mokymų skirtų vadovams pasiūla labai didelė, tačiau, bet kokiam apmokymui keliami tam tikri reikalavimai. Svarbu, kad apmokymas būtų: tikslus (teiktų būtent reikalingas darbo pagerinimui žinias ir įgūdžius), ekonomiškas (teiktų žinias ir įgūdžius, kuriems tikrai reikalingas specialus apmokymas), veiksmingas (apmokymas turi daryti apčiuopiamą teigiamą poveikį darbo kokybei) (Chmiel, 2005).

Verslo psichologo uždavinys yra nustatyti individualius mokymosi poreikius, kuriems dažnai naudojama ir individualaus įvertinimo schema, panaši į paprastą darbuotojų vertinimo schemą, atsižvelgiant į silpnąsias vietas, sritis, kurias reiktų tobulinti (Chmiel, 2005).

8) Komandų formavimas. Šiuolaikiniam verslui, siekiančiam efektyviai veikti įtemptos konkurencijos bei nuolatinės ir intensyvios plėtros sąlygomis, tradicinių struktūrų ir vertikalių hierarchijų nebepakanka. Pokyčius organizacijose įgyvendinti padeda vykdomi projektai, kuriuos realizuoja komandos - bendro tikslo efektyviausiu būdu kryptingai, darniai ir nuosekliai siekiančios tikslo darbuotojų grupės. Komandinis, darbas - svarbus ne tik dėl jo efektyvumo, bet ir dėl to, kad ši kultūra veikia ir atskirų individų elgseną (Kippenberger, 2000). Komanda – tai kartu dirbančių asmenų grupė, kurioje visų asmenų buvimas yra būtinas bendram tikslui įgyvendinti ir kiekvienos grupės nario individualiems poreikiams patenkinti naujų darbuotojų adaptaciją. Komandos narių motyvacija yra stipri, kai įgyvendinami bendri tikslai, nes jų individualūs tikslai bei poreikiai atitinka komandos poreikius ir tikslus. Tarpasmeniniai santykiai komandoje grindžiami tarpusavio supratimu, abipuse pagarba, pasitikėjimu ir pripažinimu. Komanda pajėgi prisitaikyti prie aplinkybių ir aplinkos pokyčių, įvertinti savo veiklą, ją keisti, neprarasdama tam tikro efektyvumo lygio (Barvydiene, Kasiulis, 2004).

Pagrindinė verslo psichologo funkcija būtų padėti vadovui suformuoti komandą, kuri veiktų produktyviai, bei organizuoti komandos darbą, kuris užtikrintų darbo kokybę ir produktyvumą.

9) Grupės efektyvumas. Tai aktualu, kai didžiausia problema įmonėje – neefektyvi grupė. O tai - pasyvus grupės narių dalyvavimas, sąmoningas susitikimų praleidinėjimas, nepriimami prasmingi sprendimai, nesitelkiama į esminius klausimus, daug kalbama ir mažai veikiama, vadas yra, bet atrodo, kad niekas nevadovauja, smukusi grupės narių nuotaika (Kets, 2007).

Verslo psichologo darbas – susipažinti su grupės situacija, taikyti 360 laipsnių grįžtamojo ryšio metodiką (Kets, 2007).

10) Adaptacija darbe. Darbo adaptacijos apibrėžimas gali būti apibūdinamas kaip sąveikos rezultatas tarp individui būdingų bruožų/savybių (poreikiai, sugebėjimai) ir atitinkamų savybių/požymių darbo aplinkos (paskatinimo sistemos, tam tikrų sugebėjimų reikalavimas/būtinumas). Taigi yra sąveika P-E (person-environment). Atitikimas tarp šių veiksnių leidžia geriau prisitaikyti prie darbo, tai parodo pasitenkinimas darbu bei geras darbo atlikimas. Darbo atlikimas ir pasitenkinimas, yra svarbiausi veiksniai, naudojami vertinant jų atitikimą ir efektyvumą darbo adaptacijos procese. Pasitenkinimas atsiranda kaip rezultatas, kai asmens poreikiai yra pastiprinami iš aplinkos. Pastiprinimo veiksniai gali būti grupuojami į tris klases, kurie kyla iš: 1) fizinės aplinkos; 2) kitų žmonių; 3) savęs paties. Kadangi šiuolaikinėje visuomenėje viskas labai greitai ir dažnai keičiasi, tuo pačiu ir vyksta dideli pokyčiai darbinėje aplinkoje, šie veiksniai turi būti įtraukti į adaptacijos procesą (Dawis, Lofquist, 1984).

Psichologas turi padėti darbuotojui suprasti jo darbo pobūdį ir funkcijas, užtikrinti greitą ir veiksmingą prisitaikymą prie kolektyvo, padėti darbuotojui įsisavinti darbovietės bei kolegų vertybes, darbo principus, skatinamas lojalumas darbdaviui ir darbovietei.

11) Komunikacijos auditas. Organizacija, kurioje komunikacija nėra išvystyta – tai lyg teatro trupė, kurioje nei vienas veikėjas nežino, kuri scena dabar vyksta scenoje ir atitinkamai taria ne tas eiles, dažnai ne vietoje pertraukinėja kolegas ir pan. Tokiu būdu auditorija lieka ignoruojama arba tiesiog įžeista. Gerai suorganizuota organizacijos komunikacija padėtų išvengti šitokio chaoso. Dažniausiai audito procesas ir pati sąvoka "auditas" siejami su organizacijos finansiniais reikalais, tačiau bendriausia prasme tai yra tam tikros nurodytos veiklos srities įvertinimo procesas. O komunikacijos auditas gali būti apibrėžtas kaip išsamus ir visapusiškas organizacijos komunikacijos idėjos, filosofijos, struktūros, srautų tyrimas. Komunikacijos auditui būdingos charakteristikos yra:

1. Informacijos kaupimas (tikslas – įvertinti komunikacijos epizodų modelius, siekiant nustatyti pagrindines komunikacijos tendencijas). Tai diagnostinė audito fazė.
2. Valdymo sistemos sukūrimas (tikslas – įeinančių ir išeinančių informacijos srautų kontrolė). Tai nurodomoji (prescriptive) audito fazė.
3. Viešai deklaruojamų komunikacijos standartų ir realios praktikos palyginimas. Šiame etape dažnai naudojamas benchmarking'as. Tai atskaitomybės audito proceso fazė.

Paprastai kiekviena organizacija reikalauja, kad jos vidinės bei išorinės komunikacijos strategija apimtu visus tris komponentus vienu metu (Tourish, Hargie, 2000).

Verslo psichologas galėtų padėti vadovui sukurti tobulą komunikacijos sistemą atsižvelgiant į konkrečios įmonės poreikius, kultūrą, problemas rinkoje ir t.t. Taip pat parodyti vadovui komunikacijos audito svarbą, įvertinti dabartinę įmonės efektyvumo būseną, ir tokiu būdu padidinti organizacijos veiklos efektyvumą ir konkurencingumą rinkoje.

12) Konfliktinės situacijos organizacijoje. Šiuolaikiniai valdymo teoretikai prapažįsta, kad visiškas konfliktų nebuvimas organizacijoje - ne tik neįmanomas, bet ir nepageidautinas. Nors organizacijoje ir būtina harmoninga visų veiklos sričių integracija, ji negali likti statiška ir pasitenkinanti esama padėtimi. Todėl net ir efektyviai valdomose organizacijose kai kurie konfliktai ne tik galimi, bet gali būti net ir pageidautini. Žinoma konfliktai ne visada turi teigiamą poveikį, bet daugeliu atvejų jie padeda išsiaiškinti skirtingus požiūrius, suteikia papildomos informacijos, padeda išryškinti daugiau alternatyvų ir problemų. Konfliktai yra neišvengiama bendra darbo dalis (Folger ir kt., 2005).

Didžiausią veiklos efektyvumą sąlygoje vidutinis konfliktų lygis organizacijoje. Per mažas konfliktų lygis rodo, kad organizacijoje yra stagnacijos būklėje, čia mažas suinteresuotumas veiklos rezultatyvumo didinimu. Antra vertus, kai labai daug, jų sprendimui sugaištama per daug laiko ir energijos (Lipsky, 2003).

Visuminiu požiūriu konfliktai yra tarsi reguliuojanti jėga, palaikanti ir padedanti išsaugoti organizacijos pusiausvyrą. Per konfliktą dažniausiai pakeičiama pasenusi organizacijos struktūra,

sukuriami nauji, efektyvesni funkcionavimo būdai. Tai padeda organizacijai prisitaikyti prie nuolat kintančių veiklos sąlygų (Folger ir kt., 2005).

Verslo psichologo funkcija apmokyti vadovą pasirinkti kiekvienai situacijai tinkamą konflikto sureguliavimo būdą, išmokti valdyti įmonėje konfliktines situacijas, nes tinkamas konflikto valdymas sąlygoja teigiamus padarinius ir pašalina konfliktą lėmusias priežastis. Neradus efektyvaus konfliktų valdymo būdo, dar labiau stiprės konflikto priežastys, jis gali įgauti didelį mastą.

13) Instruktavimas (coaching). Koučingas versle - tai savotiškas kelias atskleisti slypinčius komandos arba jos vadovo resursus. Apskritai paėmus koučingu galima vadinti psichologinių technikų ir metodų panaudojimą, siekiant per trumpą laiko tarpą maksimaliai atskleisti žmogaus organizacijos potencialą bei pakelti jo asmeninį ir profesionalų efektyvumą (Hawkins, Smith, 2008).

14) Personalo atranka. Personalo atranka, labai atsakingas procesas. Darbuotojų parinkimas konkrečioms pareigybėms užimti visada neša didelę atsakomybę, nes bet kokiai įstaigai darbuotojų kaita yra nepageidautinas reiškinys. Tokiu atveju reikia taip atrinkti darbuotojus, kad jie būtų patikimi ir gebėtų atlikti jiems pavedamas užduotis. Darbuotojų atrankai pastaruoju metu skiriamas didelis dėmesys. Dauguma darbdavių jau suprato, kad geras, patikimas darbuotojas, visada laiduoja įstaigai geresnį pelną ir yra atsakingas (Dessler, 2001).

Pasak Leonienės (2001), personalo atranka – procesas, kurio metu iš turimų pretendentų į tam tikrą darbo vietą atrenkamas ir pasamdomas tinkamiausias asmuo. Kaip teigia Bakanauskienė (2002) personalo atrankos procesas prasideda pretendentų sąrašo pateikimu priėmimui ir baigiasi samdos sprendimu. Stoner ir kt. (2001) teigia, kad atranka yra abipusis procesas: organizacija sprendžia, siūlyti darbą ar ne ir kaip tai daryti, o kandidatas į darbuotojus sprendžia, atitinka ar ne organizacija ir siūlomas darbas jo poreikius ir tikslus. Organizacija naudoja daugelį tikrinimo būdų, kad pasamdytų, jos manymu, tinkamiausią kandidatą.

Verslo psichologo darbas – parengti reikalavimų pretendentui į darbo vietą kompleksą (darbo, psichologiniai, socialiniai ir kt. reikalavimai), įvertinti įvairių pretendento įvertinimo kriterijų tinkamumą, sutinkamai įmonės veiklos ir atrankos uždavinių specifiką, parengti organizacijos personalo atrankos tobulinimo metodiką (Chimel, 2005).

15) Personalo administravimas ir apskaita. Pasak Fayol (2005) administravimas - tai prognozavimas, planavimas, organizavimas, vadovavimas, koordinavimas ir kontrolė. Taigi, personalo administravimą galima būtų apibūdinti kaip darbo su personalo dokumentais prognozavimą, planavimą, organizavimą, vadovavimą, koordinavimą ir kontrolę. Kaip bebūtų, personalo administravimas yra viena iš pagrindinių personalo valdymo funkcijų, kurią paprastai atlieka personalo skyrius (stambesnėse įmonėse) arba biuro administratorė ar kitas paskirtas asmuo

(smulkiose įmonėse). Ši personalo valdymo funkcija gali būti traktuojama labai įvairiai: vienose įmonėse tai susiję tik su personalo dokumentacijos tvarkymu, kitose galbūt šiai funkcijai yra priskiriama ir personalo vertinimo rezultatų administravimas, darbo vietų analizė, darbo užmokesčio skaičiavimas ir sistemos kūrimas ir kt.

16) Pastovios klientūros kūrimas ir palaikymas. Pastovios klientūros kūrimas ir išlaikymas – sėkmingo verslo pagrindas. Pirkinys ar paslauga turi būti tiek pradžia pastovių santykių tarp įmonės ir kliento, kur svarbu kliento interesas ir informacijos apie įmones veiklą ir galimybes didėjimas, pasitikėjimo jai augimas, preferencija įmonės atžvilgiu bei dalyvavimas įmonės akcijose.

Verslo psichologija išvystė daugybę paskatų sistemų. Jų tikslas įvairiais būdais paskatinti klientą palaikyti ryšį su verslo įmone, rinktis jos produkciją, pasitikėti ja. Psichologas gali padėti ištirdamas psichologines klientų skatinimo, sistemos kūrimo prielaidas priklausomai nuo klientų asmenybės, įmonės ir jos veiklos specifikos. Taip pat, parinkti tinkamą klientų skatinimo sistemą, organizuoti jos taikymą ir užtikrinti jos veiksmingumo monitoringą (Jonavičiūtė, 2009).

17) Produkcijos ir paslaugų reklamos tobulinimas. Prekių ir paslaugų reklamos tinkamas organizavimas – gyvybiškai svarbi dabartinės įmonės veiklos dalis. Reklamavimas yra labai brangus ir neretai nepakankamai veiksmingas paklausos užtikrinimo būdas. Kita vertus, be veiksmingos reklamos sunku užtikrinti pakankamą prekės ar paslaugos reklamą. Psichologinių metodikų taikymas leidžia iš esmės padidinti reklamos sugebėjimą patraukti potencialaus vartotojo dėmesį, bei padaryti jam tikslingą psichologinį poveikį. Taip pat, pritaikyti reklamos turinį, formą ir pateikimo būdą tikslinės adresatų grupės psichologinėms charakteristikoms (Kotler ir kt., 2003).

Verslo psichologo darbas – parengti psichologinius reikalavimus rengiamai reklamai priklausomai nuo reklamuojamos prekės ar paslaugos ypatumų ir reklamos adresato psichologinių charakteristikų. Vėliau, įvertinti naudojamos reklamos psichologinį poveikį, išaiškinti potencialius reklamos ir reklamuojamos prekės adresatus (Jonavičiūtė, 2009).

18) Vadovavimo auditas. Tai reiškia, jog reikia įvertinti aukščiausių vadovų komandos gebėjimus ir probleminius klausimus, o po to surengti komandos tobulinimo seminarą organizacijos veiklai gerinti. Tai reikalinga kai kyla problemos: įmonė dirba „kovos arba pabėgimo“ rėžimu, kurstomi žmonių ir projektų įtarinėjimai, vadovai formuoja privačias valdas, mažėja pasitikėjimas, prastėja konkurencinė kompanijos padėtis (Kets, 2007).

Apibendrinant, psichologinių paslaugų pasiūla plati: nuo priemonių efektyvumui parinkimo iki personalo administravimo ir apskaitos klausimų ir netgi audito. Visgi psichologinių paslaugų realizavimas priklauso nuo poreikio šioms paslaugoms. Kitame skyrelyje aptarsime abstraktaus ir realaus poreikio psichologo paslaugoms sampratą bei formavimą.

1.3. Abstraktus ir realus poreikis psichologo paslaugoms: samprata, vystymasis

Poreikis psichologinėms paslaugoms įvairiuose mokslininkų darbuose yra skirtingai apibrėžiamas. Anot Chiu, Lin (2004), poreikis – tai objektyvių sąlygų, aplinkybių nulemta kliento būklė, situacija, kai klientui reikia psichologinių paslaugų, kurios padėtų jam išspręsti kilusias problemas. Pagal Virvilaitę (1994) poreikis – tai norimos ir pageidaujamosios situacijos neatitikimas ir noras neatitikimą pašalinti. Johnson (2001) mano, kad organizacijoje reikia atsižvelgti ir į vadovų ar kitų, susijusių darbuotojų poreikį.

Poreikis psichologinei paslaugai atsiranda ne iš kažkokių atsitiktinių, paviršutiniškų, antraeilių įmonės veikimo sferų, o iš esminių, lemiamą vaidmenį turinčių įmonės ir jos veiklos bruožų – verslo orientacijos, misijos, jos vystymosi vizijos, tikslų, verslo atvirumo inovacijoms, iš pagrindinių verslo funkcijų, ypatingai vadovavimo ir kontrolės. Priklausomai nuo kiekvieno iš šių minėtų pagrindinių verslo momentų, psichologinių paslaugų paklausa gali atsirasti ar neatsirasti, jos dydis ir pobūdis būti visiškai skirtingi. Pavyzdžiui, poreikis psichologinių paslaugų bus nepalyginus didesnis, esant demokratiniam vadovavimo stiliui, kur kiekvienam darbuotojui suteikiama didesnė sprendimo laisvė ir nuo jo daugiau priklauso tai, kas vyksta įmonėje, negu esant totalitariniam - komandiniam vadovavimo stiliui. Psichologo paslaugų poreikis yra didesnis, jeigu verslas orientuotas į plėtrą, inovacijas, naujųjų technologijų diegimą. Tačiau tos pačios paslaugos nėra itin reikalingos, jeigu verslas yra pasyvaus, konservatyvaus pobūdžio, nesivystančio verslo atveju. Taigi ši antroji, mažiau tiriama prielaida yra labai svarbi. Nuo jos lemiamu mastu priklauso, kiek paklausios yra psichologinės paslaugos (Robbins, 2003).

Poreikio formavimasis turi ryšį su sugebėjimu atpažinti reikiamas psichologo paslaugų panaudojimo situacijas. Yra nemažai verslo veiklos situacijų bei problemų, kurios galėtų būti daug geriau sprendžiamos, atsižvelgiant į dalyvaujančių asmenų asmenybės ypatumus, taikant psichologinius metodus (Sterns, Subich, 2005).

Abstraktus poreikis, kuris yra objektyviai egzistuojantis verslo poreikis gauti psichologų paslaugas, reiškia, kad toks poreikis egzistuoja nepriklausomai nuo to, ar verslininkas suvokia jį ar ne. Įmonėje, kur vyrauja blogi, konfliktiniai santykiai kolektyvo viduje, reikalinga psichologo pagalba. Ji reikalinga nepriklausomai nuo to, ar įmonės vadovai supranta tai. Šis poreikis objektyviai egzistuoja dėl to, kad dėl blogų santykių įmonė dirba daug blogiau, yra mažiau pelninga, nei ji dirbtų, jeigu santykiai būtų geresni. Objektyvus psichologo pagalbos poreikis egzistuoja ir dėl to, kad jeigu psichologas padėtų įmonei pagerinti santykius kolektyve, jos veiklos rodikliai gerokai pagerėtų. Abstraktus vadovų poreikis psichologo paslaugoms yra neribotas. (Tomaševič, 2008).

Realus poreikis yra toks, kuris suprantamas ir sukuria realią paklausą paslaugai. Skirtumą tarp abstraktaus ir realaus poreikių sudaro tos psichologo paslaugos, kurios būtų objektyviai naudingos, reikalingos verslui, padėtų pagerinti rinkos situaciją bei įmonės veiklos rodiklius (Tomaševič, 2008).

Psichologinių paslaugų pirkimo motyvas paprastai yra poreikis. Kadangi psichologinių paslaugų įmonių tikslas – klientų (pvz., vadovų) lūkesčių ir poreikių patenkinimas, tai detaliau apibūdina Maslow poreikių teorija. Pagal Maslow teoriją, žmonės (vadovai) savo poreikius tenkina eidami nuo paprastesnių iki sudėtingesnių, t.y. kuo žmogus (vadovas) turtingesnis, tuo daugiau poreikių jis gali patenkinti (Robbins, 2003). Analizuojant Maslow poreikių teoriją, galima teigti, kad aukštesnis poreikis bus tenkinamas tik po to, kai bus patenkintas žemesnis. Vadovai, kurių pajamos menkos, sugebės patenkinti tik žemesnius poreikius, todėl neverta tikėtis, kad jie taps aukštesnius poreikius tenkinančių paslaugų vartotojai.

Vadovų naudojimasis psichologo paslaugomis jau nuo seniai tiek vadybos teorijoje, tiek organizacinės psichologijos teorijoje, tiek praktikoje laikomas pagrindinė koncepcija ir svarbiu tikslu visose organizacijos veiklose (Chiu, Lin, 2004). Jo svarbos suvokimas pastaraisiais dešimtmečiais paskatino psichologinių paslaugų naudojimo tyrimų bangą įmonėse. Net priežastingas žvilgsnis į užsienyje leidžiamus žurnalus verslo žurnalus ir laikraščių verslo skyrius rodo, kad vadovų naudojimasis psichologo paslaugomis yra prikaustęs išskirtinį dėmesį.

Vadovai, psichologinėmis paslaugomis, vis labiau domisi kaip kriterijumi, kurio pagalba būtų galima prognozuoti verslo sėkmingumą (Anderson ir kt., 1994; Yi, 1990). Pavyzdžiui, aptardamas 500 sėkmingiausių organizacijų (Fortune 500) tiek iš gamybinio, tiek iš paslaugų sektoriaus, autorius Hauser ir kt. (1994) nustatė, kad vadovai yra labai susidomėję, kaip psichologo paslaugos veikia darbo efektyvumą ir pelningumą. Atlikus įvertinimą, gauti rezultatai naudojami identifikuoti organizacijos stipriąsias ir silpnąsias puses, nurodo organizacijų tobulinimo galimybes, o taip pat teikia informaciją, kurią galima panaudoti strateginių sprendimų priėmimui. Aukštas psichologinių paslaugų lygis įmonėse leidžia pasiekti padidėjusio vadovų lojalumo, geresnės reputacijos, būsimųjų sandorių mažesnių kaštų, didesnio darbuotojų efektyvumo (Anderson ir kt., 1994; Swanson, Kelley, 2001). Kai kurių įmonių vadovai psichologinių paslaugų poreikį įgyvendina kaip verslo strategiją, kuri grindžiama tarpusavyje suderintomis personalo valdymo veiklos dalimis, apimančiomis personalo poreikio planavimą, paiešką, atranką, mokymą ir tobulinimą, vertinimą ir atsilyginimą. Pavyzdžiui, UAB „Femina Bona“ vadovės įmonės nuomone, visa tai pasiekiama pasitelkiant profesionalią darbuotojų komandą. Personalo strategiją įmonės vadovė apibūdina kaip siekimą sukurti atsidavusių ir profesionalių darbuotojų komandą, užtikrinant kiek galima teisingesnį elgesį, įgyvendinant įvairias paaukštinimo formas, keliant kvalifikaciją, ugdant ir atveriant žmonių vidinius resursus (http://archyvas.vz.lt/). Šileikienės (2004) Šiaulių mieste atliko tyrimą, kuriuo

metu buvo analizuojami subjektyvios vadovų nuomonės ypatumai vertinant psichologo reikalingumą verslo įmonėse. Rezultatai parodė, kad psichologinių paslaugų labiausia reikia įmonėse, kur darbuotojų skaičius didelis. Didžiausią problemų skaičių nurodė smulkios įmonės, kuriose dirba iki 10 darbuotojų. Subjektyvia vadovų nuomone, didžiausias psichologinių paslaugų poreikis yra, kai: įmonės veiklos trukmė daugiau nei 21 metai, darbuotojų skaičius įmonėje nuo 51 iki 100, vadovo amžius – daugiau nei 41 metai, vadovas turi aukštąjį išsilavinimą. Psichologinio švietimo poreikis didžiausias, kai vadovė – moteris, kai vadovo amžius daugiau nei 41 metai.

Taigi, verslo poreikis psichologo paslaugoms turi būti universalus. Nėra verslo sferos, verslo organizacijos dalies ir verslo darbuotojo, kuriam nebūtų naudinga psichologo pagalba. Nėra verslo problemos, kuri nebūtų sėkmingiau, lengviau, veiksmingiau sprendžiama, panaudojus psichologines žinias tiek apie ją sprendžiančius žmones, tiek apie žmones, kuriuos ta problemą palietė (Tomaševič, 2008). Nedaug žinoma apie tai, kaip formuojasi verslininko poreikis psichologo paslaugoms, kaip verslininkas suvokia psichologo paslaugas, kaip suvokia, kad būtent psichologas turi spręsti vieną ar kito jo verslo problemą, kiek pasitiki psichologo sugebėjimu pateikti tokią paslaugą, kuri išspręstų verslo problemą. Labai mažai žinoma apie tai, kokie veiksniai skatina, ir trukdo verslo poreikiui, ir tuo pagrindu, paklausos psichologinėms paslaugoms vystymui.

1.4. Atotrūkio tarp abstraktaus ir realaus poreikio psichologo paslaugoms šaltiniai

Atotrūkis tarp abstraktaus ir realaus verslo poreikio atsiranda iš keleto šaltinių:

1. Sveiko proto (naivioji, buitinė) psichologija. Dirbdamas su žmonėmis, verslininkas vadovaujasi savo asmeninėmis idėjomis apie žmones bei psichinius procesus. Priimdamas įvairiausius sprendimus, jis vadovaujamasi asmeninėmis idėjomis apie žmonių psichines savybes, jų motyvus, intelektą, atmintį. Šių idėjų šaltinis dažniausiai yra vadinamoji „naivioji“ (buitinė, sveiko proto) psichologija (Gordon, 1986). Šios idėjos kyla iš asmeninės patirties, bendravimo su kitais žmonėmis, masinio informacijos priemonių. Žiūrint iš mokslinės psichologijos pozicijų, daugelis tų idėjų yra klaidingos, pernelyg supaprastintos. Tačiau savo kasdieninėje veikloje verslininkas neretai vadovaujasi jomis, remiasi priimdamas įvairiausius sprendimus. To pasitikėjimo „naivios“ psichologijos teiginiais kyla iš jų paplitimo, iš to, kad verslininkas priima jų „teisingumą“ kaip savaime aišku faktą.

2. Sugebėjimas atpažinti reikiamo psichologo paslaugų panaudojimo situacijas. Yra nemažai verslo veiklos situacijų bei problemų, kurios galėtų būti daug geriau sprendžiamos, atsižvelgiant į dalyvaujančių asmenų asmenybės ypatumus, taikant psichologinius metodus.

Tačiau verslininkas dar nesupranta, kad šioje situacijoje veiksmingas psichologinių žinių panaudojimas. Problema sprendžiama vien techninėmis, organizacinėmis priemonėmis.

3. Verslui dar trūksta sugebėjimo įgyti ir panaudoti psichologo paslaugas. Verslininkui, net ir suprantančiam psichologinių žinių panaudojimo reikalingumą, gali trukdyti su psichologu ar psichologija apskritai susieti stereotipai, klaidingas įsivaizdavimas jų sugebėjimų ir darbo metodų.

4. Pagaliau, svarbų vaidmenį trukdant naudotis psichologo paslaugomis gali vaidinti organizaciniai ir ekonominiai momentai. Mūsų šalyje vis dar nėra platesnės psichologinės verslo „infrastruktūros“, nėra paprastų, seniai išbandytų verslininko bendravimo su psichologų sistemos. Ši sistema tik vystosi (Tomaševič, 2008).

