

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ КАФЕДРА
ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПРИХИЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ**

Виконала: студентка IV курсу,
групи 6.0530—1з
спеціальності: 053 Психологія
освітньої програми: Психологія
Дейнега Каріна Ігорівна
Науковий керівник: Спіцина Л.В.
к психол.н., доцент
Рецензент: Турбар Т.В., к.пед.н., доцент
кафедри дошкільної та початкової освіт

Запоріжжя

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології
Кафедра психології
Рівень вищої освіти бакалаврський
Спеціальність 053 Психологія
Освітня програма Психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Дейнегі Карині Ігорівні

Тема роботи Соціально-психологічні характеристики організаційної прихильності персоналу

керівник роботи Спіцина Л.В. к психол.н., доцент кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «05» 02 2024 року № 235—с

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого—педагогічної літератури.

4. Зміст розрахунково—пояснювальної записки: розкрити зміст та специфіку організаційної прихильності; систематизувати уявлення та наукові підходи до визначення організаційної прихильності; розглянути проблему співвідношення змістів понять «організаційна лояльність» та «організаційна відданість»; визначити обумовленість психологічного змісту та компонентної структури організаційної прихильності; описати організаційну прихильність персоналу як складову ціннісно-моральних установок працівників.

5. Перелік графічного матеріалу: 5 таблиць.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання Прийняв
Вступ	Спіцина Л.В., доцент		
Розділ 1	Спіцина Л.В., доцент		
Розділ 2	Спіцина Л.В., доцент		
Висновки	Спіцина Л.В., доцент		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Збір та систематизація матеріалу	Січень 2024 р.	Виконано
2.	Робота над вступом	Лютий 2024 р.	Виконано
3.	Робота над першим розділом	Лютий-Березень 2024 р.	Виконано
4.	Робота над другим розділом	Березень-Квітень 2024 р.	Виконано
5.	Написання висновків	Квітень 2024 р.	Виконано
6.	Передзахист	Травень 2024 р.	Виконано
7.	Нормоконтроль	Травень 2024	Виконано

Студент: _____ К.І. Дейнега

Керівник роботи: _____ Л.В. Спіцина

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ А.О. Неманежина

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 51 сторінка, 5 таблиць, 34 джерела.

Об'єкт дослідження: організаційна прихильність персоналу.

Предмет дослідження: соціально-психологічні особливості організаційної прихильності персоналу.

Мета дослідження: визначити соціально-психологічні характеристики організаційної прихильності персоналу.

Методи дослідження. Наукова новизна дослідження полягає у вивченні змісту та специфіки організаційної прихильності, як ціннісно-моральні установки особистості.

Практична значущість дослідження. Результати роботи можуть бути використані психологами для підвищення загальної ефективності та якості управління організаціями різного типу, а також під час підготовки навчальних курсів з організаційної психології.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні змісту та специфіки організаційної прихильності, як ціннісно-моральні установки особистості.

Практична значущість дослідження. Результати роботи можуть бути використані психологами для підвищення загальної ефективності та якості управління організаціями різного типу, а також під час підготовки навчальних курсів з організаційної психології.

ПРИХИЛЬНІСТЬ, ОРГАНІЗАЦІЙНА ПРИХИЛЬНІСТЬ,
ОРГАНІЗАЦІЙНА ЛОЯЛЬНІСТЬ, ОРГАНІЗАЦІЙНА ВІДДАНІСТЬ,
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, РОБОЧИЙ КЛІМАТ, ВИЗНАННЯ, ПРЕСТИЖ
ОРГАНІЗАЦІЇ.

SUMMARY

Deineha K.I. Social and Psychological Characteristics of Personal Organizational Commitment.

Bachelor's thesis: 51 pages, 5 tables, 34 sources.

Object of research: organizational commitment of personnel.

The subject of the study: the content of organizational commitment as a value-moral attitude of an employee's personality in educational institutions.

The purpose of the study: to determine the socio-psychological characteristics of the organizational commitment of personnel, as value and moral attitudes of the individual.

Research methods. The scientific novelty of the study consists in the study of the content and specifics of organizational commitment, as the value and moral attitudes of an individual.

Practical significance of the research. The results of the work can be used by psychologists to improve the overall efficiency and quality of management of organizations of various types, as well as during the preparation of educational courses in organizational psychology.