1.5. Bruožų krypties asmenybės teorijos

Asmenybės bruožų teorijos remiasi prielaida, kad asmenybės bruožai yra pastovūs, išreiškia jos nuostatas, ir pasireiškia beveik visose situacijose. Įvairiausi bruožai gali būti skirtingai išreikšti, todėl gali sudaryti daug derinių ir tuo paaiškinamas kiekvieno žmogaus skirtingumas ir unikalumas. Visi šiai teorijų grupei priskiriami teoretikai rėmėsi teiginiu, kad žmogaus asmenybė yra tam tikrų bruožų arba asmeniui būdingų elgimosi būdų, jausmų, minčių, reakcijų ir t.t. visuma. Bruožų teorijos kūrėjai vadovaujasi mintimi, kad reikia rasti būdų, kaip tiksliau apibūdinti asmenybę nusakant svarbiausius jos polinkius, bruožus (Matthews ir kt., 2003).

Dauguma šiuolaikinių autorių, asmenybės bruožų ir tipų teorijų šalininkų, laikosi trijų arba penkių asmenybės faktorių modelio. Ankstyvosios bruožų teorijos asmenybę apibrėžė būtent per šias savybes. (Hjelle, Ziegler, 2006).

Allport‘as (1937), pirmasis iškėlęs bruožų teoriją, manė, kad individo unikalumo paaiškinimas turėtų būti pagrindinis psichologijos uždavinys (cit. pagal John, Svirastava, 1999). Jis ir jo bendraminčiai sudarė žmogų žyminčių bruožų žodyną. Jis apėmė apie 18 000 žodžių. Juos lyginant sąrašas buvo sumažintas iki 45000 terminų (Lapė, Navaitis, 2003). Asmenybė jo teorijoje buvo nagrinėjama, kaip vidinių psichinių procesų dinaminė organizacija, nusakanti individo elgesį ir mąstymą. Allport‘as teigė, kad bruožas yra pats pagrindinis analizės vienetas, suvokiant ir nagrinėjant asmenybę. Taip pat jis išskyrė bendrus ir individualius polinkius – tai bendrieji bruožai, pagal kuriuos galima išdėstyti dauguma žmonių tam tikros kultūros lygmenyje, nes pastarieji turi charakteristikas, būdingas kokiam tai žmogui ir negali būti žmonių lyginimo kriterijum (cit. pagal John, Svirastava, 1999).

Faktorinės analizės teoretikas Cattell‘as (1965), bazinių bruožų identifikacijai, naudojo tris duomenų apie asmenybę šaltinius: realių gyvenimo faktų registravimą, naudojamų savivertės klausimynų rezultatus ir objektyvius testus. Remiantis šių šaltinių faktorinės analizės duomenimis, buvo sudarytas 16 asmenybės faktorių klausimynas. Cattell‘as nagrinėjo asmenybę kaip leidžiančią mums nusakyti žmogaus veiksmus esamoje situacijoje. Bet to jis teigė, kad asmenybė 1/3 nulemiama genetikos, o 2/3 aplinkos įtakos (cit. pagal Hjelle, Ziegler, 2006).

Vadovaujantis kito faktorinės analizės teoretiko Eysenck‘o – asmenybės struktūriniam organizavimui apibūdinti pakanka trijų superbruožų (ekstraversijos, neurotizmo, psichotizmo), kurie sudaro hierarchinį modelį. Jo teigimu, tam tikri superbruožai arba tipai asmenybės schemoje turi didelę įtaką elgesiui. Savo ruožtų kiekvieną iš šių superbruožų sudaro keletas sudėtinių bruožų. Bruožai susideda iš daugybinių įprastinių reakcijų, kurios savo ruožtu susiformuoja iš daugybės specifinių reakcijų. Hierarchiniame Eysenck‘o asmenybės modelyje asmenybės tipas turi išdėstytas bruožų charakteristikas kontinuume. Todėl ekstraversijos, neurotizmo ar psichotizmo samprata turi diapazoną su viršutine ir apatine riba, kurios viduje yra žmonės su išreikštomis duotomis savybėmis. Tokiu būdu superbruožas tai nediskretiškas kiekybinis rodiklis, o kontinuumas (Eysenck, Eysenck, 1985).

Trijų faktorių sistema priimtinesnė ir Tellegen‘ui (1985), kuris teigė, kad pagrindiniai asmenybės bruožai – teigiamas emocionalumas, neigiamas emocionalumas, atitinkantys Eysenck‘o modelio ekstraversiją bei neurotizmą, bei polinkis į prievartą – psichotizmo atitikmuo.

Gray (1987) modelyje figūruoja du superbruožai: impulsyvumas (aukšti ekstraversijos, neurotizmo ir psichotizmo rodikliai) ir nerimastingumas (aukštas nerimo lygis kartu su žemais ekstraversijos ir psichotizmo rodikliais).

Kaip matome, bruožų teorija turi gana ilgą istoriją: tik pasirodžiusios Allporto, Cattellio bei Eysencko teorijos sulaukė nemažai pasekėjų, tačiau gana greitai trumpalaikis jų dominavimas baigėsi, ir jau septintajame – aštuntajame XX amžiaus dešimtmetyje jos atsidūrė asmenybės tyrimų lauko paribyje. Šios teorijos renesansas šiomis dienomis sietinas su stiprėjančiomis Penkių faktorių modelio pozicijomis asmenybės tyrimuose (Kairys, 2008).

1.6. Penkių faktorių modelis kaip asmenybės teorija

Penkių faktorių modelis sukurtas faktorizuojant tyrimų metu gautus duomenis. Nuo pat pradžių jam trūko teorinio pagrindo. Todėl iki šiol Penkių faktorių modelis, kaip asmenybės teorija, sulaukia nemažai kritikos. Vis dėlto pastaruoju metu Penkių faktorių modelis įgauna asmenybės teorijai būdingų bruožų: sukurta sąvokų sistema, išskirti ir aprašyti struktūriniai vienetai ir kt. Beje, visi, besidomintys naujausiomis bruožų teorijos variacijomis, turėjo atkreipti dėmesį į tai, jog, aprašant Penkių bruožų modelį, vartojami du skirtingi jo pavadinimai: „Didysis penketas“ ir

„Penkių faktorių modelis“. Pirmasis pavadinimas vartojamas Goldbergo (1992) ir jo šalininkų, o „Penkių faktorių modelis“ dažniau aptinkamas McCrae ir Costos bei jų sekėjų darbuose (Ashton, Lee, 2005). Vis dėlto dažniausiai šie du pavadinimai esminių skirtumų nerodo, jie vartojami kaip sinonimai (Thompson ir kt., 2002).

Patys modelio kūrėjai McCrae ir Costa vardija Penkių faktorių modelio pranašumus, teigdami, kad Penkių faktorių modelis yra tarsi „Kalėdų eglutė, ant kurios stabilumo, paveldimumo, validumo, tarpkultūrinio nekintamumo ir prognostinės vertės įrodymai kaba kaip žaisliukai“ (McCrae, Costa, 1992). Daugelis tyrėjų, pradedant Funder (2001), pritaria jiems, kad neįmanoma išskirti mažiau kaip penkis faktorius – tai tinkamiausias faktorių skaičius, paaiškinantis asmenybės bruožus.

Siekdami empiriškai patvirtinti savo teorinio modelio pagrįstumą McCrae ir Costa (1992) sukūrė iš 240 teigių NEO PI-R asmenybės klausimyną, kuriuo matuojami penki pagrindiniai asmenybės bruožai: ekstraversija, sutariamumas, sąmoningumas, atvirumas patyrimui ir neurotizmas. Empirinius Penkių faktorių modelį patvirtinančius tyrimus galima suskirstyti į tam tikras kategorijas.

Pirma, tai duomenys apie testo validumą ir patikimumą gauti jo kilmės šalyje. NEO PI-R buvo panaudotas daugiau nei tūkstantyje Šiaurės Amerikoje įvykdytų tyrimų, kurių metų buvo parodytas aukštas klausimyno patikimumas bei prognostinis ir konstrukto validumas (Kairys, 2008).

Antra, tai asmenybės bruožų stabilumo tyrimai. Didžiojo penketo modelio autoriai teigia, kad tai – vienas svarbiausių asmenybės bruožų ypatumų. Pasak McCrae ir Costos, „asmenybės pokyčiai po 30-ies metų yra labiau išimtis negu taisyklė, dažniausiai tarp 20 ir 30 metų žmogus įgyja santykinai pastovių bruožų konfigūraciją, kuri ją charakterizuos visą gyvenimą“ (cit. pagal Terracciano ir kt., 2006, p.999). Ilgalaikiais tyrimais nustatyta, kad individualūs suaugusiųjų asmenybės skirtumai ypač stabilūs. Trisdešimties metų laikotarpiu testo ir retesto koreliacijos svyruoja nuo 0,6 iki 0,8. Vėlesni tyrimai parodė, kad tiek vyrų, tiek moterų imtyse visi penki faktoriai yra stabilūs ir iš esmės kinta tik paauglių ir jaunų suaugusiųjų asmenybė. Rezultatai, rodantys penkių faktorių bruožų stabilumą, leidžia modelio autoriams teigti, kad asmenybės bruožai yra daugiausia nulemti paveldimumo (McCrae, 2005). Panašius rezultatus gavo Soldz ir Vaillant (1999), atlikę 45 metus trukusį ilgalaikį tyrimą. Pirmą kartą asmenys buvo tiriami savo studijų koledže pabaigoje. Kadangi tuo metu Didžiojo penketo modelis dar nebuvo paplitęs, buvo vertinami 25 asmenybės bruožai. Antrą kartą asmenys ištirti sulaukę 67–68 metų NEO – PI klausimynu. Koledžo tyrimo duomenys buvo transformuoti, kad atitiktų Didžiojo penketo modelį. Nustatyta, kad trys pirmo ir antro matavimo bruožai – neurotizmas, ekstraversija ir atvirumas patirčiai – reikšmingai koreliavo. Be to, bruožų profiliai išliko stabilūs per visus šiuos metus. Reikia pasakyti, kad visi šie tyrimai nustatė vadinamąjį rangų tvarkos stabilumą (angl. rank order stability) –

individas, lyginant jį su kitais, išlieka „savo vietoje“: jei jis yra ekstravertiškesnis už daugumą kitų, tai ir po dešimties metų bus ekstravertiškesnis už daugumą kitų, tačiau tai dar ne įrodymas, jog asmenybės savybės per gyvenimą išlieka stabilios (Kairys, 2008). Robbert ir kt. (2006) atlikę 92 longitudinių tyrimų metaanalizę nustatė, kad asmenų sąmoningumas, emocinis stabilumas, atvirumas patirčiai bei sutariamumas tam tikrais amžiau tarpsniais kinta.

Pristatydamas išplėtotą Penkių faktorių modelio variantą, McCrae ir Costa (1999) pateikia keturis teiginius, nusakančius pagrindinę teorijos idėją: bendrosios bazinės tendencijos, apimančios ir asmenybės bruožus, skiriasi nuo konkrečių būdingų adaptacijų; elgesys yra būdingų adaptacijų ir išorinės įtakos rezultatas; būdingos adaptacijos randasi iš bazinių tendencijų ir išorinės įtakos sąveikos; bazinės tendencijos ir jų raida yra nulemtos tik biologinio pagrindo.

Bazinės tendencijos – tai individo potencialas, bendros dispozicijos. Jas sudaro įvairūs dariniai – nuo gebėjimo vartoti kalbą iki seksualinės orientacijos, čia įeina ir asmenybės bruožai. Būdingos adaptacijos yra ne bruožai. Jos apima gausybę psichologinių reiškinių, kaip antai įgūdžiai, įpročiai, įsitikinimai, planai, tikslai ir t. t. Labai svarbi charakteringų adaptacijų dalis yra Aš koncepcija (įsitikinimai, jausmai apie save, sava istorija). Išskirtus sistemos komponentus sieja dinaminiai procesai. Prie jų priskiriami tokie reiškiniai kaip mokymasis, planavimas ir kt. (McCrae, 2005; McCrae, Costa, 1999).

Šiandien pasaulyje plačiai žinomas NEO PI-R asmenybės klausimynas – tai būtent Penkių faktorių modelio empiriniam tyrinėjimui sudarytas klausimynas. Kurdami NEO-PI-R kaip hierarchinę asmenybės matavimo priemonę, autoriai klausimyno sudarymui taikė „iš viršaus į apačią“ (angl. top-dow) strategiją, pradėdami nuo penkių aiškiai išskirtų faktorių arba dimensijų ir kiekvieną jų dalydami į šešias specifiškesnes žemesniojo lygmens bruožų (angl. facets) skales. Asmenybės bruožų dimensijas autoriai supranta kaip „daugiaaspektį specifinių kognityvinių, afektinių bei elgesio tendencijų, kurios gali būti įvairiais būdais sugrupuotos, rinkinį, o terminą „žemesniojo lygmens bruožas“ vartoja pažymėti žemesniems bruožams, aprašantiems didžiąsias kategorijas“. Žemesniojo lygmens bruožai parinkti taip, kad atitiktų daugybę kriterijų: turi atspindėti maksimaliai skirtingus dimensijos ypatumus, būti vienodos apimties ir turėti teorinį pagrindą psichologinėje literatūroje (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

NEO PI-R jau yra išverstas į daugiau nei 40 kalbų ir jų dialektų. Tyrimai, kuriais tikrinamos NEO PI-R psichometrinės savybės, paprastai patvirtina, kad penkių dimensijų skalių vidinis suderinamumas, stabilumas ir kiekvienos žemesniojo lygmens bruožų subskalės konstrukto ir diskriminacinis validumas labai geras. Be to, tiriamosios faktorinės analizės metodu patvirtinamas struktūrinis validumas. Viena vertus, tai parodo Penkių faktorių modelio universalumą, o kita – NEO PI-R, kaip empirinio Penkių faktorių modelio matavimo priemonės, patikimumą (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

1.7. „Penketo svarbiausiųjų“ asmenybės bruožų charakteristika

Penkių faktorių, kitaip dar vadinamas „Penketu svarbiausiųjų“, penkias asmenybės bruožų dimensijas: neurotizmą, ekstraversiją, atvirumą patyrimui, sutariamumą ir sąmoningumą sujungia į bendrą asmenybės struktūrą aprašančią schemą (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

- *Ekstraversija (E).* Ekstravertai yra socialūs. Bet socialumas nėra pagrindinis bruožas ekstraversijai nustatyti. Tai ir aktyvumas, šnekumas, optimizmas (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006). Tokie vadovai yra kalbūs ir išraiškingi, mėgsta bendrauti, yra pritariantis ir iš anksto nusiteikę teigiamai ir maloniai patirčiai (Watson, Clark, 1997). Ekstravertai yra išraiškingi ir dramatiški, linkę daryti įtaką kitiems (Goldberg, 1990). Kitas šios dimensijos polius - intraversija, suprantama kaip ekstravesrijos nebuvimas, o ne priešingos ekstraversijai savybės (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006). Ekstraversija tyrimuose susieta su sėkmingu vadovavimu darbe (John ir kt., 1990), pozityviu savęs vertinimu ir pasitikėjimu savimi (Costa, McCrae, 1992). Rastas ryšys tarp ekstraversijos ir elgesio paskatinimo sistemos, kuri susijusi su motyvacija, aktyvuojama paskatinimo stimulo (Smits, Boeck, 2006).
- *Sutariamumas (A).* Jis siejamas su altruistiškumu, kito užjautimu ir supratimu, pastangomis padėti kitiems. Nesutariantys asmenys apibūdinami kaip antagonistiški, egocentriški, skeptiški kitų ketinimams, linkę labiau konkuruoti nei bendradarbiauti (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006). Šis bruožas gali kliudyti vesti sunkius ir svarbius sandėrius, daryti įtaką kitiems ar juos valdyti.
- *Sąmoningumas (C).* Sąmoningumu (psichodinaminėje teorijoje) laikomas impulsų valdymas. Ši dimensija apima planavimo, organizavimo, užduočių išsikėlimo ir kitus procesus bei pasiekimų poreikį. Asmenys, su aukštai išreikštu sąmoningumo asmenybės bruožų yra praktiški, orientuoti į užduotį, atkaklūs ir organizuoti (Costa, McCrae, 1992; Mount, Barrick, 1995). Žemą sąmoningumo lygmenį turintys žmonės mažiau vadovaujasi moraliniais principais, linkę veikti ieškodami naudos tik sau (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).
- *Neurotizmas (N).* Jis rodo asmens tendenciją patirti neigiamus jausmus - baimę, liūdesį, nepasitenkinimą, pyktį, kaltę, pasišlykštėjimą. Prasti rezultatai atspindi asmens emocinį stabilumą, ramumą, atsipalaidavimą, gebėjimus įveikti stresines situacijas (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006). Verslininkai, turi žemesnį neurotiškumo lygmenį, kadangi jie pasitiki savimi, sugeba greitai atstatyti jėgas ir imtis naujų užduočių (Simon, Houghton ir kt., 2000).
- *Atvirumas patyrimui (O).* Jo elementai - laki vaizduotė, dėmesys vidiniams išgyvenimams, estetinis jautrumas, intelektualinių žinių troškimas, domėjimasis vidiniu ir išoriniu pasauliais. Ši sritis dar gali būti pavadinta „intelekto“. Nes jos rezultatai dažnai siejasi su išsilavinimu ir

protu. Žemi rezultatai siejami su konservatyvaus požiūrio laikymusi, siauresniu pomėgių ratu (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006). Atvirumas patyrimui yra teigiamai susijęs su kūrybiškumu (McCrae, 1996). Tokie asmenys moka įkvėpti, turi įtakos taktiką, jie išsiskiria iš kitų, autonomiški ir nepriklausomi (Costa, McCrae 1992).

1.8. Savęs vertinimo samprata

Mokslinėje literatūroje nėra vieningos savęs vertinimo sąvokos. Psichologijos žodyne „savęs vertinimas“ apibrėžiamas kaip individo savęs paties, savo galimybių, savybių ir vietos tarp kitų žmonių vertinimas. Nuo savęs vertinimo priklauso žmogaus santykiai su aplinkiniais žmonėmis, jo savikritiškumas, reiklumas sau, požiūris į savo laimėjimus ir nesėkmes. Savęs vertinimas turi įtakos žmogaus veiklos aktyvumui ir jo asmenybės raidai, yra glaudžiai susijęs su žmogaus pretenzijų lygiu, t. y. tikslų, kuriuos jis sau kelia, sudėtingumu. Kai žmogaus pretenzijos neatitinka realių jo galimybių, jis ima save vertinti neteisingai, jo elgesys pasidaro neadekvatus. Vienoks ar kitoks savęs vertinimo lygis susidaro vertinant savo veiklos rezultatus ir suvokiant, kaip tave vertina kiti (Psichologijos žodynas, 1993). Šalkauskis (cit. pagal Gumuliausikienė, 2001) savęs vertinimą apibūdina kaip veiklos rezultatą, tam tikrą daugiau ar mažiau susiformavusią nuomone apie save. Bulotaitę (1995) savęs vertinimą apibrėžia kaip savosios vertės, savo svarbumo pažinimą, kuris kelia atsakomybės jausmą savo ir kitų atžvilgiu. Žemaitis (1995) rašė, kad savęs vertinimas yra vienas iš svarbiausių asmenybės darinių, kuris yra atsakingas už elgesio ir veiklos vidinio reguliatoriaus funkcijas.

Bieliauskaitė (1993) teigia, kad savęs vertinimas yra susijęs su žmogaus siekiais. Norint gyvenime ko nors pasiekti, reikia tikėti, kad gali tai padaryti. Jeigu žmogus nepasitiki savimi, tai netgi gabumai ir sugebėjimai gali nepadėti, nes jis tiesiog neišdrįs jų realizuoti.

Almonaitienė ir kt. (2002) savęs vertinimą apibrėžia kaip savęs paties, savo galimybių, savybių ir vietos tarp kitų žmonių vertinimą. Ji savęs vertinimą sieja su savigarba. Teigiamas savęs vertinimas susijęs su aukšta savigarba ir neigiamas – su žema. Savigarbą autorė apibrėžia kaip pagarbos pačiam sau ir pasitikėjimo savimi jausmą. Žmogus save vertina įvairiai: lygindamas save su aplinkiniais žmonėmis, priimdamas kitų žmonių vertinimus, stebėdamas savo elgesį ir išorinius situacinius veiksmus, priešpastatydamas savo pretenzijas ir objektyvius veiklos rezultatus.

Dažniausiai savęs vertinimas apibūdinamas kaip asmeninė nuomonė apie savo vertę. Tai pasireiškia individo nuostatomis. Rozenbergas (cit. pagal Marsh, 1996) savęs vertinimą apibrėžia kaip pozityvią arba negatyvią nuostatą, nukreiptą į „specifinį“ objektą, vadinamą „Aš“.

Gausybę savęs vertinimo apibūdinimų Pikūnas (1994) skirsto į 4 pagrindinius tipus:

- savęs vertinimas kaip socialinė nuostata (remiamasi realiuoju Aš);

- savęs vertinimas kaip skirtumas tarp nuostatų (pabrėžiama savęs vertinimo priklausomybė nuo skirtumo tarp realaus Aš ir idealaus Aš);
- savęs vertinimas kaip psichologinė reakcija (jausmai, kurie jaučiami ir išgyvenami savo atžvilgiu);
- savęs vertinimas kaip asmenybės funkcija (Aš sistemos komponentas, kuris atlieka tarpininko funkciją tarp Aš ir išorinio pasaulio) (Pikūnas, 1994).

Korman (1970) nurodo tris savęs vertinimo aspektus: bendrąjį, kurį galima traktuoti kaip santykinai pastovų asmenybės bruožą; į užduotį orientuotą savęs vertinimą, kuris susijęs su gebėjimu perkelti patirtį iš praeities į dabartį, bei socialinį savęs vertinimą, kuris formuojasi analizuojant aplinkinių požiūrį į save, savo elgesį.

Savosios vertės suvokimas yra nepaprastai svarbi asmenybės charakteristika. Savosios vertės lygis reguliuoja mūsų elgesį įvairiausiose gyvenimo srityse, stipriai veikia mūsų tarpasmeninius santykius, veiklos tikslų ir krypčių pasirinkimą bei jos efektyvumą, apsisprendimą krizinėse situacijose ir t.t. (Bendravimo psichologija, 2001).

Savęs vertinimo esmę sudaro individo nuomonė apie save ar kitų asmenų nuomonės interpretacija. Mokslininkių nuomone, savęs vertinimas yra visada subjektyvus, turi asmeninę nuostatą. Bet koks savęs apibūdinimas turi vertybinį aspektą (Berns, 1986; Tuulik, 1989, cit. pagal Ivanauskienė, 1994). Savęs vertinimas padeda individui suvokti savo mintis ir jausmus, veiklos rezultatus, bendravimo su aplinka pobūdį bei ypatumus ir keliamus reikalavimus.

Teisingas savęs vertinimas – tai asmens žinių, mokėjimų ir įgūdžių, psichinių ir fizinių savybių bei galimybių suvokimas, vientisas paties savęs ir savo vietos gyvenime vertinimas (Spurga, 1988). Teigiamai save vertinantis žmogus sugebės save matyti vertingą ir kompetentingą, mylimą ir mylintį, turintį tam tikrų unikalių sugebėjimų ir kuo pasidalyti su kitais žmonėmis. Tokie žmonės pasitiki savimi, tiki savo sėkme, lengvai užmezga gerus tarpasmeninius santykius. Tai realistiškas savęs įsisąmoninimas, sugebėjimas gerbti savo ir kitų unikalumą, dvasingumą bei žmogiškąsias teises. Tuo tarpu blogai vertinantys save asmenys tikisi, kad juos kiti apgaudinės, skriaus, blogai juos vertins, iš esmės jie savęs nemėgsta, jaučia baimę, neviltį ir bejėgiškumą, sunkiai prisiima atsakomybę, todėl šie žmonės gyvenime atsakomybę perduoda kitiems ir kaltina kitus dėl savo nesėkmių, užima aukos poziciją (Lepeškienė, 1996).

1.9. Savęs vertinimo lygiai

Kiekvienos asmenybės savęs vertinimas labai skirtingas. Psichologinėje mokslinėje literatūroje išskiriami tokie savęs vertinimo lygiai (Valickas, 1991):

- padidinta savivertė (savęs pervertinimas),

- tikroviška (adekvati) savivertė,
- sumažinta savivertė (savęs nuvertinimas).

Brander (1995) išskiria tokius savęs vertinimo lygius:

- aukštas savęs vertinimas,
- žemas savęs vertinimas.

Padidintas savęs vertinimas arba pervertinimas labai dažnai būdingas narcizistinei asmenybei: labiau domimasi savimi, veikia įsitikinimas, kad individas išskirtinis ir tobulas, o kiti žmonės – nuvertinami (Psichologija studentui, 1996). Suslavičiaus ir Valicko (1999) nuomone, save pervertinantis žmogus su aplinka sąveikauja tik tada, kai susikuriami tam tikri "filtrai", kurie yra skirti nepraleisti informacijai, trukdančiai aukštam savęs įvertinimui. Kai save pervertinama, galima laukti, kad susiformuos per didelis pasitikėjimas savimi, pasipūtimas, nekritiškas požiūris į kitus ir save. (May, 1996).

Tikroviškas (adekvatus) savęs vertinimas pasižymi tuo, kad individas gali kritiškai pažvelgti į save, suvokia savo galimybes ir sugebėjimus bei puikiai suderina su gyvenimo keliamais reikalavimais. Tokia asmenybė kelia realius tikslus, sugeba atsisakyti nuo nepagrįstų siekių ir tikslų, pasitiki savo jėgomis, gerbia ir priima save tokį, koks yra ištikrųjų gyvenime. Be to, savęs nelaiko ir blogesniu už kitus, tiki ir stengiasi įveikti savo silpnybes (Psichologija studentui, 1996). Adekvatus savęs vertinimas sudaro asmens vidinį savikontrolės bei savireguliacijos mechanizmą (Gumuliauskienė, 2001). Adekvačiai suvokdamas savo vertę žmogus numato savo svarbą, supranta savo kompetencijos ribas, žino savo realias galimybes, realiai suvokia savo gebėjimus, žino teises ir pareigas, išlaiko tarp jų pusiausvyrą (Adamonienė ir kt., 2003).

Sumažintas savęs vertinimas arba nuvertinimas, parodo, kad asmenybei būdingas menkavertiškumo jausmas, todėl ji yra labai pažeidžiama, nepaprastai jautri tiek teigiamiems, tiek neigiamiems vertinimams, sunkiai išgyvena savo veiklos nesėkmes, būdingas vienišumas, gyvenimas svajonių pasaulyje, bet ne realiame gyvenime. Nepakankamas savęs vertinimas suformuoja asmenybę, kuri neigiamai vertina ir kitus žmones, būdingas įtarumas, nepasitikėjimas aplinkiniais. Žema savigarba nulemia ir tai, kad aplinkiniai ima šalintis tokios asmenybės, tad neišvengiamai tokie individai tampa atstumti, izoliuoti. Tai sukelia apribojimus asmenybei aktyviai veikti, suformuoja pasyvumą, neryžtingumą, savarankiškumo stoką (Psichologija studentui, 1996). Žmogus, kuris linkęs save nuvertinti, nepasitiki savimi, labai jautriai reaguoja į kritiką, išgyvena dėl nesėkmių, todėl nekelia sau didelių tikslų, netiki sėkme (Pileckaitė – Markovienė, 2001).

Aukštas savęs vertinimas. Aukštos savivertės žmogų sėkmė skatina veikti, jis labiau linkęs rizikuoti, kelia sau tikslus ir siekia juos įgyvendinti. Tai žadina vaizduotę, ryžtingumą, drąsą. Savęs vertinimas, tiesiogiai dalyvavimas elgesio ir veiklos reguliacijos procese, nustato tam tikrą pusiausvyrą tarp išorinių poveikių, vidinės asmenybės būsenos ir jos elgesio formų (Valickas, 1991). Tokie žmonės

sėkmingai sprendžia problemas ir efektyviai pritaiko informaciją, siekdami savo tikslų (Pileckaitė – Markovienė, 2001). Jie linkę intensyviau veikti su žmonėmis, reikalaujančiais užduotį atlikti puikiai, pastebimai mažiau bijo kritikos nei žemai save vertinantys asmenys (Suslavičius, 1995).

Žemas savęs vertinimas. Asmuo su žemu savęs vertinimu mano, jog yra menkesnis už kitus, neįvertina savo galimybių, gilinasi į savo realius ir nesamus trūkumus. Dėl to, nesiimama sudėtingų užduočių, nesiekiama aukštesnių tikslų (Bulotaitė, 1995).

2. TYRIMŲ, SUSIJUSIŲ SU VADOVO ASMENYBĖS BRUOŽAIS IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJOMIS, APŽVALGA

Šiame skyriuje pateikiami moksliniai tyrimai bei tyrimai patvirtinantys vadovų asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajas. Kaip buvo minėta teorinėje dalyje, „Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos“ tema nėra išnagrinėta, neatliktos jokios bendros apklausos ar kiti tyrimai, nei parengti panašaus pobūdžio straipsniai ar publikacijos. Yra nemažai verslo veiklos situacijų bei problemų, kurios galėtų būti daug geriau sprendžiamos, atsižvelgiant į vadovų asmenybės ypatumus. Pastebima tam tikrą šiuolaikinių tyrimų krizė, pasireiškiančią nesugebėjimų gauti naujų svarbių rezultatų, taip pat ribotu taikymu mokslui ir praktikai jau žinomų dalykų. Todėl tolesnėje tiriamojoje dalyje bus siekiama atskleisti šį ryšį tarp organizacijų vadovų.

2.1. Vadovo asmenybės bruožų tyrimai

Asmenybės bruožų vaidmuo darbe tiriamas jau seniai. Šiuo metu turbūt daugiausia nagrinėjama asmenybės bruožų įtaka darbui. Pagal vienos iš asmenybės psichologijos krypčių, bruožų teorijos, požiūrį, vadovas turi daug savybių, nuo kurių priklauso jo veiksmai. Nors mokslininkai neturi vieningos nuomonės, kas lemia vadovo pasikartojantį elgesį – asmenybės bruožai ar situacijos savybės, yra tyrimų, patvirtinančių, kad vadovams būdingi pastovūs asmenybės bruožai, kurie atsiskleidžia įvairiose situacijose (Matthews ir kt., 2003).

Asmenybės bruožai atspindi vadovo bendravimo su aplinkiniais būdą, tad nurodo į vadovo elgesį darbiniuose situacijose (Wiggins, 1996). Ekstraversijos išreikštumas yra patikimas elgesio prediktorius - ekstravertai yra dažniau linkę pradėti pokalbį su nepažįstamais. Aukštas sutariamumo išreikštumas, susijęs su auštu bendradarbiavimo lygiu, bet neigiamai koreliuoja su agresija ir gebėjimu konkuruoti (Matthews ir kt., 2003). Remiantis „Penketu svarbiausių“, galima daryti prielaidas apie tai, kokiais bruožais pasižymi vadovaujantis asmenys. Tai aukštesnis ekstraversijos, sąmoningumo ir sutariamumo lygis, bet mažiau išreikštas neurotiškumas ir atvirumas patyrimui.

Watson, Clark (1997); Costa, McCrae (1992); Goldberg (1990); Mount, Barrick (1995) tyrimų metu nustatė, kad ekstraversijos ir sąmoningumo bruožai pripažinti, kaip svarbiausi vadovo bruožai darbinėje veikloje, susijusioje su kontaktais, su žmonėmis. Vadovai, su aukštai išreikštu ekstraversijos asmenybės bruožu yra kalbūs ir išraiškingi, mėgsta bendrauti, yra pritariantis ir iš anksto nusiteikę teigiamai ir maloniai patirčiai. Tokie vadovai yra dominuojantis, energingi, aktyvūs, kalbūs ir entuziastingi. Vadovai, su aukštai išreikštu sąmoningumo asmenybės bruožu yra praktiški, orientuoti į užduotį, atkaklūs ir organizuoti. Šis bruožas rodo vadovo organizuotumo laipsnį, atkaklumą ir sunkų darbą.

Vadovams jau seniai buvo patartina suvokti asmenybės bruožų įtaką įvairiems darbo rezultatams, susijusiems su paslaugomis, o vadovo asmenybės tyrimai jau tapo tradicija paslaugų vadybos srityje (Brown ir kt., 2002; Hurley 1998).

Brown, Mowen, Donavan ir Licata (2002) pastebėjo tiesioginę neigiamą sutariamumo įtaką tam, kaip vadovai vertina klientų aptarnavimą. Autoriai teigia, kad vadovai linkę geriau bendradarbiauti ir santykiuose ieškoti susitarimo. Priešingai Brown ir kt. išvadoms (2002), Hurley (1998) pastebėjo, kad sutariamumas sudaro teigiamą koreliaciją su klientų aptarnavimu. Kaip mano Zellars ir kt. (2000), sutariamumu pasižymintys vadovai geriau susidoroja su sunkiomis sąlygomis, stengdamiesi padėti kitiems.

Perrewe ir Spector (2002) nustatė, kad vadovai, pasižymintys atvirumu naujam patyrimui daug lengviau priima pokyčius ir prisitaiko prie jų. Be to, jie puikiai suvokia konfliktines situacijas, sugeba įveikti stresą darbe, valdo emocijas, pozityviai mąsto, pasižymi kūrybiškumu. Tokie vadovai moka įkvėpti, turi įtakos taktiką. Taip yra, todėl, kad atvirumas patyrimui susijęs su vadovo motyvacija mokytis (Barric ir Mount, 1991). Pagal Barric ir Mount (1991) į darbą su klientais, bendradarbiais, bei vadovavimą paslaugų sektoriuje jie žvelgia kaip į asmeninius iššūkius vykdant įvairiausius reikalavimus ir priimant sprendimus.

Mokslininkai nustatė, kad vadovai pasižymintys ekstraversija puikiai atlieka darbą, reikalaujantį daug bendravimo (Judge ir kt., 1999; Mount ir kt., 1998) ir yra pasitenkinę darbu (Judge ir kt.,1999). Taip gali būti todėl, kad vadovai ekstravertai sugeba išvystyti socialinės paramos tinklus, kurie skatina teigiamą bendravimą (Zellars ir kt., 2000). Ekstravertai taip pat iš prigimties yra optimistai (Zellars ir Perrewe, 2001), ir tai paaiškina, kodėl jie pasiekia geresnių rezultatų.

Zellars ir Perrewe (2001) savo tyrimuose teigia, kad neurotiniai vadovai yra linkę susikoncentruoti kur kas labiau ties neigiamais nei teigimais išgyvenimais, jų sumažėjęs savęs vertinimas. Atlikdami savo antraeilę analizę, Mount ir kt. (1998) pastebėjo, kad stabilesnių nervų paslaugų sektoriaus vadovai geriau dirba grupėse

Mount, Barrick ir kt. (1994); Barrick ir Mount (1991); Barrick, Mount ir kt. (1993); Stewart (1996); Hurtz ir Donovan (2000); Cable ir Judge (2003) tyrimai rodo, kad penkių asmenybės

veiksnių modelio skalės tokios kaip sąmoningumas ir ekstraversija yra baziniai vadovų bruožai, kurie lemia sėkmingų pardavimų rezultatus. Sąmoningumas pagal Mount ir kt. (1994) yra įvertinamas kaip vienas iš geriausių asmenybės bruožų, lemiantis sėkmingų pardavimų įvykdymą ir organizavimą.

Tačiau Solgado, Jackson ir kt. (1997) savo atliktose tyrimuose nurodo, jog patys tinkamiausi asmenybės bruožai, padedantys sėkmingai įvykdyti pardavimus yra sąmoningumas ir neurotizmas. Patys netinkamiausi ekstraversija, atvirumas naujai patirčiai ir sutariamumas su kitais. Panašius rezultatus gavo Warr, Bartram ir kt. (2005) orientuodami savo tyrimus į pardavimų pasiekimus nerado teigiamo ryšio su atvirumu naujai patirčiai ir sutariamumu, šie bruožai buvo neigiamai susijęs su pardavimų įvykdymu.

Mount ir Barrick (1991) meta analizės metu nustatė statistiškai reikšmingą Penkių asmenybės veiksnių modelio skalių ryšį su darbo atlikimo įvertinimu. Mokslininkai nustatė, kad ekstraversija, sąmoningumas ir atvirumas naujai patirčiai buvo statistiškai teigiamai susiję su darbo atlikimo įvertinimu. Panašius rezultatus gavo Judge ir Ilies (2002) savo tyrimuose patvirtino, jog vadovų asmenybės bruožai skirtingai koreliuoja su skirtingos darbinės veiklos įvykdymu. Ir nors ekstraversija ir sąmoningumas turi šiek tiek žemesnį valdumo koeficientą, o neurotizmas, atvirumas patyrimui ir sutariamumas turi aukštesnį valdumo koeficientą ir patikimai prognozuoja darbinės veiklos sėkmingumą (De Raad, Perugini, 2002).

Solgado (1997) nustatė, jog sąmoningumas yra vienintelis faktorius, kuris teigiamai susijęs su motyvacija. Sąmoningumo bruožas numato darbų vykdymus, nes tokie vadovai sunkiai dirba, atkaklūs, mokantis planuoti savo laiką ir koncentruoti ties gero darbo atlikimo. Salgado, Rumbo (1997) atlikdamas tyrimus su finansinio sektoriaus vadovais parodė statistiškai reikšmingą ryšį tarp pasitenkinimo darbu su sąmoningumu ir neurotizmu. Neurotizmas statistiškai neigiamai koreliavo su pasitenkinimu darbu, o sąmoningumas statistiškai teigiamai koreliavo su pasitenkinimu darbu.

Psichologai yra nustatę ryšius tarp vadovo asmenybės bruožų ir darbo atlikimo ypatybių. Individualus darbo atlikimas bei komandinis darbas pirmiausia siejamas su sąmoningumu. Sąmoningi vadovai yra atsakingi, disciplinuoti, organizuoti, geba sunkiai dirbti, yra orientuoti į užduotį, pasižymi vidine motyvacija, siekia, kad būtų įgyvendinti komandos tikslai. Jie sutelkia dėmesį į užduotį ir įsipareigoję ją atlikti, gali pritaikyti savo vaidmenį prie komandos ar užduoties pokyčių (Peeters, Van Tuijl, ir kt. 2006). Sąmoningumas yra susijęs su pasitenkinimu darbu, įvairovės poreikiu, užduočių atlikimu, teigiamu savo veiklos efektyvumo vertinimu. Tyrimai atskleidė, kad yra teigiami ryšiai tarp sąmoningumo ir darbo taisyklių, terminų laikymosi, tarp nuolaidumo ir siekio palengvinti kitų darbą, netrukdyti bendradarbiams. Tuo tarpu ekstraversija neigiamai susijusi su socialiniu palengvinimu, pavyzdžiui, ekstraversija pasižymintys vadovai yra

labiau linkę skųstis bendradarbiams, nors tai gali šiems trukdyti, juos veikti neigiamai (Witt, Kacmar ir kt. 2002).

DeNeve (1999) yra nustatęs, kad yra ryšys tarp vadovų elgesio sudėtingose darbo sąlygose, jų reagavimo į stresines situacijas, ir jų asmenybės bruožų. Pavyzdžiui, ekstravertiškumu pasižymintys vadovai, dažniau patenka į sudėtingas situacijas, jie dažniau mano, kad aplinka iš jų reikalauja nuolatinių asmeninių pastangų. Dėl to paprastai jie labai gerai atlieka savo darbą, yra ištikimi savo organizacijai. Tačiau, neurotizmu pasižymintys vadovai, patekę į sudėtingas situacijas, patiria daugiau neigiamų emocijų (pvz., pyktį, baimę, pasibjaurėjimą, liūdesį, nerimą ir kaltę, prastą prisitaikymą), blogiau kontroliuoja savo impulsus, ne taip sėkmingai įveikia stresą. Taip pat Williams ir kt. (2004) apklausę vadovus aptiko, kad ekstraversija buvo teigiamai susijusi su palankiu vadovo elgesiu ir teigiamu darbo rezultatų įvertinimu. Neuroziškumas – asmenybės faktorius, susijęs su vadovo padidėjusia emocine įtampa ir blogu streso įveikimu. Ekstraversija – bruožas apibūdinama vadovo aukštu socialumo, susijaudinimo ieškojimo ir didelio aktyvumo lygiu.

Kad vadovo asmenybės bruožai turi įtakos darbinėje veikloje galima matyti ir iš kitų tyrimų nagrinėjančių asmenybės bruožų ir vadovo sėkmingos darbinės veiklos ryšius. DeNeve (1999) atliktame tyrime Didžiojo Penketo asmenybės bruožai parodė, kad ekstraversija ir sutariamumas pastoviai teigiamai susiję su vadovo sėkmingų darbo rezultatyvumu, tuo tarpu neurotiškumas buvo pastoviai neigiamai susijęs su vadovo sėkmingų darbo rezultatyvumu. Diener ir Lucas (1999) teigia, kad šie rezultatai neturėtų stebinti, nes ekstraversija yra charakterizuojama teigiamu afektu, o neuroziškumas – neigiamu. Autoriai teigia, kad ekstraversija, sąmoningumas ir sutariamumas labiau prognozuoja vadovo darbinės veiklos sėkmingumą, nei neurotiškumas ir atvirumas naujovėms. Ryff (1997) nustatė, kad ekstraversija, sąmoningumas ir mažas neurotiškumas buvo susiję su savęs vertinimu, meistriškumu; atvirumas naujovėms susijęs su asmens augimu; sutariamumas ir ekstraversija su teigiamais santykiais; ir mažas neurotiškumas su autonomija (cit. pagal Ryan ir Deci, 2001).

Apžvelgus asmenybės tyrimus, nustatyta, kad asmenybės bruožai tokie kaip ekstraversija, neurotiškumas, atvirumas patyrimui, sutariamumas, sąmoningumas yra būdingi vadovams. Tačiau labiausiai verslininkų išreikštais bruožais yra laikomi sąmoningumas, ekstraversija ir sutariamumas. Daugelis tyrimu patvirtina, jog tai yra baziniai vadovų asmenybės bruožai. Asmenybės bruožų tyrimai neurotiškumą ir atvirumą patyrimui pabrėžia kaip pageidaujama, o kitu atveju kaip nepageidaujamą asmenybės bruožą.

2.2. Vadovo asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos

Pastaruoju metu daugybė užsienio mokslininkų pradėjo domėtis apie sąsajas tarp asmenybės bruožų ir savęs vertinimo. Pagal Neustadt, Chamorro – Premuzic, Furnham (2006) atlikus tyrimus gauta, kad savęs vertinimas yra statistiškai reikšmingai susijęs su asmenybės bruožais, ir yra apskaičiuota jų koreliacija – ekstraversija, sąmoningumas, sutariamumas, neurotizmas ir atvirumas patyrimui. Vadovų tyrimuose, kuriuose buvo nagrinėjamos savęs vertinimo sąsajos su asmenybės bruožais, asmenybė vertinama arba iš penkių didžiųjų bruožų, arba iš trijų (Aluja ir kt., 2007).

Marsch (1996), Pullman ir Allik (2000), Watson, Suls ir Haig (2002), Barrick ir Mount (1991), Barrick, Mount ir Judge (2001) pateikia įrodymus, jog asmenybės bruožai, aprašyti penkių veiksnių modelyje (neurotiškumas, ekstraversija, sąmoningumas, sutariamumas, atvirumas patyrimui, šie bruožai apibūdina vadovus nuo silpnos iki stiprios išraiškos) lieka pastovūs ir nekintantys. Tuo tarpu savęs vertinimas yra kintantis procesas, kuris remiasi nuolatiniu sekimu atsiliepimų apie save ir stebėjimu savo elgesio pasekmių (Fujita, 1991, Zellars ir kt., 2000). Fujita (1991), Zellars ir kt., (2000) tirdami verslininko asmenybės bruožus ir jų sąryšį su savęs vertinimu, nustatė, kad verslininko savęs vertinimas yra glaudžiai susijęs su ekstraversija, neurotizmu ir sąmoningumu. Autoriai teigia, kad aukštas savęs vertinimas teigiamai koreliavo su ekstraversija ir sąmoningumu, o žemas savęs vertinimas neigiamai koreliavo su neurotizmu. Vadovai, kurie aukštai save vertina dega optimizmu, todėl jie lengviau įgyvendina iškeltus tikslus, mažiau konfliktuoja, išreiškia pasitenkinimą. Tokie vadovai gali realiausiai įgyvendinti užsibrėžtos veiklos tikslus, o ypatingai susidoroti su tomis užduotimis, kurios reikalauja tikėjimo, gebėjimo susikoncentruoti sprendžiant problemas, atkaklumo ištikus nesėkmei, ar įvykus svarbiems pasikeitimams.

Taip pat daugelio autorių akcentuojamas stiprus neurotizmo ir žemo savęs vertinimo ryšys. Tačiau yra atlikta keletas svarbių tyrimų, kurie įrodo, jog vadovo bazinių asmenybės bruožų ryšys su žemu savęs vertinimu nėra toks vienareikšmis. Zellars ir kt. (2000) atliko tyrimus, įrodančius tiktai silpnas ekstraversijos ir aukšto savęs vertinimo koreliacijas. Koreliacijų stiprumas tarp bazinių asmenybės bruožų ir savęs vertinimo keičiasi analizuojant įvairias ekstraversijos ir neurotizmo matmenų kombinacijas. Kaip teigia Zellars ir kt. (2000), ryškiausi savęs vertinimo skirtumai yra tarp vadovų stabilių ekstravertų ir nestabilių neurotikų. Anot šio mokslininko, stipriausiai savęs vertinimą veikia neurotizmas, silpniau ekstraversija.

Pullmann ir Allik (2000) nustatė, kad vadovų žemas savęs vertinimas turi statistiškai teigiamą ryšį su visais neurotizmo aspektais. Neurotizmu pasižymintis vadovai paprastai pasižymi didesniu nerimo lygiu bei linkę fokusuotis ties savo emocine būsena, kas savo ruožtu sumažina, savęs vertinimo lygį, dėmesio resursus, kuriuos gali skirti užduoties atlikimui. Panašius rezultatus gavo

Francis ir James (1996) tyrimai parodė, kad vadovų savęs vertinimas koreliuoja nuo 0,32 iki – 0,32 su ekstraversijos ir neurotizmo asmenybės bruožais.

Kiti mokslininkai Ghorbani, Watson (2005) tirdami verslininko asmenybės bruožus ir jų sąryšį su savęs vertinimu nustatė, kad verslininko asmenybės bruožai tokie kaip ekstraversija, sąmoningumas, sutariamumas ir atvirumas patyrimui turi teigiamą ryšį su aukštu savęs vertinumu, ir neigiamą ryšį su neurotizmu. Tyrimai buvo atlikti 159 vadovų vyrų imtyje. Vadovai, pasižymintys tokiais asmenybės bruožais aukštai save vertina, yra aktyvūs ir kūrybingi, nevengia imtis įvairios veiklos, pasitiki savimi, savo jėgomis ir galimybėmis, siekia užsibrėžtų tikslų. Panašius rezultatus gavo Misty, Charles (2002). Mokslininkai rado teigiamą sutariamumo, sąmoningumo ir ekstraversijos ryšį su aukštu savęs vertinimu, ir neigiamą neurotizmo ryšį su žemu savęs vertinimu. Sąmoningumas yra įvertinamas kaip vienas svarbiausių asmenybės bruožų, lemiantis savęs vertinimo lygį. Sąmoningumu pasižymintys vadovai yra linkę kontroliuoti savo aplinką ir patirti mažiau konfliktų (Spector, 1988). Zellars ir kt., (2000) neaprašė jokios pastebimos koreliacijos tarp sąmoningumo ir sumažėjusio savęs vertinimo. Tačiau Ross, Canada ir Rausch (2002) atlikus tyrimus rado, kad vadovo aukštas savęs vertinimas buvo teigiamai susijęs su neurotizmu ir neigiamai su sąmoningumu.

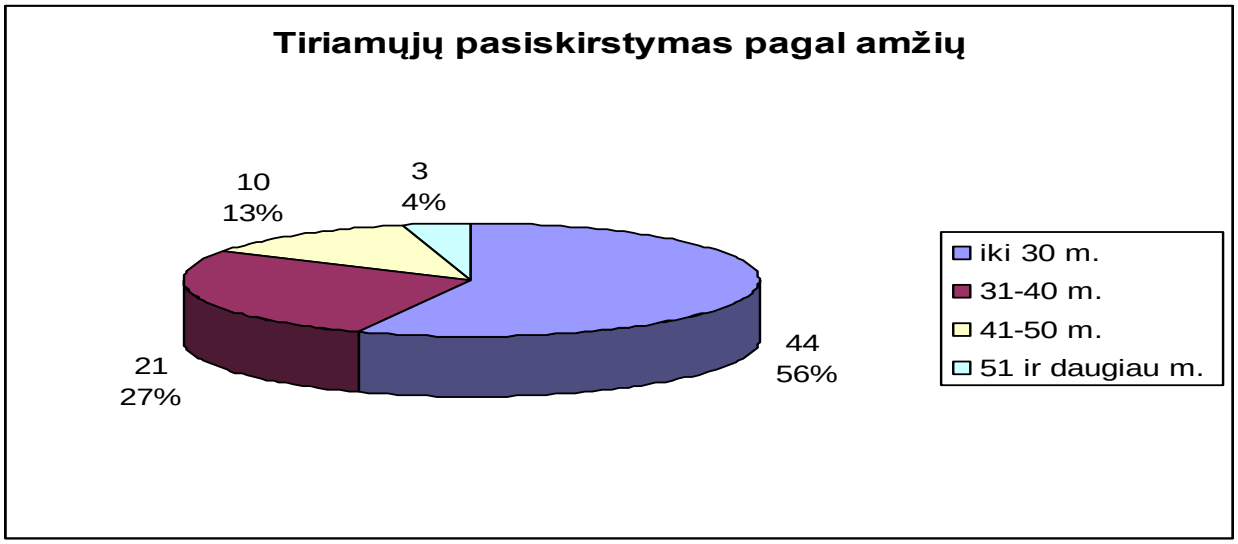
Alarkon, Eschleman ir Bowling (2009) atlikęs plačią metaanalizę, kuriuos metu apžvelgė tyrimus, nustatė, kad be sąmoningumo faktoriaus su vadovo savęs vertinimu taip pat reikšmingai koreliuoja ir ekstraversijos bei sutariamumo faktoriai. Panašius rezultatus gavo Aberson, Healy, Romero (2000), kurie apžvelgė tyrimus, kurių metu buvo matuojamos koreliacijos tarp Didžiojo penketo ir savęs vertinimo, nustatė, kad sąmoningumo faktorius su savęs vertinimu koreliuoja labai nežymiai. Metaanalitiniuose tyrimuose išryškėjo reikšminga koreliacija tarp ekstraversijos bei sutariamumo faktorių bei savęs vertinimo.

Taigi užsienio literatūroje yra nemažai tyrimų, nagrinėjančių vadovo asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajas. Kalbant apie vadovo asmenybės bruožus daugelis mokslininkų pastebi, kad ekstraversija, sąmoningumas, sutariamumas ir atvirumas patyrimui turi teigiamą ryšį su aukštu savęs vertinumo lygiu, ir neigiamą ryšį su neurotizmu.

3. TYRIMO METODIKA

3.1. Tyrimo dalyviai

Tyrime dalyvavo 78 tiriamieji. Visi tiriamieji dirba įvairiose Vilniaus miesto organizacijose. Tiriamųjų imtis buvo sudaryta patogiosios atsitiktinės imties metodu remiantis „Lietuvos įmonių katalogu“ (http://www.imones.lt/). Duomenys rinkti 2010 metais prašant užpildyti darbovietėje pateiktus klausimynus. Tyrimo eigoje buvo susiduriama su sunkumais. Daugelis įmonių atsisakė dalyvauti tyrime, dėl dabartinės įmonių politikos, susiklosčiusios ekonominės situacijos šalyje, įmonių reorganizavimo ir kt. priežasčių. Tyrimo metu gauta 99% užpildytų metodikų ir 1% neteisingai užpildytų. Tiriamųjų amžiaus vidurkis – 32,4 metų, minimalus amžius – 20 metų, maksimalus – 59 metai. Tyrime dalyvavę tiriamieji suskirstyti į keturias grupes. Pirmąją grupę – iki 30 metų – sudarė 44 (56%) tiriamieji, antrąją - nuo 31 iki 40 metų – 21 (27%) tiriamieji, trečiąją - nuo 41 iki 50 metų – 10 (13%) tiriamieji bei ketvirtąją - nuo 51 ir daugiau metų – 3 (4%) visų tyrimo dalyvių. Kaip matome, pirmoji tiriamųjų grupė - iki 30 metų – sudaro didžiąją dalį tyrimo dalyvių. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal amžių pavaizduotas 1 pav.



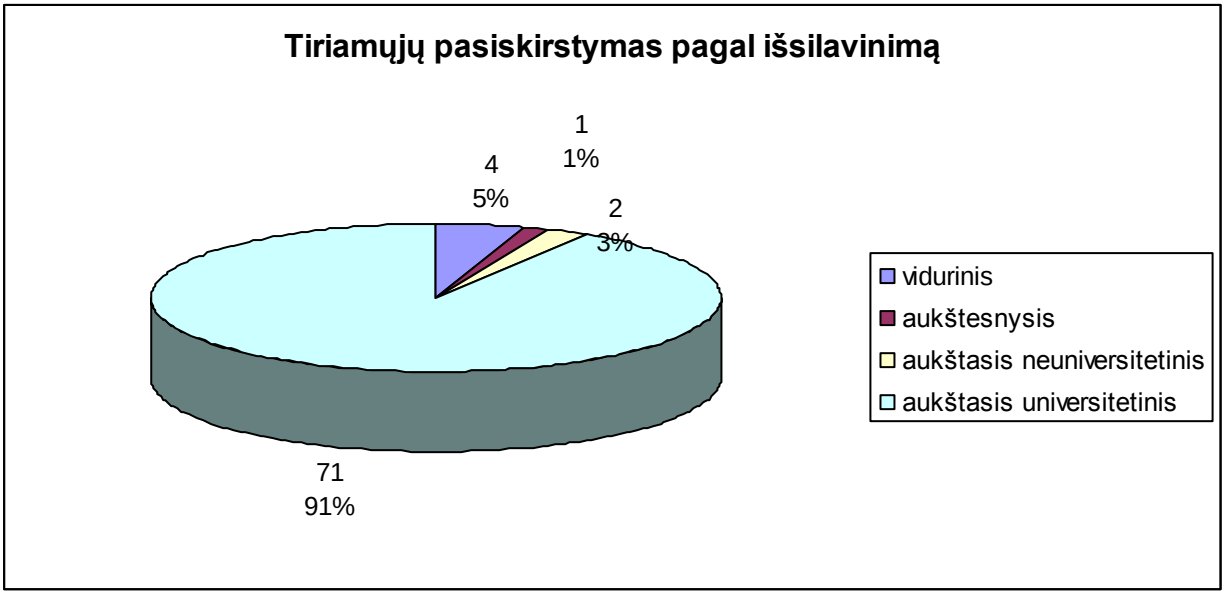
1 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal amžių

Kitame 2 pav. pateikiamas tiriamųjų pasiskirstymas pagal lytį. Iš tiriamųjų pasiskirstymo pagal lytį matome, jog tyrime dalyvavo 78 vadovai. Iš jų 35 vyrų, kurie sudarė 45% tiriamųjų bei 43 moterų, kurios sudarė 55% visų tyrimo dalyvių.



2 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal lytį

Tyrime dalyvavo įvairaus išsilavinimo tiriamieji. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal išsilavinimą pavaizduotas 3 pav.

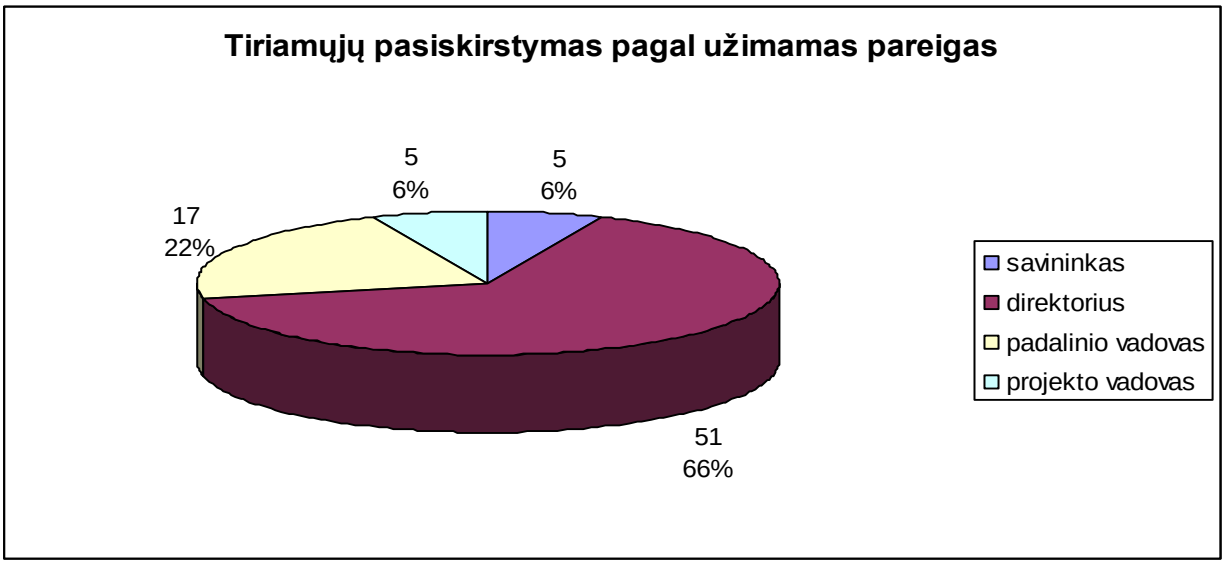


3 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

Iš tiriamųjų pasiskirstymo pagal išsilavinimą matome, kad aukštąjį (universitetinį) išsilavinimą yra įgiję 71 (91%) tiriamųjų, aukštąjį (neuniversitetinį) – 2 (3%) tiriamųjų, aukštesnįjį – 1 (1%) tiriamųjų, vidurinį – 4 (5%) tiriamųjų. Taigi aukštąjį (universitetinį) išsilavinimą yra įgijusi didžioji tiriamųjų dalis.

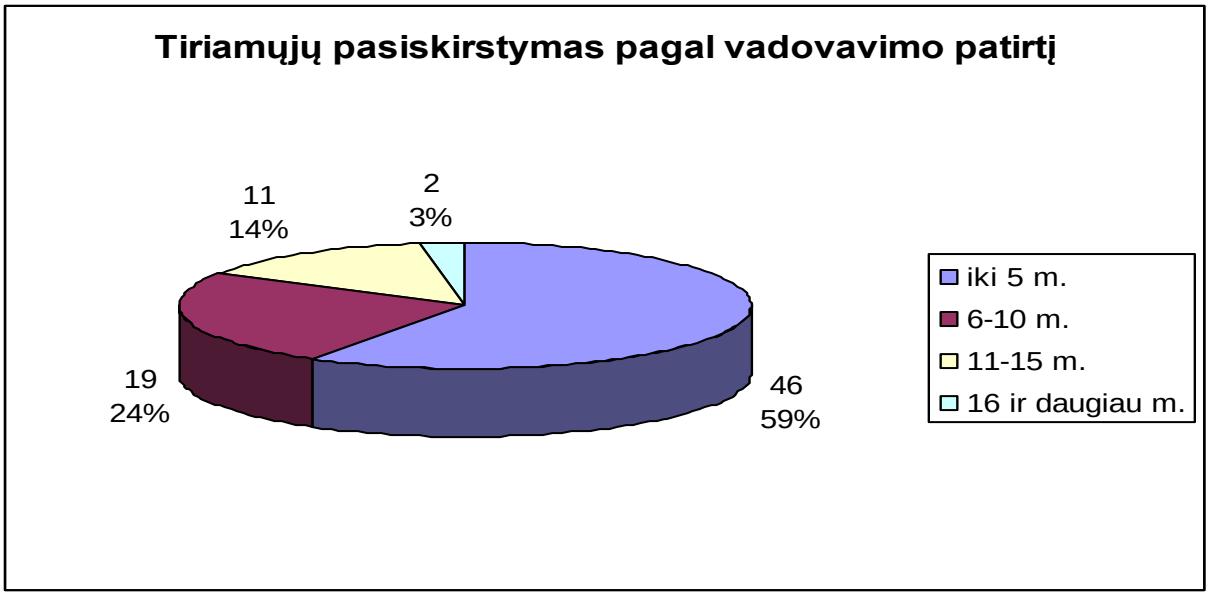
Tiriamųjų užimamos pareigos organizacijose buvo suskirstytos remiantis „Lietuvos profesijų klasifikatoriumi pagal Tarptautinį standartinį profesijų klasifikatorių ISCO-08“

(http://db.stat.gov.lt/statclass/classifications.aspx?CLASS_ID=100000060&CLASS_NAME=LPK&owner=class, http://213.197.179.229/mod/klasifikatorius/?p=0). Tiriamųjų pasiskirstymas pagal užimamas pareigas pavaizduotas 4 pav.



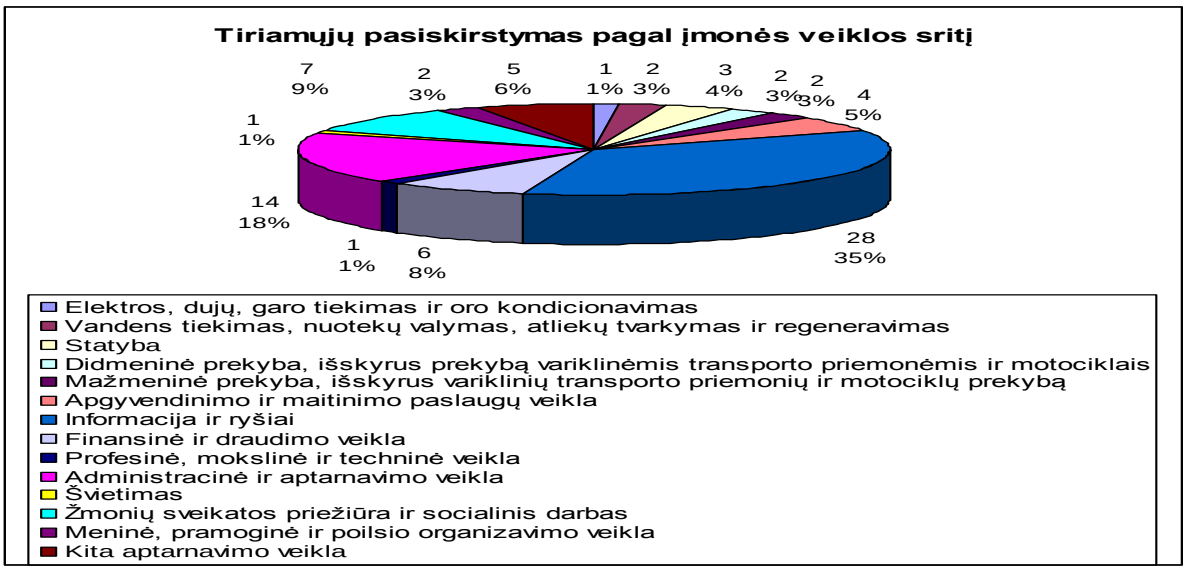
4 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal užimamas pareigas

Tyrimo duomenimis, daugiausiai tiriamųjų 51 (66%) yra įmonių direktoriai, 17 (22%) tiriamųjų yra įvairių padalinių vadovai. Po lygiai tiriamųjų 5 (6%) yra įmonių savininkai ir projektų vadovai. Taigi daugiausia tyrimo dalyvių yra įmonių direktoriai. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal vadovavimo patirtį pavaizduotas 5 pav.



5 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal vadovavimo patirtį

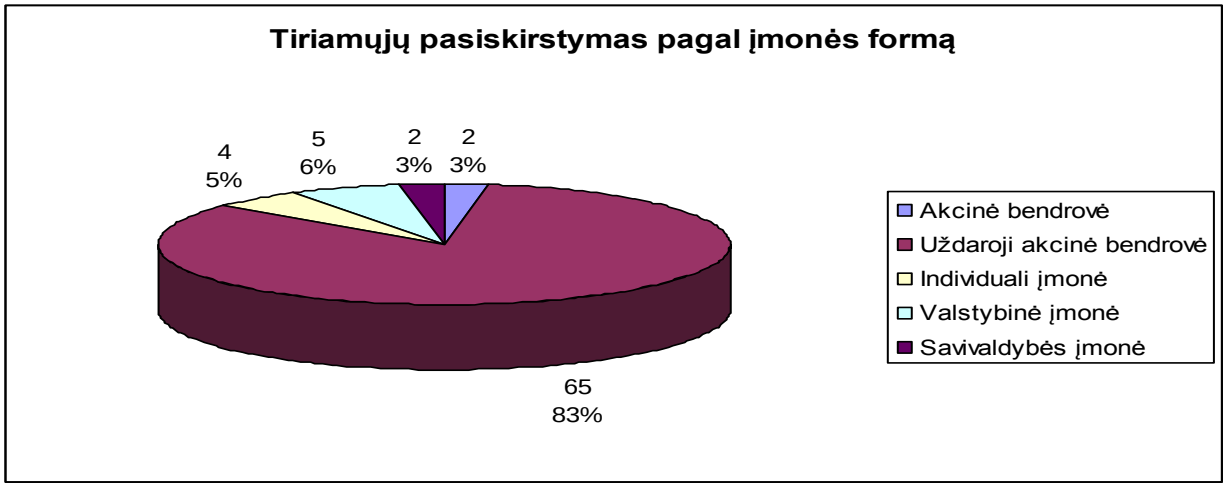
Tiriamųjų pasiskirstymas pagal vadovavimo patirtį organizacijoje, kurioje dirba, rodo, kad iki 5 metų organizacijoje vadovavimo patirtį turi 46 (59%) tiriamieji, 19 (24%) tiriamųjų turi - nuo 6 iki 10 metų vadovavimo patirtį, 11 (14%) tiriamųjų - nuo 11 iki 15 metų ir 2 (3%) tiriamieji - nuo 16 ir daugiau metų. Taigi daugiausia tyrimo dalyvių turi iki 5 metų vadovavimo patirtį. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės veiklos sritį pavaizduotas 6 pav.



6 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės veiklos sritį

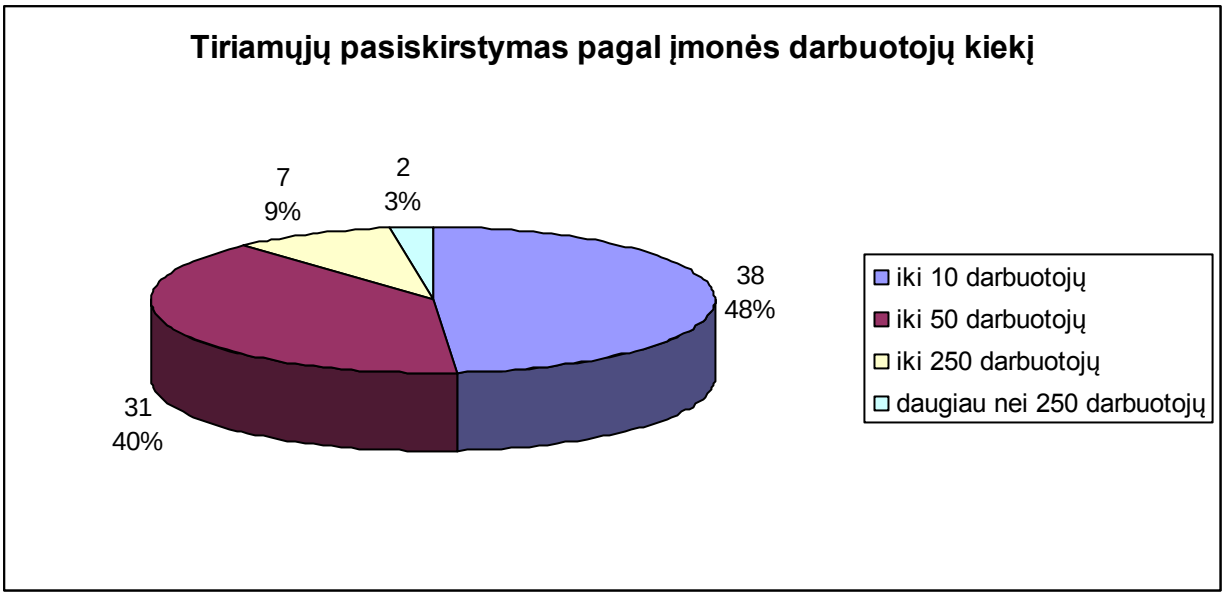
Daugiausia tiriamųjų 28 (35%) yra iš informacijos ir ryšių įmonių. Taip pat nemažai tiriamųjų 14 (18%) yra iš administravimo ir aptarnavimo sferos. Žmonių sveikatos priežiūros ir socialinio darbo sferoje vadovauja 7 (9%) tiriamieji, o 6 (8%) tiriamieji vadovauja finansinėje ir draudimo sferoje. Šiek tiek mažiau tiriamųjų 5 (6%) vadovauja kitoje aptarnavimo sferoje, 4 (5%) tiriamieji vadovauja apgyvendinimo ir maitinimo sferoje ir 3 (4%) tiriamieji vadovauja statybos sferoje. Po lygiai tiriamųjų 2 (3%) yra iš mažmeninės prekybos, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą, ir didmeninės prekybos, išskyrus prekybą variklinėmis transporto priemonėmis ir motociklais sferų; iš vandens tiekimo, nuotekų valymo, atliekų tvarkymo ir regeneravimo bei meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo sferų. Taip pat po lygiai tiriamųjų 1 (1%) yra iš elektros, dujų, garo tiekimo ir oro kondicionavimo bei švietimo ir profesinės, mokslinės, techninės sferų. Kaip matome, daugiausia tiriamųjų yra iš informacijos ir ryšių įmonių.

Tyrime dalyvavo įvairiose įmonėse dirbantys tiriamieji. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės formą pavaizduotas 7 pav.



7 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės formą

Daugiausia tiriamųjų 65 (83%) dirba uždarojoje akcinėje bendrovėje, 5 (6%) tiriamieji dirba valstybinėje įmonėje, o 4 (5%) tiriamieji dirba individualiojoje įmonėje. Po lygiai tiriamųjų 2 (3%) dirba akcinėje bendrovėje ir savivaldybės įmonėse. Taigi daugiausia tiriamųjų dirba uždarojoje akcinėje bendrovėje. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės darbuotojų kiekį pavaizduotas 8 pav.



8 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės darbuotojų kiekį

Tyrimo duomenimis, 38 (48%) tiriamieji yra iki 10 darbuotojų įmonių vadovai; 31 (40%) tiriamieji yra iki 50 darbuotojų įmonių vadovai; 7 (9%) tiriamieji yra iki 250 darbuotojų įmonių vadovai, o 2 (3%) tiriamieji yra daugiau nei 250 darbuotojų įmonių vadovai.

3.2. Užduočių ir įvertinimo būdai

Tyrimo atlikimui buvo panaudoti šie metodai: psichologinių paslaugų poreikiui nustatyti naudotas „Psichologinių paslaugų poreikių“ klausimynas; Asmenybės bruožų išreikštumui nustatyti naudotas „NEO Penkių Faktorių klausimynas“ (S forma); Savęs vertinimo lygiui nustatyti naudota „Savęs vertinimo skalė“. Trumpai aprašysime kiekvieną iš šių metodikų.

3.2.1. „Psichologinių paslaugų poreikių (PPPK)“ klausimynas

Tyrime naudotas Psichologinių paslaugų poreikių klausimynas (PPPK). PPPK klausimynas (žr. priedą nr.1) yra sukurtas 2010 metais MRU profesoriaus Viktoro Justickio ir doktoranto Vidmino Dauderio. Metodika yra verifikacijos stadijoje, atlikti pilotiniai tyrimai, tikrinamas metodikos validumas bei patikimumas.

Aprašymas. Klausimyną sudaro 8 skalės. Pirmoji skalė - organizacijos įvertinimas. Šią skalę sudaro 11 teiginių (pvz., organizacijos veiklos rezultatų įvertinimas, organizacijos kultūros analizė, darbo analizė ir projektavimas, darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė ir kt.). Antroji skalė - organizacijos vystymas. Šią skalę sudaro 13 teiginių (pvz., pokyčių įmonėje ir įmonės vystymosi analizė, personalo tarpasmeninių santykių analizė, darbo produktyvumo didinimas, įmonės įvaizdžio kūrimas ir kt.). Trečioji skalė - personalo atranka. Šią skalę sudaro 5 teiginiai (pvz., personalo verbavimas ir atranka, personalo adaptavimas po įdarbinimo, efektyvus žmogiškų išteklių panaudojimas ir kt.). Ketvirtoji skalė - personalo ugdymas. Šią skalę sudaro 5 teiginiai (pvz., personalo potencialo atskleidimas ir ugdymas, personalo kūrybiškumo ugdymas, personalo motyvavimo sistemos įvertinimas ir kūrimas ir kt.). Penktoji skalė - personalo mokymas. Šią skalę sudaro 4 teiginiai (pvz., mokymų poreikio ir turinio nustatymas, mokymų planavimas, personalo mokymų įvertinimas ir kt.). Šeštoji skalė - bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas. Šią skalę sudaro 10 teiginių (pvz., bendravimo įgūdžių lavinimas, emocinio intelekto lavinimas, pasitikėjimo savimi ugdymas, pozityvaus mąstymo ugdymas ir kt.). Septintoji skalė - vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas. Šią skalė sudaro 14 teiginių (pvz., vadovo darbo su grupe įgūdžių lavinimas, vadovo įtakos darymo įgūdžių lavinimas, vadovaujančio personalo pokyčių valdymo gebėjimų ugdymas, komandų formavimo ir vadovavimo komandiniam darbui analizė ir kt.). Aštuntoji skalė - pardavimų vadyba. Šią skalę sudaro 10 teiginių (pvz., pardavimų strategijos bei taktikos kūrimas, vidinis pardavimų darbo organizavimas, pardavimų vertinimo bei kontrolės sistemų kūrimas, aktyvaus pardavimo metodų diegimas). Taip pat anketoje yra klausimų apie tiriamųjų demografinius duomenis (lytis, amžius, išsilavinimas, pareigos įmonėje, vadovavimo patirtis, įmonės veiklos sritis, įmonės forma, įmonės dydis).

Patikimumas. Prieš pradedant analizuoti tyrimo duomenis buvo patikrintas Cronbach‘o alpha, kuris yra parodytas 1 ir 2 lentelėse. Pirmoje lentelėje skelbiamas klausimyno autorių profesoriaus Viktoro Justickio ir doktoranto Vidmino Dauderio patikimumo (Cronbach‘o alfa) rezultatai. Antroje lentelėje skelbiami tyrimo metu gauti metodikos patikimumo (Cronbach‘o alfa) rezultatai.

1 lentelė. Vidinis skalių suderinamumas (Cronbach‘o alpha)

Psichologinės paslaugos	***Cronbach‘o alpha***
įmonės įvertinimas	0,771
įmonės vystymas	0,868
personalo atranka	0,780
personalo ugdymas	0,786
personalo mokymas	0,833
bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,869
vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,890
pardavimų vadyba	0,885

2 lentelė. Vidinis skalių suderinamumas (Cronbach‘o alpha)

Psichologinės paslaugos	***Cronbach‘o alpha***
įmonės įvertinimas	0,753
įmonės vystymas	0,894
personalo atranka	0,749
personalo ugdymas	0,817
personalo mokymas	0,825
bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,819
vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,872
pardavimų vadyba	0,824

Iš pateiktų lentelių duomenų matome, kad Cronbach‘o alfa koeficientai yra pakankami, todėl klausimynas laikomas patikimu.

Atsakymų įvertinimas. Atsakymai įgyja reikšmes remiantis 5 – taškų Likert‘o – tipo skale, kur 1=visiškai nereikalingos; 2=nereikalingos; 3=iš dalies reikalingos; 4=reikalingos; 5=labai reikalingos.

3.2.2. NEO PI –R klausimynas

Sukurtas Costa ir McCrae 1992 m. Angliškas akronimas: „NEO Personality Inventory“. Leidimas versti klausimyną į lietuvių kalbą ir naudoti moksliniams tyrimams duotas prof. dr. R. Žukauskienei vieno iš klausimyno autorių – R. R. McCrae – ir leidyklos (Psychological Assesment Resourses, PAR). Klausimynas bei leidimas juo naudotis gautas iš VU Specialiosios psichologijos laboratorijos Prof. dr. A. Bagdono.

Aprašymas. NEO PI-R klausimynas (ang. „NEO Personality Inventory“) yra 240 teiginių klausimynas, kuris atskleidžia penkis pagrindinius asmenybės dimensijas arba didžiuosius faktorius: ekstraversiją (E), sutariamumą (A), sąmoningumą (C), neurotizmą (N) ir atvirumą patyrimui (O). Šiame tyrime naudota sutrumpinta klausimyno versija - S klausimyno forma (NEO-FFI) iš 60 teiginių (žr. priedą nr.2). Patį klausimyną sudaro 5 subskalės po 12 klausimų.

Patikimumas. Savo darbe aš remiuosi Žukauskienės ir Barkauskienės (2006) Cronbach‘o alfa rezultatais. Ekstravertai (E) (Cronbach‘o alfa = 0.80) yra socialūs, tačiau socialumas nėra pagrindinis bruožas ekstraversijai nustatyti. Tai ir aktyvumas, šnekumas, optimizmas. Intraversija suprantama kaip ekstraversijos nebuvimas, o ne priešingos ekstraversijai savybės. Intraversija siejama su polinkiu būti vienam, bet tai būtinai reiškia, kad intravertiški asmenys kenčia nuo socialinių baimių. *Žemesniojo lygmens bruožai:* šiluma, visuomeniškumas, savęs įtvirtinimas, aktyvumas, sužadinimo siekimas, teigiamos emocijos (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

Sąmoningumas (C) (Cronbach‘o alfa = 0,84) laikomas impulsų valdymas. Apima planavimo, organizavimo, užduočių išsikėlimo ir kitus procesus bei pasiekimų poreikį. Sąmoningumas siejasi su akademiniu ir išsilavinimo siekimu. Žemą sąmoningumo lygmenį turintys žmonės mažiau vadovaujasi moraliniais principais, linkę veikti ieškodami tik sau naudos. *Žemesniojo lygmens bruožai:* kompetencija, tvarka, pareigingumas, tikslo siekimas, savidrausmė, apdairumas (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

Sutariamumas (A) (Cronbach‘o alfa = 0,70) siejamas su altruistiškumu, kito užjautimu ir supratimu, pastangomis padėti kitiems. Nesutariantys asmenys apibūdinami kaip antagosnistiški, egocentriški, skeptiški kitų ketinimams, linkę labiau konkuruoti nei bendradarbiauti. *Žemesniojo lygmens bruožai:* pasitikėjimas, tiesumas, altruizmas, nuolaidumas, kuklumas, empatiškumas (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

Neurotizmas (N) (Cronbach‘o alfa = 0,84) rodo asmens tendenciją patirti neigiamus jausmus – baimę, liūdesį, nepasitenkinimą, pyktį, kaltę, pasišlykštėjimą ir pan. Prasti rezultatai atspindi asmens emocinį stabilumą, ramumą, atsipalaidavimą, gebėjimus įveikti stresines situacijas. *Žemesniojo lygmens bruožai :* nerimas, priešiškumas, depresija, drovumas, impulsyvumas, pažeidžiamumas (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

Atvirumo patyrimui (O) (Cronbach‘o alfa = 0,73) elementai- laki vaizduotė, dėmesys vidiniams išgyvenimams, estetinis jautrumas, intelektualinių žinių troškimas, domėjimas vidiniu ir išoriniu pasauliais. Žemi rezultatai siejami su konservatyvaus požiūrio laikymusi, siauresniu pomėgių ratu. *Žemesniojo lygmens bruožai:* fantazija, estetiškumas, jausmai, veikla, idėjos, vertybės (Žukauskienė, Barkauskienė, 2006).

Validumas. Savo darbe aš remiuosi Žukauskienės ir Barkauskienės (2006) faktorinės analizės rezultatais. Validumui nustatyti buvo atlikta tiriamoji faktorinė analizė – principinių komponenčių su varimax sukimu. Kad atlikta faktorių analizė yra tinkama, patvirtina Kaizerio, Mejerio ir Olkino (KMO =0,866), taip pat Bartleto sferiškumo testo reikšmės (χ_2 = 4490,83, p < 0,001). Faktorinė analizė rado penkis faktorius. Visi penki faktoriai kartu paaiškina 59,12 proc. duomenų išsibarstymo. Į pirmąjį faktorių patenka visi neurotizmo dimensijos žemesniojo lygmens bruožai, tačiau vienas jų – impulsyvumas (N5) – turi pakankamai didelį svorį ir kituose faktoriuose (dimensijose): ekstraversijos ir sąmoningumo. Šis faktorius yra svarbiausias, jis paaiškina 21,99 proc. duomenų išsibarstymo. Antrąjį faktorių sudaro šešios sąmoningumo dimensijos žemesniojo lygmens bruožų subskalės. Jų svoriai faktoriuje yra dideli. Šio faktoriaus tikrinė reikšmė yra 4,27 ir jis paaiškina 14,24 proc. duomenų variabilumo. Trečiasis faktorius apima visus ekstraversijos dimensijai priskiriamus žemesniojo lygmens bruožus, nors du iš jų– savęs įtvirtinimas (E3) ir aktyvumas (E5) – turi svorį ir sąmoningumo dimensijoje. Šis faktorius paaiškina beveik 11 proc. duomenų išsibarstymo. Ketvirtasis faktorius sieja visus sutariamumo dimensijos žemesniojo lygmens bruožus: visų subskalių, išskyrus kuklumo (A5), svoriai faktoriuje yra dideli. Paskutinis faktorius apima visas atvirumo patyrimui dimensijos žemesniojo lygmens bruožų subskales. Jis paaiškina 4,61 proc. duomenų išsibarstymo. Šie rezultatai rodo, kad 28 iš 30 žemesniojo lygmens bruožų subskalių (išskyrus impulsyvumo (N5) ir aktyvumo (E4) subskales) turi didžiausią svorį iš anksto numatytame faktoriuje, vadinasi, pakankamai atitinka teorinį (hipotetinį) Penkių faktorių modelį.

Atsakymų įvertinimas. Atsakymai įgyja reikšmes remiantis 5 – taškų Likert‘o – tipo skale, kur 0 =visiškai nesutinku; 1=nesutinku; 2=negaliu apsispręsti; 3=sutinku, 4=visiškai sutinku. Klausimyno teiginiais įvertinami asmenybės bruožai pagal 5 dimensijas (neurotizmo, ekstraversijos, atvirumo patyrimui, sutariamumo, sąmoningumo), t. y. kiekviena dimensija vertinama 12 teiginiais. Maksimali suma kiekvienoje skalėje 48 balai.

3.2.3. Savęs vertinimo skalė (RSV)

Sukurta Rosenberg 1965 m. Angliškas akronimas: „ Self – Esteem Scale“. Sutrumpintai ji vadinama RSE. Šiai metodikai versti nereikia gauti specialaus leidimo, kadangi, kaip nurodoma

Marylando universiteto Sociologijos departamento (JAV) dr. Florence Rosenberg, Manny Rosenberg žmona, yra davusi leidimą šiai metodikai versti ir taikyti moksliniams tyrimams. Ši metodika buvo rasta duomenų bazėje, o lietuviška versija ne karta naudota įvairiuose magistrantų darbuose.

Aprašymas. Rosenberg savęs vertinimo skalė (ang. „Self – Esteem Scale“). Ši matavimo priemonė susideda iš 10 klausimų (žr. priedą nr.3), atspindinčių asmens požiūrį į save, savo vertę ir svarbą. Pavyzdžiui: „Aš jaučiu, kad turiu daug gerų savybių“, „Darbus aš galiu atlikti taip pat gerai, kaip dauguma kitų žmonių“ ir t. t.

Patikimumas. Kaip pažymi savęs vertinimo skalės autorius, patikrinus skalės konstruktyvų, konvergentinį ir diskriminantinį patikimumą buvo gauti patenkinami rezultatai (Rosenberg, 1979). Tyrimo metu gautas patikimumo įvertis pakankamas. Alfa koeficientas iš 10 teiginių įgyja reikšmę 0.78.

Validumas. Savo darbe aš remiuosi Rosenbergo (1979) faktorinės analizės rezultatais. Faktorinė analizė iš 10 teiginių skalės rado du faktorius: vienas matuoja aukštą savęs vertinimą, kitas – žemą. Faktoriui, kuris matuoja aukštą savęs vertinimo lygį, priskiriami šie 5 teiginiai: 1, 3, 4, 7, 10. Faktoriui, kuris matuoja žemą savęs vertinimo lygį, šie 5 teiginiai: 2, 5, 6, 8, 9.

Atsakymų įvertinimas. Atsakymai įgyja reikšmes remiantis 4 – taškų Likert‘o – tipo skale, kur 1= visiškai sutinku; 3= sutinku; 2=nesutinku; 1= visiškai nesutinku.

3.3. Tyrimo procedūra

Tyrimas buvo atliktas 2010 metais. Metodikas tiriamieji pildė dviem būdais: dalis jų buvo paduodamos tiriamiesiems į rankas esant darbo vietoje, kita dalys buvo siunčiama elektroniniu būdu ir prašoma užpildžius metodikas atsiųsti atgal. Tyrimas buvo atliekamas patogumo principu. Prieš pradedant vykdyti apklausą, buvo atliktas laisvas individualus teminis pokalbis (tyrimo vietoje arba telefonu) su tiriamaisiais - paaiškintas tyrimo tikslas, siekiant juos sudominti ir įtikinti, kad tyrimas atliekamas moksliniais bei praktiniais tikslais, bei susipažindinti su tyrimo objektu bei dalyku.

Tyrimas vyko šia tvarka: pirma buvo pateikiamas „Psichologinių paslaugų poreikių“ klausimynas, po to - „NEO PI- R“ klausimyno „S forma“ (NEO-FFI) ir galiausiai „Savęs vertinimo skalė“. Tyrimo laikas nebuvo ribojamas.

„Psichologinių paslaugų poreikių“ klausimynas buvo atliktas individualiai. Klausimyno instrukcija nurodo: „Mykolo Romerio universiteto Psichologijos katedra vykdo anoniminę apklausą, kurios tikslas yra išsiaiškinti psichologinių paslaugų poreikį verslo įmonėse. Jūsų nuomonė ir nuoširdūs atsakymai labai padės šiame tyrime. Norime užtikrinti, kad duomenys apie Jus bei Jūsų atsakymai nebus viešai skelbiami. Prašome atsakyti į visus klausimus“. Tyrimas

(atitinkamai ir klausimyno lapai) buvo atliktas lietuvių kalba. Tyrimas truko vidutiniškai apie 15-20 minučių.

„NEO PI- R“ klausimyno „S forma (NEO-FFI)“. Buvo atliktas individualia tvarka. Tiriamiesiems buvo duoti ir išsiųsti elektroniniu būdu klausimyno lapai, neduodant jokių papildomų nurodymų, išskyrus tai, kad buvo pakartota išspausdinta ant lapų instrukcija. Tyrimas (atitinkamai ir klausimyno lapai) buvo atliktas lietuvių kalba. Tyrimas truko vidutiniškai 15-20 minučių.

„Savęs vertinimo skalė“ buvo atlikta taip pat individualiai. Tiriamiesiems buvo duoti ir išsiųsti elektroniniu būdu klausimyno lapas, neduodant jokių papildomų nurodymų, išskyrus tai, kad buvo pakartota išspausdinta ant lapų instrukcija. Tyrimas (atitinkamai ir klausimyno lapas) buvo atliktas lietuvių kalba. Tyrimo atlikimo laikas neribojamas, vidutiniškai jis truko 7-10 minučių.

3.4. Tyrimo etapai

Tyrimas buvo vykdomas trimis etapais:

I etapas. Atlikta mokslinės literatūros analizė, paruoštas teorinis praktinio tyrimo planas, parinktos metodikos.

II etapas. Empirinis tyrimas. Tiriamųjų prašyta užpildyti metodikas, tokiu būdu gauti statistiniai duomenys.

III etapas. Atlikta gautų duomenų analizė.

3.5. Statistinės analizės metodai

Tyrimo rezultatai buvo apdoroti naudojant PASW Statistics 16 programos versiją bei Excel 2003 programinę įrangą. Analizuojant rezultatus buvo naudojami tokie statistiniai duomenų apdorojimo metodai: procentinė analizė, vidurkių palyginimas, Mann – Whitney U rangų sumų kriterijus, Kruskal – Wallis kriterijus, Regresinė analizė, Pearsono bei Spearmano koreliacijos koeficientai.

Kintamųjų palyginimui buvo naudoti Mann – Whitney U rangų sumų kriterijus dviem nepriklausomoms imtims bei Kruskal – Wallis kriterijus trijų ir daugiau nepriklausomų imčių palyginimui. Statistiškai reikšmingų skirtumų yra tuo atveju, kai aukščiau išvardintų kriterijų reikšmes atitinkanti p reikšmė yra mažesnė už 0,05 (Pallant, 2007).

Ryšio stiprumas ir priklausomybės pobūdis tarp dviejų kintamųjų buvo vertinamas apskaičiuojant Pearson ir Spearman koreliacijų koeficientus r. Pearson koeficientas naudojamas, kai yra linijinis ryšys tarp kintamųjų. Pearson ir Spearman koreliacijos ženklai parodo ar yra teigiamas ar neigiamas ryšys. Teigiama koreliacija rodo, kai vieno kintamojo reikšmės didėja, tai ir kito

kintamojo reikšmės didėja. Neigiama koreliacija rodo, kai vieno kintamojo reikšmės didėja, tai kito kintamojo reikšmės mažėja. Kuo didesnės Pearson ir Spearman koreliacijų koeficientų reikšmės, tuo ryšys yra didesnis. Pearson ir Spearman koreliacijos koeficientai -1<= r <=1 (Pallant, 2007).

Priežasties ir pasekmės ryšių ieškojimui buvo naudojama Regresinė analizė. Regresinė analizė – tai statistinio ryšio tarp vieno ar daugiau nepriklausomų kintamųjų ir vieno priklausomojo kintamojo analizės metodas. Buvo naudojama tiesinė regresinė analizė, Stepwise (žingsnių) ir Enter metodas. Tiesiniame modelyje priklausomas kintamasis išreiškiamas nepriklausomų kintamųjų, padaugintų iš standartizuotų koeficientų sumos (Pallant, 2007).

Skalių patikimumui nustatyti pasirinkta Cronbacho α – dažniausiai matuojamas skalės vidinio suderinamumo rodiklis, apibendrinantis skalės elementų tarpusavio koreliacijas (Vaitkevičius, Saudargienė, 2006). Kuo stipresnė koreliacija tarp skalės elementų, tuo Cronbacho α įvertis didesnis.

4. VADOVŲ PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJŲ TYRIMO REZULTATAI

4.1. Psichologinių paslaugų poreikio analizė

Norėdami išanalizuoti vadovų poreikį psichologinėms paslaugoms, atlikome bendrą daugiausiai pasirinkimų gavusių psichologinių paslaugų palyginimą. 3 lentelėje pateikiamas psichologinių paslaugų pasirinkimo vidurkis.

3 lentelė. Psichologinės paslaugos

Psichologinės paslaugos	Vidurkis	Žemiausia verte	Aukščiausia vertė
Organizacijos įvertinimas	3,11	1	4
Organizacijos vystymas	2,90	1	4
Personalo atranka	3,07	1	4
Personalo ugdymas	3,23	1	4
Personalo mokymas	3,07	1	4
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	3,09	1	5
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	3,11	1	4
Pardavimų vadyba	3,29	1	4

Iš pateiktos 3 lentelės matome, kad didelė grupė psichologinių paslaugų vertinama aukštai, tik organizacijos vystymas (2,90) buvo įvertintas žemiau. Taigi bendras psichologinių paslaugų poreikio vertinimas yra aukštas.

4.1.1. Veiklų svarbumo įmonėje faktorinė analizė

Faktorininės analizės tikslas šiame darbe – minimaliai prarandant informacijos pakeisti veiklų svarbumo įmonėje vertinimus. Kad atlikta faktorių analizė yra tinkama, patvirtina Kaizerio, Mejerio ir Olkino, taip pat ir Bartleto sferiškumo testo reikšmės, pateikti 4 lentelėje.

4 lentelė. KMO matas ir Bartleto sferiškumo kriterijus

Kaizerio – Mejerio – Olkino matas		0,825
Bartleto sferiškumo kriterijus	**Approx. Chi – Square reikšmė**	558,815
	df	171
	p	0,000

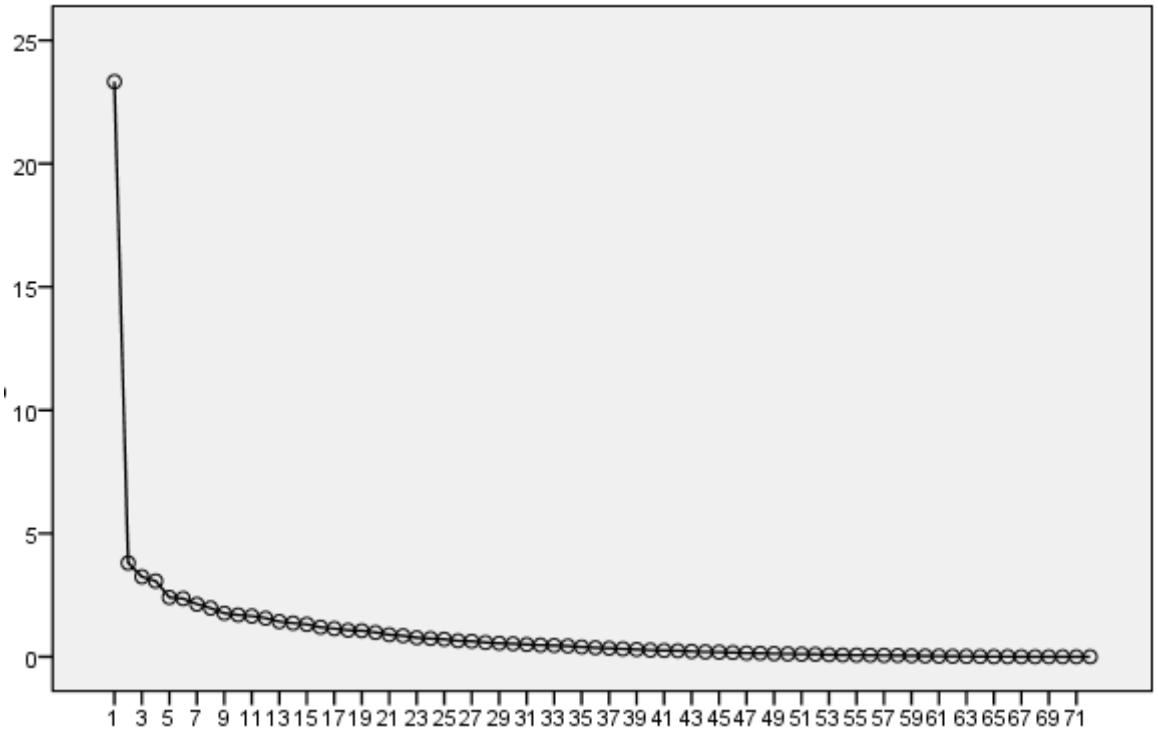
Išaiškintas vienas faktorius (schemą 1), kuris paaiškina 32,7% bendros dispersijos (žr. lentelę 5). Didžiausias faktorių svoris po rotacijos yra 0,815 (57 kl.), mažiausias – 0,110 (70 kl.).

5 lentelė. Variacijos dalis, kurią paaiškina išskirtas latentinis faktorius

Latentinis faktorius	Latentinio faktoriaus nuosavą reikšmė	Faktoriaus variacijos dalis (procentais)
1	23,186	33,123

a Komentaras. Faktorius paaiškina 32,4 proc. matricos variacijos

1 Schema. Psichologinių paslaugų faktorinė analizė



Latentinių faktorių kiekis

Tam, kad lengviau būtų identifikuoti bendrąjį faktorių atlikome faktoriaus sukimą. Latentinis faktorius išskirtas naudojant Varimax metodą. Faktorinės analizės išskirtas latentinis faktorius pateiktas 6 lentelėje.

6 lentelė. Latentinis faktorius

Latentinis faktorius	Faktoriaus reikšmių įverčiai
Įmonės veiklos rezultatų įvertinimas	0,267
Organizacijos kultūros analizė	0,317
Įmonės psichologinio klimato įvertinimas	0,717
Darbo analizė ir projektavimas	0,457
Darbo technologijų kūrimo ir naudojimo įvertinimas	0,166
Darbo vietos įrengimas ir darbo aplinkos suderinimas	0,147
Darbo saugos ir sveikų darbo sąlygų vadyba	0,413
Įmonės plėtros planų kūrimo ir jų vykdymo analizė	0,028
Verslo valdymo sistemų diegimo ir priežiūros įvertinimas	0,152
Darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė	0,027
Darbo atlikimo vertinimas: darbo potencialo vertinimas ir plėtojimas	0,584
Pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė	0,423
Personalo tarpasmeninių santykių analizė	0,671
Personalo pasitenkinimo darbu įvertinimas	0,844
Personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei įvertinimas	0,624
Personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė	0,586
Personalo požiūrio į įmonę analizė (tikslai, darbo organizavimas, produkcijos ir paslaugų kokybė, pokyčiai, administracijos ir darbuotojų santykiai ir. t.t.)	0,768
Personalo požiūrio į atlyginimo ir motyvavimo sistemą įvertinimas	0,630

Šiame faktoriuje yra veiklos, kurios atspindi kas vyksta įmonės viduje. Svarbūs tokie darbai kaip įmonės veiklos rezultatų įvertinimas, įmonės psichologinio klimato įvertinimas, personalo tarpasmeninių santykių analizė, personalo pasitenkinimo darbu įvertinimas ir kt. Šį faktorių galima interpretuoti kaip „Veikla atspindinti organizacijos vidinius procesus“.

4.1.2. Psichologinių paslaugų poreikio palyginimas pagal demografinius kintamuosius

Šiame skyrelyje bus pateikiami psichologinių paslaugų poreikio palyginimai pagal demografinius kintamuosius rezultatai. Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį pagal demografinius kintamuosius, naudoti Mann – Whitney U rangų sumų kriterijus dviem nepriklausomoms imtims bei Kruskal – Wallis kriterijus trijų ir daugiau nepriklausomų imčių palyginimui.

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skirtingose pagal lytį grupėse, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir tiriamųjų lyties vidurkių palyginimą. Gauti duomenys pateikti 7 lentelėje.

7 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas vyrų ir moterų grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	**Vyrai**	**Moterys**	**Mann – Whitney U kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)**
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	**p**
Organizacijos įvertinimas	44,20	35,67	0,097
Organizacijos vystymas	44,70	35,27	0,066
Personalo atranka	44,73	35,24	0,065
Personalo ugdymas	45,71	34,44	0,028
Personalo mokymas	44,67	35,29	0,066
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	44,21	35,66	0,097
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	45,64	34,50	0,030
Pardavimų vadyba	40,44	38,73	0,740

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$

Išanalizavę pateiktą 7 lentelę matome, kad vadovams vyrams personalo ugdymo poreikio vidurkis yra aukštesnis ($\bar{x}$ =45,71), lyginant su vadovėmis moterimis ($\bar{x}$ =34,44). Ta patį galima pasakyti ir apie vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo poreikį ($\bar{x}$ =45,64; 34,50). Šie skirtumai statistiškai reikšmingi ($p<0,05$). Daugiau statistiškai reikšmingų skirtumų nerasta ($p>0,05$).

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skirtingose amžiaus grupėse, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir tiriamųjų amžiaus vidurkių palyginimą (žr. lentelę 8).

8 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas tiriamųjų amžiaus grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	**I grupė**	**II grupė**	**III grupė**	**IV grupė**	**Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)**
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	**p**
Organizacijos įvertinimas	38,72	36,24	49,95	39,00	0,452
Organizacijos vystymas	36,62	39,145	51,90	42,83	0,284
Personalo atranka	36,08	42,19	46,00	49,17	0,441
Personalo ugdymas	37,33	41,95	44,70	36,83	0,746
Personalo mokymas	38,18	44,26	34,70	41,50	0,663
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	37,89	43,00	42,25	29,50	0,691
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	38,60	44,52	31,45	44,33	0,473
Pardavimų vadyba	36,92	43,12	42,20	43,00	0,723

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$

Pastabos: I grupė: iki 30 m.; II grupė: 31 – 40 m.; III grupė: 41 – 50 m.; IV grupė: 51 ir daugiau m.

Iš pateiktos 8 lentelės matome, kad statistiškai reikšmingų skirtumų tiriamųjų amžiaus grupėse nerasta ($p>0,05$). Taigi, psichologinių paslaugų poreikis visiškai nepriklauso nuo vadovų amžiaus. Kaip ir psichologinių paslaugų poreikis nepriklauso nuo vadovų išsilavinimo ($p>0,05$). Šie rezultatai pateikti 9 lentelėje.

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skirtingose išsilavinimo grupėse, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir tiriamųjų išsilavinimo vidurkių palyginimą (žr. lentelę 9).

9 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas tiriamųjų išsilavinimo grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	I grupė	II grupė	III grupė	IV grupė	Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	p
Organizacijos įvertinimas	44,75	2,00	70,25	38,87	0,081
Organizacijos vystymas	43,75	1,00	72,50	38,87	0,061
Personalo atranka	35,88	1,50	36,50	40,32	0,380
Personalo ugdymas	37,50	2,00	36,50	40,32	0,312
Personalo mokymas	42,50	2,00	40,00	39,85	0,408
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	46,75	1,50	54,50	39,20	0,248
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	50,38	3,50	33,00	39,58	0,305
Pardavimų vadyba	40,62	3,00	57,75	39,44	0,270

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$

Pastabos: I grupė: vidurinis; II grupė: aukštesnysis ; III grupė: aukštasis neuniversitetinis; IV grupė: aukštasis universitetinis

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) pagal tiriamųjų pareigas įmonėje, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir tiriamųjų užimamų pareigų vidurkių palyginimą. Gauti duomenys pateikti 10 lentelėje.

10 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas užimamų pareigų grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	I grupė	II grupė	III grupė	IV grupė	Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	p
Organizacijos įvertinimas	19,40	44,17	39,59	11,70	0,003
Organizacijos vystymas	19,10	42,53	41,82	21,10	0,037
Personalo atranka	33,30	42,24	40,91	13,00	0,044
Personalo ugdymas	20,70	43,27	40,32	17,00	0,020
Personalo mokymas	21,70	42,97	41,41	15,40	0,016
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	19,70	43,26	42,56	10,50	0,003
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	18,80	45,44	36,74	9,00	0,001
Pardavimų vadyba	19,90	45,24	36,00	12,50	0,002

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Pastabos: I grupė: savininkas; II grupė: direktorius; III grupė: padalinio vadovas; IV grupė: projektų vadovas

Išanalizavę pateiktą 10 lentelę matome, jog yra nustatytas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp I, II, III ir IV užimamų pareigų įmonėje grupių. Nustatėme, jog organizacijos įvertinimo paslauga reikalingiausia įmonių direktoriams ($\bar{x}$ =44,17) ir padalinių vadovams ($\bar{x}$ =39,59), negu įmonių savininkams ($\bar{x}$ =19,40) ir projektų vadovams ($\bar{x}$ =11,70). Organizacijos vystymo paslauga reikalingiausia įmonių direktoriams ($\bar{x}$ =42,53) ir padalinių vadovams ($\bar{x}$ =41,82), negu įmonių savininkams ($\bar{x}$ =19,10) ir projektų vadovams ($\bar{x}$ =21,10). Personalo atrankos paslauga labiau reikalinga įmonių direktoriams ($\bar{x}$ =42,24), padalinių vadovams ($\bar{x}$ =40,91) ir savininkams ($\bar{x}$ =33,30), negu projektų vadovams ($\bar{x}$ =13,00). Personalo ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi įmonių direktoriai ($\bar{x}$ =43,27) ir padalinių vadovai ($\bar{x}$ =40,32), negu įmonių savininkai ($\bar{x}$ =20,70) ir projektų vadovai ($\bar{x}$ =17,00). Personalo mokymo paslaugą daugiausiai renkasi įmonių direktoriai ($\bar{x}$ =42,97) ir padalinių vadovai ($\bar{x}$ =41,41), negu įmonių savininkai ($\bar{x}$ =21,70) ir projektų vadovai ($\bar{x}$ =15,40). Bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi įmonių direktoriai ($\bar{x}$ =43,26) ir padalinių vadovai ($\bar{x}$ =42,56),), negu įmonių savininkai ($\bar{x}$ =19,70) ir projektų vadovai ($\bar{x}$ =10,50). Vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi įmonių direktoriai ($\bar{x}$ =45,44) ir padalinių vadovai ($\bar{x}$ =36,74), negu įmonių savininkai

($\bar{x}$ =18,80) ir projektų vadovai ($\bar{x}$ =9,00). Pardavimų vadybos paslaugą daugiausiai renkasi įmonių direktoriai ($\bar{x}$ =45,24) ir padalinių vadovai ($\bar{x}$ =36,00), negu įmonių savininkai ($\bar{x}$ =19,90) ir projektų vadovai ($\bar{x}$ =12,50). Šie skirtumai statistiškai reikšmingai (p<0,05).

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) pagal tiriamųjų vadovavimo patirtį, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir tiriamųjų vadovavimo patirties vidurkių palyginimą. Gauti duomenys pateikti 11 lentelėje.

11 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas vadovavimo patirties grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	**I grupė**	**II grupė**	**III grupė**	**IV grupė**	**Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)**
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	**p**
Organizacijos įvertinimas	38,52	40,55	43,00	35,00	0,930
Organizacijos vystymas	36,80	44,66	42,70	38,00	0,599
Personalo atranka	37,96	40,76	43,75	42,50	0,880
Personalo ugdymas	37,55	47,45	37,90	17,75	0,202
Personalo mokymas	40,71	41,39	35,30	14,00	0,359
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	37,35	42,63	45,40	30,75	0,621
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	38,73	43,11	37,30	34,25	0,864
Pardavimų vadyba	38,70	41,45	40,80	33,25	0,943

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Pastabos: I grupė: iki 5 m.; II grupė: 6 -10 m. ; III grupė: 11 – 15 m.; IV grupė: 16 ir daugiau m.

Iš pateiktos 11 lentelės matome, kad statistiškai reikšmingų skirtumų tiriamųjų vadovavimo patirties grupėse nerasta (p>0,05). Taigi, psichologinių paslaugų poreikis visiškai nepriklauso nuo vadovų vadovavimo patirties.

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) pagal įmonės veiklos sritį, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir įmonės veiklos srities vidurkių palyginimą (žr. lentelę 12).

12 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės veiklos srities grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	**I grupė**	**II grupė**	**III grupė**	**IV grupė**	**V grupė**	**VI grupė**	**VII grupė**	**VIII grupė**	**I X grupė**	**X grupė**	**XI grupė**	**XII grupė**	**XIII grupė**	**XIV grupė**	**Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)**
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	**p**
Organizacijos įvertinimas	78,00	40,75	31,83	23,50	8,25	19,88	40,75	46,92	53,00	46,25	8,00	43,64	37,50	34,30	0,254
Organizacijos vystymas	78,00	61,00	18,67	19,75	3,00	15,88	41,61	42,17	48,50	46,25	5,00	36,64	47,25	49,20	0,033
Personalo atranka	77,50	63,75	22,83	68,25	4,00	28,25	42,75	42,17	42,50	36,54	15,50	37,93	27,00	42,20	0,130
Personalo ugdymas	63,50	32,50	22,17	40,25	4,00	19,12	45,70	45,25	63,50	43,18	6,00	40,57	12,50	37,40	0,085
Personalo mokymas	40,50	52,75	22,50	40,50	3,75	32,12	45,23	41,08	65,00	44,07	2,00	36,21	9,25	36,30	0,142

Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	77,00	45,00	19,67	11,50	2,50	30,88	41,89	48,25	31,50	35,54	3,50	50,29	36,00	56,90	0,041
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	70,50	34,50	33,17	26,50	4,00	29,25	41,36	48,17	47,00	40,89	5,00	48,50	18,75	43,10	0,300
Pardavimų vadyba	77,50	40,25	37,33	17,00	20,25	39,00	36,21	51,17	55,00	41,96	50,00	51,93	7,50	37,70	0,277

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$
Pastabos: I grupė: elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas; II grupė: vandens tiekimas, nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir regeneravimas; III grupė: Statyba; IV grupė: didmeninė prekyba, išskyrus prekybą variklinėmis transporto priemonėmis ir motociklais, V grupė - mažmeninė prekyba, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą; VI grupė - Apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla; VII grupė - Informacija ir ryšiai; VIII grupė - Finansinė ir draudimo veikla; IX grupė - Profesinė, mokslinė ir techninė veikla; X grupė - Administracinė ir aptarnavimo veikla; XI grupė - Švietimas; XII grupė - Žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas; XIII grupė - Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla; XIV grupė - Kita aptarnavimo veikla.

Lentelės duomenimis, organizacijos vystymo paslauga reikalingiausia šiems veiklos sritims: elektros, dujų, garo tiekimui ir oro kondicionavimui ($\bar{x}$ =78,00), vandens tiekimui, nuotekų valymui, atliekų tvarkymui ir regeneravimui ($\bar{x}$ =61,00), statybai ($\bar{x}$ =18,67), didmeninei prekybai, išskyrus prekybą variklinėmis transporto priemonėmis ir motociklais ($\bar{x}$ =19,75), apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veiklai ($\bar{x}$ =15,88), informacijai ir ryšiams ($\bar{x}$ =41,61), finansinei ir draudimo veiklai ($\bar{x}$ =42,17), profesinei, mokslinei ir techninei veiklai ($\bar{x}$ =48,50), administracinei ir aptarnavimo veiklai ($\bar{x}$ =46,25), žmonių sveikatos priežiūrai ir socialiniam darbui ($\bar{x}$ =36,64), meninei, pramoginei ir poilsio organizavimo veiklai ($\bar{x}$ =47,25), kitai aptarnavimo veiklai ($\bar{x}$ =49,20), negu mažmeninei prekybai, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą ($\bar{x}$ =3,00), ir švietimui ($\bar{x}$ =5,00). Taip pat, bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugą renkasi tos pačios veiklos sritis: elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas ($\bar{x}$ =77,00), vandens tiekimas, nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir regeneravimas ($\bar{x}$ =45,00), statyba ($\bar{x}$ =19,67), didmeninė prekyba, išskyrus prekybą variklinėmis transporto priemonėmis ir motociklais ($\bar{x}$ =11,50), apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla ($\bar{x}$ =30,88), informacija ir ryšiai($\bar{x}$ =41,89), finansinė ir draudimo veikla ($\bar{x}$ =48,25), profesinė, mokslinė ir techninė veikla ($\bar{x}$ =31,50), administracinė ir aptarnavimo veikla ($\bar{x}$ =35,54), žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas ($\bar{x}$ =50,29), meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla ($\bar{x}$ =36,00), kitai aptarnavimo veiklai ($\bar{x}$ =56,90), negu mažmeninei prekybai, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą ($\bar{x}$ =2,50), ir švietimas ($\bar{x}$ =3,50). Šie skirtumai statistiškai reikšmingi ($p<0,05$). Daugiau statistiškai reikšmingų skirtumų nerasta.

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) pagal įmonės formą, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir įmonės formos vidurkių palyginimą. Gauti duomenys pateikti 13 lentelėje.

13 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės formos grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	I grupė	II grupė	III grupė	IV grupė	V grupė	Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	p
Organizacijos įvertinimas	8,25	43,52	21,75	16,80	32,25	0,009
Organizacijos vystymas	3,00	43,14	22,88	19,50	41,00	0,011
Personalo atranka	4,00	42,37	40,38	22,10	23,50	0,040
Personalo ugdymas	4,00	43,58	24,38	23,20	13,50	0,007
Personalo mokymas	3,75	43,46	25,75	27,60	3,75	0,004
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	2,50	43,68	25,75	27,60	3,75	0,005
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	4,00	43,58	22,00	25,00	13,75	0,007
Pardavimų vadyba	20,25	43,06	20,25	21,90	25,50	0,044

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$
Pastabos: I grupė: Akcinė bendrovė; II grupė: Uždaroji akcinė bendrovė; III grupė: Individualioji įmonė; IV grupė: Valstybės įmonė; V: Savivaldybės įmonė

Išanalizavę pateiktą 13 lentelę matome, jog yra nustatytas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp I, II, III, IV ir V įmonės formos grupių. Nustatėme, jog organizacijos įvertinimo paslauga reikalingiausia uždarosioms akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =43,52), individualioms įmonėms ($\bar{x}$ =21,75), valstybės įmonėms ($\bar{x}$ =16,80) ir savivaldybės įmonėms ($\bar{x}$ =32,25), negu akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =8,25). Organizacijos vystymo paslauga reikalingiausia uždarosioms akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =43,14), individualioms įmonėms ($\bar{x}$ =22,88), valstybės įmonėms ($\bar{x}$ =19,50) ir savivaldybės įmonėms ($\bar{x}$ =41,00), negu akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =3,00). Personalo atrankos paslauga labiau reikalinga uždarosioms akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =42,37), individualioms įmonėms ($\bar{x}$ =40,38), valstybės įmonėms ($\bar{x}$ =22,10) ir savivaldybės įmonėms ($\bar{x}$ =23,50), negu akcinėms bendrovėms ($\bar{x}$ =4,00). Personalo ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi uždarosios akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =43,58), individualios įmonės ($\bar{x}$ =24,38), valstybės įmonės ($\bar{x}$ =23,20) ir savivaldybės įmonės($\bar{x}$ =13,50), negu akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =4,00). Personalo mokymo paslaugą daugiausiai renkasi uždarosios akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =43,46), individualios įmonės ($\bar{x}$ =25,75) ir valstybės įmonės ($\bar{x}$ =27,60), negu akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =3,75) ir savivaldybės įmonės ($\bar{x}$ =3,75).

Bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi uždarosios akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =43,68), individualios įmonės ($\bar{x}$ =25,75) ir valstybės įmonės ($\bar{x}$ =27,60), negu akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =2,50) ir savivaldybės įmonės ($\bar{x}$ =3,75). Vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugą daugiausiai renkasi uždarosios akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =43,58), individualios įmonės ($\bar{x}$ =22,00), valstybės įmonės ($\bar{x}$ =25,00) ir savivaldybės įmonės ($\bar{x}$ =13,75), negu akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =4,00). Pardavimų vadybos paslaugą daugiausiai renkasi uždarosios akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =43,06), negu akcinės bendrovės ($\bar{x}$ =20,25), individualios įmonės ($\bar{x}$ =20,25), valstybės įmonės ($\bar{x}$ =21,90) ir savivaldybės įmonės ($\bar{x}$ =25,50). Visų psichologinių paslaugų vidurkiai skyrėsi statistiškai reikšmingai ($p<0,05$).

Norėdami palyginti psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) pagal įmonėje dirbančių darbuotojų skaičių, atlikome psichologinių paslaugų poreikio ir įmonėje dirbančių darbuotojų skaičiaus vidurkių palyginimą. Gauti duomenys pateikti 14 lentelėje.

14 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės darbuotojų grupėse

Psichologinių paslaugų poreikis	**I grupė**	**II grupė**	**III grupė**	**IV grupė**	**Kruskal – Wallis kriterijaus statistinis reikšmingumas (p reikšmė)**
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	**p**
Organizacijos įvertinimas	36,97	44,63	39,43	8,25	0,117
Organizacijos vystymas	39,45	39,90	48,43	3,00	0,096
Personalo atranka	41,59	38,77	41,50	4,00	0,146
Personalo ugdymas	42,24	39,42	35,14	4,00	0,123
Personalo mokymas	40,07	44,31	25,36	3,75	0,025
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	43,04	37,73	38,71	2,50	0,090
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	42,53	38,69	36,79	4,00	0,124
Pardavimų vadyba	41,33	42,56	21,50	20,25	0,082

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,05$
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu $p<0,01$
Pastabos: I grupė: iki 10 darbuotojų ; II grupė: iki 50 darbuotojų ; III grupė: iki 250 darbuotojų; IV grupė: daugiau nei 250 darbuotojų

Nustatėme statistiškai reikšmingą personalo mokymo vidurkį ($p<0,05$). Personalo mokymo paslauga reikalinga įmonėse, kuriose dirba iki 10 darbuotojų ($\bar{x}$ =40,07), iki 50 darbuotojų ($\bar{x}$ =44,31), negu įmonėse, kuriose dirba iki 250 darbuotojų ($\bar{x}$ =25,36) bei daugiau nei 250 darbuotojų ($\bar{x}$ =3,75). Daugiau statistiškai reikšmingų skirtumų nerasta (p>0,05).

Apžvelgus visus statistiškai reikšmingus skirtumus, galima teigti, kad psichologinių paslaugų poreikis priklauso nuo šių įmonės ypatumų: vadovo lyties, vadovo užimamų pareigų, įmonės veiklos srities, įmonės formos bei įmonėje dirbančių darbuotojų skaičiaus (p<0,05). Tačiau, nerasta statistiškai reikšmingų skirtumų tarp vadovo amžiaus, išsilavinimo, vadovavimo patirties. Taigi, nuo vadovo amžiaus, išsilavinimo, vadovavimo patirties psichologinių paslaugų poreikis nepriklauso. Hipotezė „*Vadovų poreikiai psichologo paslaugoms skiriasi priklausomai nuo įmonės ypatumų*“ - iš dalies pasitvirtino. Toliau analizuosime psichologinių paslaugų poreikio sąsajas su asmenybės bruožais ir savęs vertinimu.

4.2. Vadovų psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajos

Šiame skyrelyje bus pateikiamos psichologinių paslaugų poreikio sąsajos su asmenybės bruožais ir savęs vertinimo rezultatai. Sąryšiui nustatyti buvo skaičiuojamas Pearson‘o koreliacijos koeficientas. Manome, kad yra tam tikra statistiškai reikšminga priklausomybė tarp psichologinių paslaugų poreikio, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo.

4.2.1. Psichologinių paslaugų poreikio ir asmenybės bruožų sąsajos

Apskaičiavus psichologinių paslaugų poreikį ir visų penkių asmenybės bruožų (ekstraversijos, sąmoningumo, sutariamumo, atvirumo patyrimui ir neurotiškumo) koreliacijų koeficientus buvo gauti 15 lentelėje pateikti rezultatai.

15 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp psichologinių paslaugų poreikio ir asmenybės bruožų

Psichologinių paslaugų poreikis	**Asmenybės bruožai**				
	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Organizacijos įvertinimas	0,079	-0,034	0,004	-0,039	**-0,136***
	0,491	0,770	0,969	0,733	0,036
Organizacijos	-0,096	0,018	**0,182***	0,039	-0,042

vystymas	0,403	0,876	0,011	0,734	0,715
Personalo atranka	0,028 0,805	-0,077 0,503	**0,206**** 0,007	-0,109 0,343	0,022 0,850
Personalo ugdymas	0,043 0,710	-0,004 0,969	**0,235*** 0,038	-0,078 0,496	-0,012 0,918
Personalo mokymas	0,154 0,179	-0,105 0,359	**0,277*** 0,014	-0,197 0,084	0,018 0,876
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,106 0,355	-0,069 0,548	**0,083*** 0,029	0,019 0,870	**-0,168**** 0,002
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	0,132 0,250	-0,148 0,195	**0,013**** 0,001	-0,065 0,572	-0,119 0,301
Pardavimų vadyba	0,139 0,226	-0,078 0,495	**0,141*** 0,019	-0,186 0,103	-0,056 0,626

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Iš 15 lentelės matome, kad yra sąsajos tarp organizacijos vystymo ir sąmoningumo (r=0,181, p=0,011), personalo atrankos ir sąmoningumo (r=0,206, p=0,007), personalo ugdymo ir sąmoningumo (r=0,235, p=0,038), personalo mokymo ir sąmoningumo (r=0,277, p=0,014), bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei sąmoningumo (r=0,083, p=0,029), vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei sąmoningumo (r=0,013, p=0,001), pardavimų vadybos ir sąmoningumo (r=0,141, p=0,019). Turime tiesioginę šių kintamųjų priklausomybę. Tai reiškia, kad organizacijos vystymo, personalo atrankos, personalo ugdymo, personalo mokymo, bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo, vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei pardavimų vadybos paslaugų poreikiai bus didesni pas tuos vadovus, kurie turi labiau išreikštą sąmoningumo bruožą. Taip pat, rastos statistiškai reikšmingos koreliacijos tarp organizacijos įvertinimo ir ekstraversijos (r=-0,136, p=0,036), bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei ekstraversijos (r=-0,168, p=0,002). Turime atvirkštinę šių kintamųjų priklausomybę. Tai reiškia, kad organizacijos įvertinimo bei bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugų poreikis bus didesnis tada, kada ekstraversija bus silpniau išreikšta.

15 lentelėje pateikti rezultatai rodo, kad neurotizmas, sutariamumas, atvirumas patyrimui nėra susiję su psichologinių paslaugų poreikiu. Taigi, hipotezė, kurioje teigiama, kad „*Yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir asmenybės bruožų*“, iš dalies pasitvirtino.

16 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp organizacijos įvertinimo skalės ir asmenybės bruožų

Organizacijos įvertinimas	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Įmonės veiklos rezultatų įvertinimas	0,150 0,189	-0,166 0,146	-0,013 0,907	-0,185 0,105	-0,117 0,308
Organizacijos kultūros analizė	0,007 0,952	-0,001 0,990	-0,069 0,550	0,094 0,416	-0,113 0,329
Įmonės psichologinio klimato įvertinimas	0,079 0,490	0,066 0,569	0,001 0,991	0,108 0,348	0,000 1,000
Darbo analizė ir projektavimas	0,089 0,436	0,034 0,766	0,133 0,244	-0,051 0,658	-0,098 0,394
Darbo technologijų kūrimo ir naudojimo įvertinimas	0,008 0,944	0,099 0,387	0,221 0,052	-0,037 0,750	-0,071 0,539
Darbo vietos įrengimas ir darbo aplinkos suderinimas	-0,053 0,642	0,107 0,351	-0,105 0,358	-0,007 0,949	0,096 0,402
Darbo saugos ir sveikų darbo sąlygų vadyba	0,098 0,391	-0,004 0,976	-0,020 0,865	-0,073 0,523	-0,067 0,558
Įmonės plėtros planų kūrimo ir jų vykdymo analizė	0,209 0,069	0,112 0,330	-0,154 0,182	0,026 0,820	-0,078 0,501
Verslo valdymo sistemų diegimo ir priežiūros įvertinimas	0,083 0,469	0,001 0,992	0,067 0,561	-0,037 0,745	-0,105 0,359
Darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė	-0,082 0,475	-0,144 0,208	-0,014 0,904	-0,055 0,634	**-0,226*** 0,047
Darbo atlikimo vertinimas: darbo potencialo vertinimas ir plėtojimas	-0,066 0,564	-0,272 0,160	-0,019 0,869	-0,028 0,810	-0,050 0,666

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Iš 18 lentelės duomenų matome, kad krūvio ir užduočių paskirstymo analizė neigiamai susijusi su ekstraversija (r=-0,226, p=0,047).

17 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp organizacijos vystymo skalės ir asmenybės bruožų

Organizacijos vystymas	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė	-0,025 0,828	0,108 0,346	**0,267*** 0,018	-0,055 0,632	0,083 0,472
Personalo tarpasmeninių santykių analizė	0,054 0,637	0,159 0,165	-0,068 0,555	0,066 0,565	-0,089 0,439
Personalo pasitenkinimo darbu įvertinimas	0,043 0,713	-0,008 0,947	0,143 0,213	-0,014 0,903	-0,052 0,655
Personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei įvertinimas	-0,010 0,931	0,013 0,912	0,080 0,486	-0,125 0,274	-0,009 0,935
Personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė	-0,037 0.748	0,031 0,788	**0,249*** 0,028	0,065 0,571	0,048 0,674
Personalo požiūrio į įmonę analizė (tikslai, darbo organizavimas, produkcijos ir paslaugų kokybė, pokyčiai, administracijos ir darbuotojų santykiai ir. t.t.)	-0,125 0,276	-0,010 0,928	0,154 0,177	0,036 0,756	-0,082 0,477
Personalo požiūrio į atlyginimo ir motyvavimo sistemą įvertinimas	-0,069 0,550	-0,082 0,478	0,103 0,372	-0,110 0,342	0,014 0,903
Darbo produktyvumo didinimas	-0,038 0,743	-0,110 0,337	0,111 0,334	0,087 0,451	-0,123 0,282
Įmonės įvaizdžio kūrimas	-0,233 0,400	0,044 0,702	**0,279*** 0,013	0,122 0,286	0,023 0,841
Kolektyvinio darbo tobulinimas	-0,094 0,413	-0,054 0,640	0,053 0,643	0,072 0,529	-0,022 0,846
Komunikacijos įmonėje monitoringas	-0,085 0,460	0,076 0,511	**0,233*** 0,040	-0,022 0,848	-0,096 0,402
Krizių prevencija	-0,135 0,238	-0,086 0,456	0,035 0,763	0,037 0,748	-0,042 0,717

Motyvacijos inovacijoms skatinimas	-0,078 0,499	0,105 0,360	-0,010 0,931	0,201 0,078	-0,015 0,896

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

17 lentelės rezultatai rodo, kad pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningu (r=0,267, p=0,018), personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningu (r=0,249, p=0,028), įmonės įvaizdžio kūrimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=-0,279, p=0,013), komunikacijos įmonėje monitoringas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=-0,233, p=0,040).

18 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo atrankos skalės ir asmenybės bruožų

Personalo atranka	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Žmogiškų išteklių planavimas	-0,005 0,962	0,008 0,943	0,125 0,277	0,057 0,620	0,095 0,406
Personalo verbavimas ir atranka	0,066 0,565	-0,056 0,626	0,180 0,114	-0,156 -0,156	0,074 0,521
Personalo adaptavimas po įdarbinimo	-0,117 0,308	-0,041 0,723	**0,270*** 0,017	-0,014 0,901	0,073 0,523
Efektyvus žmogiškų išteklių panaudojimas	-0,025 0,826	-0,173 0,131	0,025 0,831	-0,114 0,322	-0,168 0,142
Individualus psichologinis konsultavimas	0,160 0,161	-0,003 0,977	0,140 0,223	-0,130 0,257	0,006 0,960

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

20 lentelė rodo, kad personalo adaptavimas po įdarbinimo yra teigiamai susijęs su sąmoningumu (r=-0,270, p=0,017).

19 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo ugdymo skalės ir asmenybės bruožų

Personalo ugdymas	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Personalo potencialo atskleidimas ir ugdymas	0,169 0,140	-0,030 0,793	0,055 0,635	-0,139 0,224	-0,084 0,466
Personalo karjeros planavimas	-0,011 0,927	0,111 0,335	0,061 0,593	0,005 0,967	-0,030 0,793
Personalo kūrybiškumo ugdymas	0,201 0,078	-0,050 0,664	0,222 0,050	-0,060 0,599	0,017 0,885
Personalo motyvavimo sistemos įvertinimas ir kūrimas	-0,108 0,346	-0,058 0,611	0,203 0,075	-0.,009 0,940	0,000 0,998
Personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei vystymas	-0,116 0,312	0,001 0,995	**0,372**** 0,001	-0,080 0,485	0,062 0,592

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

19 lentelėje tyrimo rezultatai rodo statistiškai teigiamą ryšį tarp personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei vystymas bei sąmoningumo (r=0,372, p=0,001).

20 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo mokymo skalės ir asmenybės bruožų

Personalo mokymas	Neurotizmas	Sutariamumas	Sąmoningumas	Atvirumas patyrimui	Ekstraversija
Mokymų poreikio ir turinio nustatymas	0,112 0,329	-0,158 0,167	**0,275*** 0,015	-0,250 0,207	0,010 0,928
Mokymų planavimas	0,153 0,182	-0,121 0,290	**0,271*** 0,017	-0,215 0,059	0,072 0,531
Personalo mokymas ir vystymas	0,227 0,407	-0,073 0,526	0,073 0,529	-0,057 0,624	-0,136 0,238
Personalo mokymų įvertinimas	0,041 0,724	0,056 0,624	**0,259*** 0,022	-0,099 0,386	0,116 0,314

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Nustatyta, kad mokymų poreikio ir turinio nustatymas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningunu (r=0,275, p=0,015), mokymų planavimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningunu (r=0,271, p=0,017), personalo mokymų įvertinimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=0,259, p=0,022).

21 lentelė. Pearson'o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės ir asmenybės bruožų

Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	**Neurotizmas**	**Sutariamumas**	**Sąmoningumas**	**Atvirumas patyrimui**	**Ekstraversija**
Personalo asmeninio įvaizdžio kūrimas	0,162 0,156	-0,054 0,637	0,102 0,376	-0,197 0,084	-0,162 0,156
Bendravimo įgūdžių lavinimas	0,076 0,511	-0,124 0,278	-0,081 0,483	0,000 0,999	**-0,260*** 0,022
Darbinio streso valdymo ir įveikos įgūdžių lavinimas	-0,056 0,630	0,078 0,498	**0,332**** 0,003	0,029 0,803	0,071 0,539
Emocinio intelekto lavinimas	-0,055 0,632	0,023 0,840	0,051 0,657	0,047 0,683	-0,098 0,393
Konfliktų valdymo įgūdžių ugdymas	0,103 0,371	-0,033 0,776	0,004 0,974	-0,018 0,878	**-0,253*** 0,026
Laiko planavimo ir valdymo įgūdžių ugdymas	0,054 0,640	0,087 0,449	0,002 0,986	0,045 0,697	-0,106 0,356
Pasitikėjimo savimi ugdymas	0,056 0,623	-0,007 0,950	**0,229*** 0,043	-0,038 0,739	-0,005 0,968
Pozityvaus mąstymo ugdymas	0,148 0,194	-0,108 0,346	0,002 0,983	-0,014 0,903	-0,140 0,221
Savęs pažinimo ir ugdymo skatinimas	0,090 0,433	-0,161 0,160	-0,950 0,086	0,148 0,195	-0,043 0,709
Viešo pasisakymo įgūdžių lavinimas	0,055 0,630	-0,131 0,253	0,054 0,642	0,097 0,397	-0,123 0,281

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Nustatyta, kad bendravimo įgūdžių lavinimas statistiškai neigiamai koreliuoja su ekstraversija (r=-0,216, p=0,022), darbinio streso valdymo ir įveikos įgūdžių lavinimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=0,332, p=0,003), konfliktų valdymo įgūdžių ugdymas statistiškai neigiamai koreliuoja su ekstraversija (r=-0,253, p=0,026), pasitikėjimo savimi ugdymas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=0,229, p=0,043).

22 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės ir asmenybės bruožų

Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	**Neurotizmas**	**Sutariamumas**	**Sąmoningumas**	**Atvirumas patyrimui**	**Ekstraversija**
Bendravimo su žiniasklaida ypatumų analizė	-0,086 0,452	-0,051 0,660	-0,180 0,115	0,111 0,331	0,044 0,701
Vadovo darbo su grupe įgūdžių lavinimas	0,167 0,143	-0,133 0,246	-0,126 0,273	0,015 0,899	-0,211 0,064
Personalo derybų ir tarpininkavimo įgūdžių ugdymas	0,236 0,080	-0,068 0,553	0,037 0,750	-0,091 0,426	-0,118 0,305
Efektyvaus vadovavimo ir lyderystės analizė	0,210 0,065	-0,053 0,646	-0,071 0,536	0,086 0,453	0,013 0,911
Vadovo individualaus pokalbio su darbuotojais įgūdžių lavinimas	-0,035 0,762	-0,092 0,425	-0,023 0,844	-0,009 0,941	-0,095 0,410
Vadovo įtakos darymo įgūdžių lavinimas	0,078 0,498	-0,101 0,380	0,017 0,886	-0,128 0,265	-0,128 0,262
Vadovaujančio personalo pokyčių valdymo gebėjimų ugdymas	-0,028 0,805	-0,184 0,107	0,006 0,955	0,013 0,912	-0,091 0,431
Vadovaujančio personalo reiklumo pavaldiniams ugdymas	0,225 0,408	-0,100 0,386	-0,013 0,907	-0,107 0,351	-0,126 0,272
Komandų formavimo ir vadovavimo komandiniam darbui analizė	0,102 0,376	-0,104 0,364	0,089 0,439	-0,063 0,584	-0,089 0,437
Vadovaujančio personalo sprendimų priėmimo analizė ir korekcija	0,156 0,174	-0,192 0,093	0,028 0,811	-0,132 0,248	-0,122 0,288

Susirinkimų organizavimo ir valdymo įgūdžių lavinimas	0,112 0,331	-0,272 0,106	-0,105 0,358	-0,047 0,681	-0,127 0,266
Vadovaujančio personalo užduočių delegavimo įgūdžių formavimas	-0,063 0,585	0,117 0,308	**0,277*** 0,014	-0,130 0,257	-0,033 0,775
Vadovavimo etikos ir bendravimo protokolo analizė	0,038 0,743	-0,011 0,927	0,138 0,230	-0,117 0,310	0,074 0,519
Vadovavimo verslo organizavimo procesui ypatumų analizė	0,080 0,488	0,022 0,851	0,046 0,689	0,045 0,698	0,003 0,981

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Nustatyta, kad vadovaujančio personalo užduočių delegavimo įgūdžių formavimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=-0,277, p=0,014).

23 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp pardavimų vadybos skalės ir asmenybės bruožų

Pardavimų vadyba	**Neurotizmas**	**Sutariamumas**	**Sąmoningumas**	**Atvirumas patyrimui**	**Ekstraversija**
Projektų rengimo ir vykdymo analizė bei korekcija	0,183 0,108	-0,132 0,250	0,099 0,389	-0,130 0,255	-0,061 0,598
Pardavimų strategijos bei taktikos kūrimas	0,065 0,572	-0,123 0,288	0,050 0,667	-0,085 0,465	-0,057 0,625
Pardavimo standartų kūrimo organizavimas	0,098 0,397	0,000 0,998	0,140 0,224	-0,177 0,124	-0,046 0,691
Vidinis pardavimų darbo organizavimas	0,015 0,894	0,048 0,679	0,050 0,665	-0,124 0,279	0,098 0,392
Vartotojų paieškos ir palaikymo strategijų diegimas	0,285 0,120	-0,028 0,809	0,029 0.805	-0,167 0,146	-0,090 0,434
Pardavimų vertinimo bei kontrolės sistemų kūrimas	0,117 0,307	-0,056 0,623	-0,016 0,890	-0,008 0,944	-0,051 0,654
Poreikio reklamai įvertinimas	0,096 0,403	-0,025 0,825	0,143 0,212	-0,161 0,158	0,015 0,897

Reklamos kūrimo organizavimas bei rezultatų įvertinimas	-0,135 0,237	-0,164 0,152	-0,061 0,597	0,087 0,449	-0,071 0,536
Bendravimo ir pardavimų telefonu įgūdžių lavinimas	0,090 0,435	-0,045 0,696	0,097 0,400	-0,215 0,058	-0,148 0,196
Aktyvaus pardavimo metodų diegimas	-0,015 0,896	0,067 0,558	**0,380**** 0,001	-0,146 0,201	0,069 0,547

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Iš pateiktos 25 lentelės matome, kad aktyvaus pardavimo metodų diegimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu (r=0,380, p=0,001).

4.2.2. Psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo sąsajos

Apskaičiavus psichologinių paslaugų poreikį ir savęs vertinimo koreliacijų koeficientus buvo gauti 24 lentelėje pateikti rezultatai.

24 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo sąsajos

Psichologinių paslaugų poreikis	Aukštas savęs vertinimas	Žemas savęs vertinimas
Organizacijos įvertinimas	**0,622****	**-0,641****
	0,000	0,000
Organizacijos vystymas	**0,508****	**-0,458****
	0,000	0,000
Personalo atranka	**0,359****	**-0,317****
	0,001	0,005
Personalo ugdymas	**0,498****	**-0,442****
	0,000	0,000
Personalo mokymas	**0,464****	**-0,402****
	0.000	0,000
Bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	**0,600****	**-0,497****
	0.000	0,000
Vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas	**0,554****	**-0,457****
	0,000	0,000
Pardavimų vadyba	**0,324****	**-0,324****
	0,004	0,004

*Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,05
**Statistiškai reikšminga su reikšmingumo lygmeniu p<0,01

Paskaičiavus Pearson‘o koreliacijos koeficientus tarp **psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo** nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys tarp: organizacijos įvertinimo ir aukšto savęs vertinimo (r=0,622, p=0,000), organizacijos vystymo ir aukšto savęs vertinimo (r=0,508, p=0,000), personalo atrankos ir aukšto savęs vertinimo (r=0,359, p=0,001), personalo ugdymo ir aukšto savęs vertinimo (r=0,498, p=0,000), personalo mokymo ir aukšto savęs vertinimo (r=0,464, p=0,000), bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei aukšto savęs vertinimo (r=0,600, p=0,000), vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei aukšto savęs vertinimo (r=0,554, p=0,000), pardavimų vadybos ir aukšto savęs vertinimo (r=0,324, p=0,004). Koreliacijos rodo, kad turime tiesioginę šių kintamųjų priklausomybę. Tai reiškia, kad kuo aukštesnis vadovų savęs vertinimas, tuo jiems daugiau reikalingos psichologinės paslaugos.

Taip pat, rastos statistiškai reikšmingos koreliacijos tarp: organizacijos įvertinimo ir žemo savęs vertinimo (r=-0,641, p=0,000), organizacijos vystymo ir žemo savęs vertinimo (r=-0,458, p=0,000), personalo atrankos ir žemo savęs vertinimo (r=-0,317, p=0,005), personalo ugdymo ir žemo savęs vertinimo (r=-0,442, p=0,000), personalo mokymo ir žemo savęs vertinimo (r=-0,402, p=0,000), bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei žemo savęs vertinimo (r=-0,497, p=0,000), vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei žemo savęs vertinimo (r=-0,457, p=0,000), pardavimų vadybos ir žemo savęs vertinimo (r=-0,324, p=0,004). Koreliacijos rodo atvirkštinę kintamųjų priklausomybę. Kuo žemesnis vadovo savęs vertinimas, tuo jiems mažiau reikalingos psichologinės paslaugos.

Taigi, hipotezė, kurioje teigiama, kad „*Yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir vadovų savęs vertinimo“* - visiškai pasitvirtino.

4.3. Psichologinių paslaugų poreikio prognozavimas remiantys asmenybės bruožais ir savęs vertinimu

Siekiant prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį iš penkių asmenybės bruožų (ekstraversijos, sąmoningumo, sutariamumo, atvirumo patyrimui ir neurotiškumo) buvo atlikta Regresinė analizė (žr. lenteles 25, 26, 27), kuri parodė, kad modelis yra statistiškai patikimas (p=0,000). Psichologinių paslaugų poreikis didėja didėjant sąmoningumui (beta=0,160, p=0,000), o ekstraversijos, sutariamumo, atvirumo patyrimui ir neurotiškumo įtaka psichologinių paslaugų poreikiui nėra statistiškai reikšminga. Didžiausią įtaką psichologinių paslaugų poreikiui daro sąmoningumas. Koreguotasis determinacijos koeficientas ($R^2_{adj.}$=0,130) rodo, kad vien iš asmenybės bruožų galima apskaičiuoti gana nedidelę psichologinių paslaugų poreikio dalį – tik maždaug 13 proc. dispersijos priklauso nuo asmenybės bruožų, kiti 87 proc. priklauso nuo mums nežinomų, į regresijos lygtį neįtrauktų kintamųjų. Taigi, hipotezė, kurioje teigiama, kad „*Vadovų*

psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis asmenybės bruožais“, iš dalies pasitvirtino.

Psichologinių paslaugų poreikio prognozavimas iš penkių asmenybės bruožų (ekstraversijos, sąmoningumo, sutariamumo, atvirumo patyrimui ir neurotiškumo)

25 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės modelio santrauka

Modelis	Daugialypis koreliacijos koeficientas (R)	Determinacijos koeficientas ($R^{2)}$	Koreguotasis determinacijos koeficientas ($R^2_{adj.)}$	Koeficientų standartinė paklaida
1	0,471	0,050	0,130	27,982

Pastaba: R - koreliacijos koeficientas, R^2 - determinacijos koeficientas

26 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės ANOVA lentelė

Modelis		Nuokrypių sumos	Laisvės laipsniai	Nuokrypių vidurkiai	F	Reikšmė p (2-pusis)
1	Regresijos modelis	129,841	1	129,841	3,854	0,000
	Paklaida	12372,711	76	162,800		
	Visi nuokrypiai	12502,552	77			

27 lentelė. Regresijos lygties koeficientai

Modelis		Nestandartizuoti koeficientai		Standartizuoti koeficientai Beta	t	Reikšmė. p (2-pusis)
		Regresijos koeficientas (B)	Standartinė paklaida			
1	Konstanta	136,371	3,168		224,008	0,000
	Neurotizmas	0, 629	0,868	0,083	0,724	0,471
	Sutariamumas	-0,339	0,598	-0,065	-0,567	0,572
	Sąmoningumas	0,946	0,670	0,160	1,411	0,000
	Atvirumas patyrimui	-0,364	0,532	-0,078	-0,684	0,496
	Ekstraversija	-0,386	0,520	-0,085	-0,742	0,460

Pastaba: β - regresijos lygties koeficientas

Siekiant prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį iš dviejų savęs vertinio lygių (aukšto ir žemo) buvo atlikta Regresinė analizė (žr. lenteles 28, 29, 30), kuri parodė, kad modelis yra statistiškai patikimas (p=0,000). Psichologinių paslaugų poreikis didėja didėjant aukštam savęs vertinimui (beta=0,461, p=0,000), bet mažėja žemam savęs vertinimui (beta=-0,279, p=0,000). Didžiausią įtaką psichologinių paslaugų poreikiui daro žemas savęs vertinimas. Koreguotasis determinacijos koeficientas ($R^2_{adj.}$=0,652) rodo, kad vien iš savęs vertinimo galima apskaičiuoti

gana didelę psichologinių paslaugų poreikio dalį – 65 proc. dispersijos priklauso nuo savęs vertinimo, kiti 35 proc. priklauso nuo mums nežinomų, į regresijos lygtį neįtrauktų kintamųjų. Taigi, hipotezė, kurioje teigiama, kad „*Vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis savęs vertinimu*“ – visiškai pasitvirtino.

Psichologinių paslaugų poreikio prognozavimas iš dviejų savęs vertinio lygių (aukšto ir žemo)

28 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės modelio santrauka

Modelis	Daugialypis koreliacijos koeficientas (R)	Determinacijos koeficientas ($R^{2)}$	Koreguotasis determinacijos koeficientas ($R^2_{adj.)}$	Koeficientų standartinė paklaida
1	1,156	0,669	0,652	1,035

Pastaba: R - koreliacijos koeficientas, R^2 - determinacijos koeficientas

29 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės ANOVA lentelė

Modelis		Nuokrypių sumos	Laisvės laipsniai	Nuokrypių vidurkiai	F	Reikšmė p (2-pusis)
1	Regresijos modelis	22,333	1	22,333	77,023	0,000
	Paklaida	41,922	76	0,551		
	Visi nuokrypiai	64,255	77			

30 lentelė. Regresijos lygties koeficientai

Modelis		Nestandartizuoti koeficientai		Standartizuoti koeficientai Beta	t	Reikšm. p (2-pusis)
		Regresijos koeficientas (B)	Standartinė paklaida			
1	Konstanta	5,140	0,118		88,598	0,000
	Aukštas savęs vertinimas	0, 461	0,69	0,608	6,668	0,000
	Žemas savęs vertinimas	-0,279	0,049	-0,548	-5,706	0,000

Pastaba: β - regresijos lygties koeficientas

5. REZULTATŲ APTARIMAS

Tyrimu buvo siekta nustatyti vadovų poreikį psichologinei paslaugai, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajas. Siekiant atskleisti, kaip psichologinių paslaugų poreikis susijęs su asmenybės bruožais bei savęs vertinimu buvo suformuluoti uždaviniai ir iškeltos hipotezės. Tuo tikslu buvo ieškota bendrų dimensijų. Toliau plačiau aptarsime šio tyrimo gautus rezultatus.

Kalbant apie vadovų poreikį psichologinėms paslaugoms, vidurkių palyginimas parodė, kad yra didelė grupė psichologinių paslaugų, kuriuos vadovai vertina aukštai. Tai tokios paslaugos kaip: organizacijos įvertinimas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba, organizacijos vystymas. Gauti tyrimo rezultatai patvirtina Chiu (2004), Lin (2004), Anderson (1994), Fornell(1994), Lehmann (1994), Hauser (1994), Simester (1994), Wernerfelt (1994), Swanson (2001), Kelley (2001) nuomonę. Mokslininkai teigia, kad vadovų naudojimasis psichologinėmis paslaugomis laikomas pagrindine koncepcija ir svarbiu tikslu visose organizacijos veiklose. Aukštas psichologinių paslaugų lygis įmonėse leidžia prognozuoti verslo sėkmingumą, pelningumą, vadovų lojalumo padidėjimą, geresnes reputacijas, būsimųjų sandorių mažesnius kaštus, didesnį darbuotojų efektyvumą.

Faktorinės analizės dėka, nustatėme veiklas, kurios atspindi vidinius organizacijos procesus. Nustatyta, kad svarbūs tokie darbai kaip įmonės veiklos rezultatų įvertinimas, įmonės psichologinio klimato įvertinimas, organizacijos kultūros analizė, darbo analizė ir projektavimas, darbo technologijų kūrimo ir naudojimo įvertinimas, darbo vietos įrengimas ir darbo aplinkos suderinimas, darbo saugos ir sveikų darbo sąlygų vadyba, įmonės plėtros planų kūrimo ir jų vykdymo analizė, verslo valdymo sistemų diegimo ir priežiūros įvertinimas, verslo valdymo sistemų diegimo ir priežiūros įvertinimas, darbo krūvio ir užduočių paskirstymo analizė, darbo atlikimo vertinimas, pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė, personalo tarpasmeninių santykių analizė, personalo pasitenkinimo darbų įvertinimas, personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei įvertinimas, personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė, personalo požiūrio į įmonę analizė, personalo požiūrio į atlyginimo ir motyvavimo sistemą įvertinimas. Orientuojantis į šį latentinį faktorių galima pozicionuoti organizacijai psichologines paslaugas.

Rašant šį darbą vienas iš tyrimo uždavinių buvo nustatyti ar psichologinių paslaugų poreikis (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skiriasi priklausomai nuo šių ypatumų, kuriuos mes pavadinome įmonės ypatumais: vadovų lyties, amžiaus, išsilavinimo, užimamų pareigų, vadovavimo patirties, įmonės veiklos srities, įmonės formos ir įmonėje dirbančių darbuotojų

skaičiaus. Kaip rodo šio tyrimo rezultatai, kad tam tikru lygiu pasitvirtino hipotezė, jog vadovų poreikis psichologo paslaugoms skiriasi priklausomai nuo įmonės ypatumų.

Paaiškėjo, kad psichologinių paslaugų poreikis visiškai nepriklauso nuo vadovų amžiaus. Tiek jaunesni (iki 30 m.), tiek vyresni (51 ir daugiau m.) vadovai gali rinktis vienodas psichologines paslaugas. Taip pat, buvo gauti vienodi rezultatai, rodantys, kad ištirtoje darbo rinkoje psichologinių paslaugų poreikis visiškai nesiejasi nei su išsilavinimo lygiu, nei su vadovavimo patirtimi. Tiek aukštesnį (universitetinį), tiek žemesnį (vidurinį) išsilavinimą bei didesnę (16 ir daugiau m.) ar mažesnę (iki 5 m.) vadovavimo patirtį turintys vadovai yra potencialūs psichologinių paslaugų klientai. Šį išvadą nepatvirtina tyrėjos Šileikienės (2004) atlikto tyrimo rezultatų, jog didžiausias psichologinių paslaugų poreikis yra, kai vadovo amžius daugiau nei 41 metai ir kai vadovas turi aukštąjį išsilavinimą. Taigi apibendrinus šio tyrimo gautus rezultatus galima kelti prielaidą, kad psichologinių paslaugų poreikis nepriklauso nuo amžiaus, išsilavinimo bei vadovavimo patirties.

Lyginant psichologinių paslaugų poreikį vyrų ir moterų grupėse paaiškėjo, kad vadovai vyrai dažniau negu vadovės moterys pasirenka personalo ugdymo paslaugas ir vadovo kompetencijų įvertinimo bei ugdymo paslaugas. Galima daryti prielaidą, vadovai vyrai visgi labiau linkę naudotis psichologo teikiamomis paslaugomis, jie greičiau reaguoja į rinkos pokyčius arba tiesiog geriau sugeba orientuotis versle, siekia būti inovatyvesni, pirmaujantys verslo pasaulyje.

Kalbant apie tiriamųjų užimamas pareigas, galima teigti, kad didesnį psichologinių paslaugų poreikį (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) jaučia įmonių direktoriai ir padalinių vadovai, o mažesnį – įmonių savininkai ir projektų vadovai. Mūsų manymu, įmonių direktoriai ir padalinių vadovai yra tam tikra prasme administratoriai t.y. dažniau susiduria pvz., su darbo žmonių veiklos įvertinimu, o teisingam įvertinimui reikalingos žinios. O įmonių savininkai ir projektų vadovai mažiausiai dalyvauja arba nedalyvauja pvz. įmonės įvertinime, todėl jų poreikis psichologo paslaugoms yra mažesnis.

Tyrimų nustatyta, statistiškai reikšmingi skirtumai tarp psichologinių paslaugų poreikio ir įmonių veiklos sričių. Pasirodo, kad organizacijos vystymo paslaugas ir bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo paslaugas renkasi elektros, dujų, garo tiekimo ir oro kondicionavimo įmonės; vandens tiekimo, nuotekų valymo, atliekų tvarkymo ir regeneravimo įmonės; statybos įmonės; didmeninės prekybos, išskyrus prekybą variklinėmis transporto priemonėmis ir motociklais įmonės; apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų įmonės; informacijos ir ryšių įmonės; finansinės ir draudimo įmonės; profesinių, mokslinių ir techninių veiklų įmonės; administravimo ir aptarnavimo įmonės; žmonių sveikatos priežiūros ir socialinio darbo įmonės; meninio, pramoginio ir poilsio organizavimo veiklų įmonės; kito aptarnavimo veiklų įmonės, negu mažmeninės prekybos, išskyrus

variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą įmonės bei švietimo įmonės. Ši išvada artima gautiems šio tyrimo rezultatams yra literatūroje sutinkama Hauser (1994), Simester (1994), Wernerfelt (1994) tyrimų išvadą. Mokslininkai aptardami 500 sėkmingiausių organizacijų (Fortune 500) tiek iš gamybinio, tiek iš paslaugų sektoriaus nustatė, kad vadovai yra labai susidomėję, kaip psichologo paslaugos veikia darbo efektyvumą ir pelningumą.

Lyginant psichologinių paslaugų poreikio (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skirtumus įmonių formos grupėse paaiškėjo, kad uždarosiose akcinėse bendrovėse, individualiose įmonėse, valstybės įmonėse ir savivaldybės įmonėse dirbantys vadovai, skirtingai nei akcinėse bendrovėse dirbantys vadovai, jaučia didesnį organizacijos įvertinimo, organizacijos vystymo, personalo atrankos, personalo ugdymo, personalo mokymo, bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo, vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo, pardavimų vadybos poreikius. Tai galima būtų paaiškinti didesniu dėmesiu savo darbuotojams, o tuo pačiu ir didesniu vadovų indėliu į šių organizacijų gerovę, išlikimą bei didesnėmis suteikiamomis tobulėjimo galimybėmis.

Siekiant nustatyti psichologinių paslaugų poreikio (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) skirtumus įmonės darbuotojų grupėse buvo gauta, kad organizacijų, kuriose dirba iki 10 ar iki 50 darbuotojų, vadovai turi didžiausią poreikį personalo mokymams, palyginti su įmonėmis, kuriose dirba iki 250 darbuotojų bei daugiau nei 250 darbuotojų. Tai reiškia personalo mokymo paslaugos reikalingiausios įmonėse, kuriose dirba mažiau darbuotojų. Siekiant pagerinti verslo rezultatus, mažesnių įmonių vadovai privalo nuolat konkuruoti rinkoje, skatinti darbuotojų produktyvumą bei geresnį darbo užduočių atlikimą. Tačiau šis tyrimas nepatvirtina Šileikienės (2004) prielaidų, kad labiausiai psichologinių paslaugų reikia įmonėse, kur darbuotojų skaičius didelis (nuo 51 iki 100).

Žinant šiuos išskirtus ypatumus, galima nustatyti tinkamiausią psichologinių paslaugų tinklą, tačiau visada reikia atsižvelgti į tai, kad egzistuoja individualūs skirtumai.

Tikrinant hipotezę apie psichologinių paslaugų poreikio ryšį su vadovų asmenybės bruožais, tyrimo metu nustatėme, kad organizacijos vystymo skalės - pokyčių įmonėje ir įmonės vystymo analizė, personalo vaidmenų, funkcijų bei atsakomybės analizė, įmonės įvaizdžio kūrimas, komunikacijos įmonėje monitoringas yra teigiamai susiję su sąmoningumu. Personalo atrankos skalės - personalo adaptavimas po įdarbinimo yra teigiamai susijęs su sąmoningumu. Personalo ugdymo skalės - personalo lojalumo ir įsipareigojimų įmonei vystymas yra teigiamai susijęs su sąmoningumu. Personalo mokymo skalės - mokymų poreikio ir turinio nustatymas bei mokymų planavimas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu. Bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir

ugdymo skalės - darbinio streso valdymo ir įveikos įgūdžių lavinimas bei pasitikėjimo savimi ugdymas statistiškai teigiamai koreliuoja su sąmoningumu. Vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės - vadovaujančio personalo užduočių delegavimo įgūdžių formavimas yra teigiamai susijęs su sąmoningumu. Pardavimų vadybos skalės - aktyvaus pardavimo metodų diegimas yra teigiamai susijęs su sąmoningumu. Literatūroje sutinkama su Watson (1997), Clark (1997), Goldberg (1990), Mount (1995), Barrick (1995), Peeters (2006), Van Tuijl (2006) tyrėjų nuostata, jog sąmoningumo bruožas pripažintas vienas iš svarbiausiu vadovo bruožu darbinėje veikloje. Vadovai, kuriems būdingas aukštai išreikšto sąmoningumo bruožas, yra praktiški, orientuoti į užduotį ir organizuoti, siekiantys pokyčių bei turintys įvairovės poreikį.

Analizuojant psichologinių paslaugų poreikio ryšį su ekstraversija nustatėme, kad organizacijos įvertinimo skalės - krūvio ir užduočių paskirstymo analizė statistiškai neigiamai koreliuoja su ekstraversija. Bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės - bendravimo įgūdžių lavinimas bei konfliktų valdymo įgūdžių ugdymas statistiškai neigiamai koreliuoja su ekstraversija. Literatūroje sutinkama su Wiggins (1996), Watson (1997), Clark (1997), Goldberg (1990), Mount (1995), Barrick (1995), Judge (1999), Higgins (1999), Thoresen (1999), Barrick (1999) tyrėjų nuostata, kad ekstraversijos bruožas pripažintas, kaip svarbiausias vadovo bruožas darbinėje veikloje, susijusioje su kontaktais, su žmonėmis. Vadovai, su aukštai išreikštu ekstraversijos asmenybės bruožu puikiai atlieka darbą, reikalaujantį daug bendravimo, yra kalbūs ir išraiškingi, mėgsta bendrauti, yra pritariantis ir iš anksto nusiteikę teigiamai ir maloniai patirčiai.

Mūsų atliktas tyrimas rodo, kad asmenybės bruožai nesukels didesnio poreikio psichologinėms paslaugoms. Tai patvirtina verslo mąstytojo Ketso (2007) nuomonę, jog racionalumo mitas vis dar gyvuoja organizacijose. Daugelis vadovų mano, kad svarbu tik tai ką mes matome ir žinome, tai kas suvokiama. Daugiausia dėmesio vadovai skiria organizacijos tikslams, darbo pasidalijimui ir formaliems organizacijos struktūros aspektams, o ne asmenybės prioritetams. Taigi hipotezė, kurioje teigiama, kad yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir asmenybės bruožų, buvo patvirtinta tik iš dalies.

Analizuojant psichologinių paslaugų poreikį ir savęs vertinimo sąsajas nustatyta, kad organizacijos įvertinimo, organizacijos vystymo, personalo atrankos, personalo ugdymo, personalo mokymo, bendrųjų kompetencijų įvertinimo bei ugdymo, vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo bei pardavimų vadyba yra susiję su aukštu savęs vertinimu. Literatūroje sutinkama, kad savęs vertinimas yra kintantis procesas, kuris remiasi nuolatiniu atsiliepimų apie save ir savo elgesio pasekmių stebėjimu. Aukštai save vertinantys vadovai yra aktyvūs ir kūrybingi, nevengia imtis įvairios veiklos, siekia užsibrėžtų tikslų, įvairovės poreikio (Fujita, 1991; Zellars, 2000; Perrewe, 2000; Hochwarter, 2000; Burnou, 2000; Ghorbani, 2005; Watson, 2005). Todėl tikėtina, kad kuo aukštesnis vadovų savęs vertinimas, tuo vadovams daugiau reikia psichologinių paslaugų.

Nustatytas ryšys ir tarp psichologinių paslaugų poreikio (organizacijos įvertinimas, organizacijos vystymas, personalo atranka, personalo ugdymas, personalo mokymas, bendrųjų kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, vadovo kompetencijų įvertinimas ir ugdymas, pardavimų vadyba) ir žemo savęs vertinimo. Tyrimo rezultatai rodo, jog kuo žemesnis vadovo savęs vertinimas, tuo mažiau vadovui reikia psichologinių paslaugų. Pasak Bulotaitė (1995) žemai save vertinantis asmuo mano, jog yra menkesnis už kitus, neįvertina savo galimybių, gilinasi į savo realius ir nesamus trūkumus. Dėl to, nesiimama sudėtingų užduočių, nesiekiama aukštesnių tikslų. Hipotezė, kurioje teigiama, kad yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir vadovų savęs vertinimo, buvo visiškai patvirtinta.

Kelta hipotezė, kad vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis asmenybės bruožais, buvo patvirtinta tik iš dalies. Tyrimo rezultatai rodo tendenciją, jog didėjant sąmoningumo bruožui, vadovų poreikis psichologinėms paslaugoms didėja. Asmenybės bruožais prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį naudojant regresijos modelį nėra labai tikslu, nes toks regresijos modelis paaiškintų 13 proc. dispersijos, kiti 87 proc. priklauso nuo mums nežinomų, į regresijos lygtį neįtrauktų kintamųjų.

Tyrimo rezultatai rodo ryškią tendenciją, jog didėjant aukštam savęs vertinimui, vadovų poreikis psichologinėms paslaugoms didėja, bet mažėjant žemam savęs vertinimui, vadovų poreikis psichologinėms paslaugoms mažėja. Savęs vertinimu prognozuoti psichologinių paslaugų poreikį naudojant regresijos modelį yra tikslu, nes toks regresijos modelis paaiškintų 65 proc. dispersijos, kiti 35 proc. priklauso nuo mums nežinomų, į regresijos lygtį neįtrauktų kintamųjų. Taigi hipotezė, kurioje teigiama, kad, vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis savęs vertinimu, buvo visiškai patvirtinta.

Apibendrinant galima pasakyti, kad šiuo tyrimu buvo gilintasi į vadovų poreikį psichologinei paslaugai, asmenybės bruožus ir savęs vertinimo sąsajas. Svarbu yra tai, jog šie konstruktai nebuvo bendrai tiriami Lietuvoje, todėl šiuo tyrimu įnešama naujumo ir aiškumo. Tačiau šio tyrimo pagrindinis ribotumas - nedidelė tiriamųjų imtis sudaryta patogiosios atsitiktinės imties metodu nėra reprezentatyvi visai Lietuvos populiacijai. Taigi ruošiant tolimesnius tyrimus reikėtų plėsti tiriamųjų skaičių. Taip pat dabartinėje ekonominėje situacijoje šalyje respondentų atsakymus galėjo veikti ir įmonių politika. Šis tyrimas galėtų paskatinti kitus tyrėjus nagrinėti psichologinių paslaugų poreikio sąsajas su kitais organizaciniais veiksniais.

IŠVADOS

1. Tyrimo rezultatai iš dalies patvirtino pirmąją hipotezę, vadovų poreikiai psichologo paslaugoms skiriasi priklausomai nuo įmonės ypatumų: vadovo lyties, vadovo užimamų pareigų, įmonės veiklos srities, įmonės formos bei įmonėje dirbančių darbuotojų skaičiaus ($p<0,05$). Nustatyta, kad nuo vadovo amžiaus, išsilavinimo, vadovavimo patirties – psichologinių paslaugų poreikis nepriklauso ($p>0,05$).
2. Tyrimo rezultatai iš dalies patvirtino antrąją hipotezę, kad yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir asmenybės bruožų. Nustatyta, jog sąmoningumo ir ekstraversijos asmenybės bruožai buvo susiję su psichologinių paslaugų poreikiu ($p<0,05$).
3. Tyrimo rezultatai patvirtino trečiąją hipotezę, kad yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vadovų poreikio psichologinėms paslaugoms ir vadovų savęs vertinimo. Nustatyta, kad kuo aukštesnis vadovų savęs vertinimas, tuo daugiau vadovams reikia psichologinių paslaugų ($p<0,01$). Tačiau kuo žemesnis vadovų savęs vertinimas, tuo mažiau vadovams reikia psichologinių paslaugų ($p<0,01$).
4. Tyrimo rezultatai iš dalies patvirtino ketvirtąją hipotezę, kad vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis asmenybės bruožais. Nustatyta, kad didėjant sąmoningumui didėja psichologinių paslaugų poreikis ($p<0,01$).
5. Tyrimo rezultatai patvirtino penktąją hipotezę, kad vadovų psichologinių paslaugų poreikį galima prognozuoti remiantis savęs vertinimu. Nustatyta, kad didėjant aukštam savęs vertinimui didėja psichologinių paslaugų poreikis ($p<0,01$), o mažėjant žemam savęs vertinimui mažėja psichologinių paslaugų poreikis ($p<0,01$).
6. Atlikus faktorinę analizę buvo išskirtas latentinis faktorius, kuris atspindi vidinius organizacijos procesus.

LITERATŪRA

1. Aberson C. L., Healy M., Romero V. In-group bias and self-esteem: A meta-analysis. Personality and Social Psychology Review. 2000, vol. 4, p. 157–173.
2. Adamonienė R., Daukilas S., Krikščiūnas B., Makninė I., Palujanskienė A. Profesinio ugdymo psichologija ir pedagogika. Utena:Indra, 2003.
3. Alarkon G., Eschleman K. J., Bowling N. A. Relationships between personality variables and burnout: A meta – analysis//Journal of Work and Stress. 2009, vol. 23, p. 244-263.
4. Ališauskas K. Žmogiškiųjų išteklių vertė: socialinių gebėjimų reikšmingumas//Tarptautinės mokslinės konferencijos Ekonomika ir vadyba 2004 pranešimų medžiagą. Kn. 2: Verslo valdymo ypatumai Eurointegracijos sąlygomis. Kaunas: Kauno technologijos universitetas. 2004, p. 15-17.
5. Almonaitienė J., Antinienė D., Ausmanienė M., Lekavičienė R., Matulienė G., Ruibytė L., Vasiliauskaitė Z. Bendravimo psichologija. KTU, 2002.
6. Aluja A., Rolland J. P., Garcia L. F., Rossier J. Dimensionality of the Rosenberg Self – Esteem Scale and Its Relationships With the Three – and the Five – Factor Personality Models//Journal of Personality Assessment. 2007, vol. 88(2), p. 246-249.
7. Andersom E. W., Fornell C., Lehmann D. Customer satisfaction, market, share, and profitabilyti: Findings from Sweden//Journal of Marketing. 1994, vol. 58, p. 53-56.
8. Ashton M. C., Lee K. Honesty-Humility, the Big Five, and the Five-Factor Model //Journal of Personality. 2005, vol. 73, p. 1321–1354.
9. Bagdonienė L., Bagdonas E. Organizacijų vadyba. Kaunas: Technologija, 2005.
10. Bagdonienė L., Hopienienė R. Paslaugų marketingas ir vadyba: vadovėlis. Kaunas : Technologija, 2005.
11. Barrick M. R., Mount M. K. The big five personality dimensions and job performance: a meta analysis//Journal of Personnel Psychology. 1991, vol. 44, p. 1-27.
12. Barrick M. R., Mount M. K., Judge T. A. Personality and performance at the beginning of the new millennium: What do we know and where do we next?//International Journal of Selection and Assessment. 2001, vol. 9, p. 9-30.
13. Barrick M. R., Mount M. K., Strauss J. P. Conscientiousness and performance of sales representatives: Test of the mediatinf effects of goal setting//Journal of Applied Psychology. 1993, vol. 78, p. 715-722.
14. Beerh T., Jex S., Stacy B., Murray M. Work stressors and coworker support as predictors of individual strain and job performance. Chicago: The Academy of Management, 1996.
15. Bendravimo psichologija. Kaunas: Technologija, 2001.
16. Bieliauskaitė R. Asmenybės psichologija. Kaunas: Šviesa, 1993.

17. Brown T. J., Mowen J. C., Donavan D. T., Licata J. W. The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self and supervisor performance ratings//Journal of Marketing Research. 2002, vol. 39 (1), p. 110-119.
18. Bulotaitė L. Apie moksleivių savęs vertinimą. Vilnius, 1995.
19. Cable D. M., Judge T. A. Managers 'upward influence tactic strategies: the role of manager personality and supervisor leadership style//Journal of Organizational Behavior. 2003, vol. 24, p. 197-214.
20. Chiu H. C., Lin N. P. A service quality measurement derived from the theory of needs//Journal of Service Industries. 2004, vol. 24, p. 187-204.
21. Chmiel N. Darbo ir organizacinė psichologija. Poligrafija ir informatika, 2005.
22. Costa P. T., McCrae R. R. Revised NEO Personality Inventory (NEO PI – R™) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Florida: PAR, 1992.
23. Costa P. T., McCrae R. R., Holland J. L. Personality and vocational interest in an adult sample//Journal of Applied Psychology. 1984, vol. 69, p. 390-400.
24. Darbuotojų mokymai//Vadovas, verslas, vadyba. 2009, Nr. 4, p. 22-25.
25. Dawis L., Lofquist L. A psychological theory of work adjustment. New York, 1984.
26. De Raad B., Perugini M. Big Five factor assessment: introduction. Seattle: WA: Hogrefe and Huber, 2002.
27. DeNeve K. M. Happy as an Extraverted Clam? The role of personality for subjective well - being//Journal of Current Directions in Psychological Science. 1999, vol. 8(5), p. 141-144.
28. Dessler G. Personalo valdymo pagrindai. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2001.
29. Diener E., Lucas R. E. Personality and subjective well – being //Well – Being: The foundations of hedonic psychology. New York: Russel Sage Foundations, 1999.
30. Eysenck H. J., Eysenck M. W. Personality and individual differences. New York: Plenum Press, 1985.
31. Fayol H. Administravimas: teorija ir praktika. Vilnius: Eugrimas, 2005.
32. Folger J. P., Poole M. S., Stutman R. K. Working through Conflict: Strategies for Relationships, Groups, and Organizations. Pearson, 2005.
33. Francis, L. J., James, D. J. The relationships between Rosenberg's construct of self-esteem and Eysenck's two-dimensional model of personality//Journal of Personality and Individual Differences. 1996, vol. 21, p. 483–488.
34. Franken R.E. Human motivation. Belmont: Wadsworth / Thomson Learning, 2002.
35. Fujita F. An investigation of the relation between extraversion, neuroticism, positive affect, and negative affect. Unpublished Masters Thesis: University of Illinois at Urbana – Champaign, 1991.

36. Funder D. C. Personality // Annual Review Psychology. 2001, vol. 52, p. 197–221.
37. Furnham A., Taylor J. The Dark Side of Behavior at Work, Palgrave MacMillan, 2004.
38. George J. Emotions and leadership: the role of emotional intelligence//Journal of Human Relations. 2000, vol.53, p. 1027 – 1055.
39. Geriausių kandidatų atranka//Vadovas ir pasaulis. 2008, Nr. 7 -8, p. 30-35.
40. Ghorbani N., Watson P. J. Hardiness Scales in Iranian Managers: Evidence of Incremental Validity in Relationships with the Five Factor Model and with Organizational and Psychological Adjustment//Journal of Psychological Reports. 2005, vol. 96, p. 775-781.
41. Gyllensten K., Palmer S., & Farrants J. Perceptions of stress and stress interventions in finance organizations: Overcoming resistance towards counseling// Counseling Psychology Quarterly. 2005, vol. 18(1), p. 19-29.
42. Goldberg L.R. The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure//Journal of Psychological Assessment. 1992, vol. 4(1), p. 26-42.
43. Goldberg L. R. An alternative „description of personality“: the Big – Five factor structure//Journal of Personality and Social Psychology. 1990, vol. 59, p. 1216-1229.
44. Goleman D. Emocinis intelektas. Presvika, 2003.
45. Goleman D., Yatzis R., Mckee A. Lyderystė: kaip vadovauti pasitelkiant emocinį intelektą. Kaunas, 2007.
46. Gordon. R. Folk psychology as simulation//Journal of Mind and Language. 1986, vol. 1, p. 158– 171.
47. Gray J. Perspectives on anxiety and impulsivity: A commentary//Journal of Research in Personality. 1987, vol. 21, p. 493-509.
48. Greyner L, Meteger R. Management consulting, International Labour Organization.1883.
49. Gumuliauskienė A. Jaunesniųjų moksleivių savęs vertinimo ypatumai kaip socialinės brandos apraiškos//Pedagogika. 2001, Nr. 54, p. 79-85.
50. Hauser J. R., Simester D. I., Wernerfelt B. Customer satisfaction incentives//Journal of Marketing Science. 1994, vol. 13, p. 327-350.
51. Hawkins P., Smith N. Coaching, mentoring and organizational consultancy: supervision and development. New York: Open University Press, 2008.
52. Higgins, E. T., Kruglanski, A. W. Motivational science: Social and personality perspectives. Philadelphia, PA: Psychology Press, 2000.
53. Hjelle L.A., Ziegler D. J. Personality Theories: Basic Assumptions, Research and Applications. USA, 2006.

54. Hurley R. F. Customer service behavior in retail settings: A study of the effect of service provider personality//Journal of the Academy of Marketing Science. 1998, vol. 26 (2), p. 115-127.
55. Hurtz G. M., Donovan J. J. Personality and job performance: The Big Five revisited//Journal of Applied Psychology. 2000, vol. 85, p. 869-879.
56. Ivanauskienė F. Jaunesniojo mokyklinio amžiaus vaikų savimonė ir dorinis savęs vertinimas. Dora. Šeima. Mokykla// Respublikinio seminaro medžiaga. Šiauliai: ŠPI. 1994, p. 93-95.
57. Iwasaki Y., MacKay K., Mactavish J. Gender Based Analysis of Coping with Stress among Professional Managers: Leisure Copin and Non-Leisure Coping// Journal of Leisure Research. 2005, vol. 37, p. 1-28.
58. Yi Y. A critical review of consumer satisfaction, in Zeithaml. Review of marketing, 1990.
59. John J. R. The Traits of immigrants: A Case Study of the Sydney Parsees //Journal of Comparative Family Studies. 1986, vol. 17 (1), p. 127-130.
60. John O. P., Srivastava S. The Big Five taxonomy: History, measurement and theoretical perspectives // Handbook of Personality: Theory and Research. 2nd ed. / Ed. by L. A. Pervin, O. P. John. New York: The Guilford Press, 1999.
61. Johnson L. C. Socialinio darbo praktika. Vilnius: VU, 2001.
62. Jonavičiūtė O. Psichologinė pagalba įmonių vadovams: poreikis, tikslai. Magistro darbas, 2009.
63. Judge T. A./, Higgins C. A., Thoresen C. J., Barrick M. R. The big – five personality traits general mental ability career success across the life span//Journal of Personnel Psychology. 1999, vol. 52 (3), p. 621.
64. Judge T., Ilies R. Relationship of personality to performance motivation: a meta – analytic review//Journal of Applied Psychology. 2002, vol. 87(4), p. 797-807.
65. Kahn R., Byosiere P. Stress in organizations. Leidinyje M. D. Dunnette ir L.M. Hough (red.). Handbook of industrial and organizational psychology. 1992, T. 3. p. 571-650.
66. Kaip išlaikyti darbuotojų motyvaciją//Vadovas ir pasaulis. 2007, Nr. 6, p. 28 -31.
67. Kaip išlaikyti geriausius darbuotojus//Vadovas ir pasaulis. 2006, Nr. 12, p. 76-77.
68. Kairys A. Didysis penketas: už ir prieš//Psichologija: mokslo darbai. 2008, vol. 37, p. 71-84.
69. Kasiulis J., Barvydienė V. Vadovavimo psichologija. Kaunas: Technologija, 2004.
70. Kets de Vries M. F. R. Lyderis pas psichoanalitiką: kaip pažinti save ir vadovauti kitiems. Vilnius: Verslo žinios. 2007, p. 407.
71. Kindurys V. Paslaugų marketingas . Vilnius, 1998.
72. Kippenberger T. Leading project teams//Journal the Antidote. 2000, vol. 5, p. 17-20.

73. Korman A. K. Towards a hypothesis of work behavior//Journal of Applied Psychology. 1970, vol. 54(1), p. 31-41.
74. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V. Rinkodaros principai. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003.
75. Krizė alsuoja į pakaušį – kaip išvengti klaidų//Vadovas, verslas, vadyba. 2009, Nr. 3, p. 27 - 30.
76. Kukarėnas N. Konsultacijų, verslo subjektams, poreikio prognozavimas. LŽŪU, 2004.
77. Lapė J., Navaitis G. Psichologijos įvadas. Vilnius, 2003.
78. Leonienė B. Darbuotojų vadyba. Kaunas: Šviesa, 2001.
79. Lepeškienė V. Humanistinis ugdymas mokykloje. Vilnius, 1996.
80. Lipsky D. B. Emerging Systems for Managing Workplace Conflict : Lessons from American Corporations for Managers and Dispute Resolution Professionals. Jossey-Bass, 2003.
81. Love P., Edwards D. Taking the pulse of UK construction project managers' health: Influence of job demands. Job control and social support on psychological wellbeing//Journal of Engineering Construction and Architectural Management. 2005, vol. 12, p. 88 – 101.
82. May R. Ką reiškia tapti asmeniu//Psichologija: Mokslo darbai. Vilnius: VU. 1996, Nr. 15, p. 131-157.
83. Mano darbuotojas nenori tobulėti//Vadovas ir pasaulis. 2007, Nr .2, p. 95-97.
84. Marsh H. W. Positive and negative self – esteem: A substantively meaningful distinction or artifactors// Journal of Personality and Social Psychology. 1996, vol. 70, p. 810-819.
85. Matthews G., Deary I., Whiteman M. Personality traits. 2end. edition. Cambridge University Press, 2003.
86. McCrae R. R. Personality structure // Personality. Contemporary Theory and Research / Ed. by. V. J. Derlega, B. A. Winstead, W. H. Jones. Belmont: Wadsworth Publishing, 2005.
87. McCrae R. R. Social consequences of experiential oppeness//Journal og Psychological Bulletin. 1996, vol. 120, p. 323-337.
88. McCrae R. R., Costa P. T. A Five-Factor Theory of Personality // Handbook of Personality: Theory and Research. 2nd ed. / Ed. by L. A. Pervin, O. P. John. New York: The Guilford Press, 1999.
89. Melnikas B, Strazdas R. Šiuolaikinė konsultavimo samprata: Ekonomika ir vadyba, 1998. The modern conception of counseling: Business and Management, Kaunas: international conference proceedings, 1998.
90. Misty R., Charles E. Liking of Personal Names, Self – Esteem, and the Big Five Inventory//Journal of Psychological Reports. 2002, vol. 91, p. 407-411.

91. Mount M. K., Barrick M. R. The Big Five personality dimensions: implications for research and practice in human resources management//Journal of Research in Personnel and Human Resources Management. 1995, vol. 13, p. 153-200.
92. Mount M. K., Barrick M. R., Stewart G. L. Five – factor model of personality and performance in jobs involving interpersonal interactions//Journal of Human Performance. 1998, vol. 11(2/3). P. 145-165.
93. Mount, M. K., Barrick, M. R., Scullen, S. M., Rounds, J. Higher-order dimensions of the big five personality traits and the big six vocational interest types//Journal of Personnel Psychology. 2005, vol. 58, p. 447-478.
94. Mullins L.J. Management and organizational behavior. Harlow: Prentice-Hall, Financial times, 2004.
95. Neustadt E., Chamorro – Premuzic T., Furnham A. The Relationship between Personality Traits, Self – Esteem, and Attachment at Work//Journal of Individual Differences. 2006, vol. 27, p. 208-217.
96. Pallant J. SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS for Windows. 3rd ed. Maidenhead: Open University Press, 2007.
97. Perrewe P. L., Spector P. E. Personality research in the organizational sciences. In G. R. Ferris (Ed.)//Journal of Research in Personnel and Human Resources Management. 2002, vol. 21.
98. Pikūnas, J. Asmenybės vystymasis: kelias į savęs atradimą. Kaunas: Mokslo ir Švietimo centras, 1994.
99. Pileckaitė – Markovienė M. Pradinių klasių moksleivių vidinės darnos, savivertės, savivaizdžio ir psichologinės savijautos sąsajų ypatumai//Ugdymo psichologija. 2001, Nr. 2 (9), p. 50-55.
100. Praktiniai klubai: dalijimasis patirtimi ir komandos formavimo priemonė//Vadovas, verslas, vadyba. 2008, Nr. 9, p. 35-38.
101. Psichologija studentui. Kaunas: Technologija, 1996.
102. Psichologijos žodynas. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla, 1993.
103. Pullmann H., Allik J. The Rosenberg Self – Esteem Scale: Its dimensionality, stability and personality correlates in Estonian//Journal of Personality and Individual Differences. 2000, vol. 28, p. 701-715.
104. Ryan R. M., Deci E. L. On happiness and human potentials: A review of research on holistic and eudemonic well - being//Journal Annual Review of Psychology. 2001, vol. 52, p. 141-146.
105. Robbins S. P. Personalo politika ir praktika//Organizacinės elgsenos pagrindai – Vilnius: Poligrafija ir informatika. 2003, p. 265-267.

106. Rosenberg M. Conseiving the self. New York: Basic Books, 1979.
107. Rosenberg M. Society and the adolescent self – image. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965.
108. Ross S. R., Canada K. E., Rausch M. K. Self – handicapping and the Five Factor of personality: mediation between Neuroticism and Conscientiousness //Journal of Personality and Individual Differences. 2002, vol. 32, p. 1173-1184.
109. Sakalas, A. Personalo vadyba. Vilnius: Margi raštai, 2003.
110. Saldago J. F., Rumbo A. Personality and job performance in financial services managers//International Journal of Selection and Assessment. 1997, vol. 5, p. 91-100.
111. Simon M., Houghton S. M., Aquino K. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies//Journal of Business Venturing. 2000, vol. 14, p. 113-134.
112. Smits D., Boeck P. D. From BIS/BAS to the big five// European Journal of Personality. 2006, vol. 20, p. 255 - 277.
113. Soldz S., Vaillant G. The Big Five Personality Traits and the Life Course: A 45-Year Longitudinal Study//Journal of Research in Personality. 1999, vol. 33, p. 208-232.
114. Solgado J. F. The Five – factor model of personality and job performance in the European Community//Journal of Applied Psychology. 1997, vol. 82, p. 30-43.
115. Spector P. E. Development of the work locus of control scale//Journal of Occupational Psychology. 1988, vol. 61 (4), p. 335-340.
116. Spurga V. Saviugdos metodai. Vilnius: VPU, 1988.
117. Stankevičius K., Dapkus R. Utenos regiono aplinkos apsaugos departamento konsultacinės veiklos strategija. Ekonomikos ir vadybos aktualijos, 2007, p. 239.
118. Sterns H. L., Subich L. M. Counseling for retirement// Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work, et.al. Brown S. D., Lent R. W., John Wiley & Sons. 2005, p. 506-624.
119. Steward G. L. Reward structure as a moderator of the relationship between extraversion and sales performance//Journal of Applied Psychology. 1996, vol. 81, p. 619-627.
120. Stoner J., Freeman D., Gilbert D. Vadyba. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2001.
121. Suslavičius A. Socialinė psichologija. Vilnius: VU, 1995.
122. Suslavičius A., Valickas G. Socialinė psichologija teisėtvarkos darbuotojams. Vilnius: Lietuvos teisės akademija, 1999.
123. Swanson S. R., Kelley S. W. Service recovery attributions and word – of mouth intentions//European Journal of Marketing. 2001, vol. 35, p. 194-211.

124. Swanson V., Pawer R. Employee's perceptions of organizational restructuring: the role of social support //Journal of Work and Stress. 2001, vol. 2, p. 161-178.
125. Šileikienė L. Subjektyvios vadovų nuomonės tyrimas vertinant psichologo poreikį verslo įmonėse//Jaunųjų mokslininkų psichologų konferencija. Psichologiniai tyrinėjimai: problemos ir perspektyvos. Tezės. – Vilnius, 2004.
126. Tellegen A. Structures of mood and personality and their relevance to assessing anxiety, with an emphasis on self-report. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1985.
127. Terracciano A., Costa P. T., McCrae R. R. Personality plasticity after age 30 // Personality and Social Psychology Bulletin. 2006, vol. 32, p. 999–1009.
128. Thompson J. W. Employee attitudes, organizational performance, and qualitative factors underlying success // Journal of Business and Psychology. 1996, vol. 11, p. 171–191.
129. Thompson R. L., Brossart D. F., Carlozzi A. F., Miville M. L. Five-Factor model (Big Five) personality traits and universal-diverse orientation in counselor trainees//Journal of Psychology. 2002, vol. 136 (5), p. 561–572.
130. Toegel G., Anand N., Kilduff M. Emotion helpers: the role of high positive affectivity and high self – monitoring managers// Journal of Personnel Psychology. 2007, vol. 2, p. 337-365.
131. Tomaševič J. Verslininko požiūrio į psichologines paslaugas psichologiniai veiksniai: magistro darbas, 2008.
132. Tourish D., Hargie O. Handbook of communication audits for organizations. New York, 2000.
133. Vaitkevičius R., Saudargienė A. Statistika su SPSS psichologiniuose tyrimuose: statistika socialiniuose moksluose: mokomoji knyga. Kaunas: VDU, 2006.
134. Valickas G. Asmenybės savęs vertinimas. Vilnius, 1991.
135. Virvilaitė R. Marketingas: paskaitų konspektas. Kaunas: Technologija, 1994.
136. Watson D., Clark L. A. Extraversion and its positive emotional core. In R. Hogan, J. A. Johnson, S. R. Briggs (Eds.)//Handbook of Personality Psychology. San Diego: Academic Press, 1997.
137. Watson D., Suls J., Haig J. Global self – esteem in relation to structural models of personality and affectivity//Journal of Personality and Social Psychology. 2002, vol. 83, p. 185-197.
138. Wiggins J. S. The Five-Factor model of personality: Theoretical perspectives. New York: Guilford Press, 1996.
139. Williams P., Brien C., Colder C. R. The effects of neuroticism and extraversion on self-assessed health and health - relevant cognition//Journal of Personality and Differences. 2004, vol. 37, p. 83-94.

140. Witt L. A. , Kacmar K. M. , Carlson D. S., Zivnuska S. Interactive effect of personality and organizational politics on contextual performance//Journal of Organizational Behavior. 2002, vol. 23. p. 911-926.
141. Zellars K. L., Perrewe P. L. Affective personality and the content of emotional support: Coping in organizations//Journal of Applied Psychology. 2001, vol. 86 (3), p. 459-467.
142. Zellars K. L., Perrewe P. L., Hochwarter W. A. Burnout in health care: The role of the five factors of personality//Journal of Applied Social Psychology. 2000, vol. 30 (8), p. 1570-1598.
143. Zuzevičius V. Marketingas ir sveikas protas//Brand One, 2003. http://verslas.banga.lt/lt/patark.full/3e548e4818fc (2010 02 22).
144. Žemaitis V. Dorovinis savęs vertinimas. Filosofijos ir sociologijos institutas. Vilnius: LEKD, 1995.
145. Žukauskienė R., Barkauskienė R. Lietuviškosios NEO PI - R versijos psichometriniai rodikliai//Psichologija: mokslo darbai. 2006, vol. 33, p. 7-21.
146. Весник Московского университета //Психология. 2007, Нр. 2, С. 5-20.
147. Мэй Р. Искусство психологического консультирования. М.: Независимая фирма ’'Класс’’ , 1994.
148. Немов Р. Основы психологического консультирования. Москва : ВЛАДОС, 1999.
149. http://213.197.179.229/mod/klasifikatorius/?p=0 (2010 03 30)
150. http://archyvas.vz.lt/ (2009 05 30)
151. http://db.stat.gov.lt/statclass/classifications.aspx?CLASS_ID=100000060&CLASS_NAME=LPK&owner=class (2010 03 30)
152. http://lt.wikipedia.org/wiki/Psichologin%C4%97_pagalba (2009 12 04)
153. http://www.delfi.lt/archive/print.php?id=11119165 (2009 0324)
154. http://www.imones.lt/ (2010 02 26)

SANTRAUKA

VADOVŲ PSICHOLOGINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO, ASMENYBĖS BRUOŽŲ IR SAVĘS VERTINIMO SĄSAJOS

Šio tyrimo tikslas - nustatyti vadovų poreikį psichologinei paslaugai, asmenybės bruožų ir savęs vertinimo sąsajas. Tyrime dalyvavo 78 tiriamieji, iš jų 43 moterų ir 35 vyrų. Tiriamųjų amžiaus vidurkis – 32,4 metų, minimalus amžius – 20 metų, maksimalus – 59 metai. Visi tiriamieji dirba Vilniaus miesto organizacijose. Tyrime buvo panaudotos šios metodikos: „Psichologinių paslaugų poreikių“ klausimynas, „NEO PI- R“ klausimynas (S forma) ir „Savęs vertinimo" skalė. Rezultatai parodė, kad didesnis poreikis psichologinėms paslaugoms yra siejamas su vadovų lytimi, užimamomis pareigomis, įmonės veiklos sritimi, įmonės forma bei įmonėje dirbančių darbuotojų skaičiumi. Gautos statistinės reikšmės, parodančios statistiškai reikšmingus ryšius tarp psichologinių paslaugų poreikio ir ekstraversijos bei sąmoningumo asmenybės bruožų, bei aukšto ir žemo savęs vertinimo.

Raktiniai žodžiai: psichologinės paslaugos, poreikis psichologinėms paslaugoms, asmenybės bruožai, savęs vertinimas.

SUMMARY

THE CORRELATION AMONG LEADER‘S NEED FOR PSYCHOLOGICAL SERVICES, THEIR PERSONALITY TRAITS AND SELF – ESTEEM

The main aim of this research is to determine the correlation among leader’s need for psychological services, their personality traits and self – esteem correlation. The group of participants consists of 78 leaders - 43 females and 35 males. The average age – 32,4 years, minimum age – 20 years, maximum age – 59 years. All participants work in organizations in Vilnius, Lithuania. The questionnaire includes the scale „Need for Psychological Services Inventory“, the „Big Five Inventory“ (S form) and „Self – Esteem scale“. The research shows, that higher need for psychological services is related to leader’s sex, with taking different positions, with company’s activity, with company’s form and with the number of workers employed. The statistically significant correlation between Extraversion and Conscientiousness personality traits, high and low self – esteem ,and the need for psychological services.

Key words: psychological services, the need for psychological assistance, personality traits, self – esteem.

PRIEDAS 1

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal amžių----------33

2 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal lytį ----------34

3 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal išsilavinimą ----------34

4 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal užimamas pareigas ----------35

5 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal vadovavimo patirtį ----------35

6 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės veiklos sritį ----------36

7 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės formą ----------37

8 paveikslas. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal įmonės darbuotojų kiekį ----------37

PRIEDAS 2

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Vidinis skalių suderinamumas (Cronbach‘o alpha)----------39

2 lentelė. Vidinis skalių suderinamumas (Cronbach‘o alpha----------39

3 lentelė. Psichologinės paslaugos----------45

4 lentelė. KMO matas ir Bartleto sferiškumo kriterijus----------46

5 lentelė. Variacijos dalis, kurią paaiškina išskirtas latentinis faktorius----------46

6 lentelė. Latentinis faktorius----------47

7 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas vyrų ir moterų grupėse---------48

8 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas tiriamųjų amžiaus grupėse----49

9 lentelė.Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas tiriamųjų išsilavinimo grupėse50

10 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas užimamų pareigų grupėse ---51

11 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas vadovavimo patirties grupėse52

12 lentelė.Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės veiklos srities grupėse53

13 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės formos grupėse------56

14 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio vidurkių palyginimas įmonės darbuotojų grupėse--57

15 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp psichologinių paslaugų poreikio ir asmenybės bruožų----------58

16 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp organizacijos įvertinimo skalės ir asmenybės bruožų----------60

17 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp organizacijos vystymo skalės ir asmenybės bruožų----------61

18 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo atrankos skalės ir asmenybės bruožų----------62

19 lentelė.Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo ugdymo skalės ir asmenybės bruožų----------63

20 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp personalo mokymo skalės ir asmenybės bruožų ----------63

21 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp bendrųjų kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės ir asmenybės bruožų----------64

22 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp vadovo kompetencijų įvertinimo ir ugdymo skalės ir asmenybės bruožų----------65

23 lentelė. Pearson‘o tiesinės koreliacijos koeficientai tarp pardavimų vadybos skalės ir asmenybės bruožų----------66

24 lentelė. Psichologinių paslaugų poreikio ir savęs vertinimo sąsajos----------67
25 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės modelio santrauka----------69
26 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės ANOVA lentelė----------69
27 lentelė. Regresijos lygties koeficientai ----------69
28 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės modelio santrauka----------70
29 lentelė. Daugiamatės regresinės analizės ANOVA lentelė----------70
30 lentelė. Regresijos lygties koeficientai----------70