The scientific novelty of the study consists in the study of the content and specifics of organizational commitment, as the value and moral attitudes of an individual.

Practical significance of the research. The results of the work can be used by psychologists to improve the overall efficiency and quality of management of organizations of various types, as well as during the preparation of educational courses in organizational psychology.

COMMITMENT, ORGANIZATIONAL COMMITMENT,
ORGANIZATIONAL LOYALTY, ORGANIZATIONAL COMMITMENT,
RESPONSIBILITY, WORK CLIMATE, RECOGNITION, ORGANIZATIONAL
PRESTIGE.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЙНА ПРИХИЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАВЛЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО РОБОТИ.....	10
1.1. Теоретичні відходи до розуміння феномену «організаційна прихильність».....	10
1.2. Моделі «організаційної відданості».....	18
1.3. Фактори організаційної прихильності персоналу.....	23
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПРИХИЛЬНОСТІ У ШКІЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ.....	34
2.1. Підходи до оцінювання організаційної прихильності.....	34
2.2. Методика та організація дослідження.....	39
2.3. Аналіз результатів дослідження.....	42
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48

ВСТУП

Важливість вивчення організаційної прихильності (відданості) визначається як логікою розвитку соціальної психології, так і практикою управління людськими ресурсами. Останнім часом соціальні психологи все частіше звертаються до вивчення взаємодії людини з соціальними інститутами, особливо з організацією. Прихильність працівника до організації виявляється необхідною умовою ефективності його професійної діяльності, взаємодії з колективом, і в той же час вона стає необхідною для будь-якої організації, що бореться за «виживання» в умовах постійних соціально-психологічних змін. Практика показує, що кожен співробітник, який приходить в організацію, привносить свій життєвий досвід, свій погляд на світ. Однак не кожна організація враховує цю унікальну особистість. Цілі та інтереси працівника і організації можуть не збігатися, погляди можуть розходитися, потреби можуть не задовольнятися.

Однак в комплексних прикладних дослідженнях, зокрема, в області соціально-психологічних проблем соціального та організаційного розвитку, проблема прихильності розглядається дуже обмежено. Здебільшого увага звертається на оцінку взаємозв'язку між стилем керівництва та ефективністю групової діяльності, вирішення конфліктів, оптимізацію процесів групового прийняття рішень, професійний відбір тощо.

Тому, актуальність вивчення організаційної прихильності (відданості) визнається практично всіма дослідниками. Аналіз літератури підтверджує, що проблема прихильності (відданості) персоналу до організації відображена в роботах багатьох дослідників. У зарубіжній психології проблему лояльності персоналу до організації розвивали такі дослідники, як Н. Аллен, Х. Беккер, С. Бернард, Дж. Груб, Г. ВанДик, Г. Данхем, М. Кастаньєда, Г. Кнуп, Д. Колемен, Ф. Лютенс, Д. Мейєр, П. Мучинський, Т. Саммерс, Л. Тейлор та ін.

Зокрема в українській соціальній психології з'являються теоретичні та науково-практичні роботи, присвячені проблемам дослідження та формування організаційної прихильності персоналу. В українській соціальній психології окремі аспекти проблеми прихильності (відданості) персоналу до організації висвітлені в працях І.А. Андрєєва, Т.В. Грубі, Т.В. Зайчикової, Л.М. Карамушки, Н.Г. Лебедева, С.Г. Нікітенко, К.Ю. Охотницької та ін.

Однак набір методологічного інструментарію діагностики цієї проблеми ще недостатньо розроблений. Серед багатьох теоретичних проблем та питань практичного застосування організаційної прихильності персоналу визначальне місце займає визначення базових характеристик організаційної прихильності персоналу як складової ціннісно-моральної установки особистості.

Об'єкт дослідження є організаційна прихильність персоналу.

Предмет дослідження є соціально-психологічні особливості організаційної прихильності персоналу.

Мета дослідження: визначити соціально-психологічні характеристики організаційної прихильності персоналу.

Методи дослідження. Загально-теоретичний метод: теоретичний аналіз підходів до розуміння організаційної прихильності та її ролі в організаційній діяльності; аналіз емоційної залученості, ідентифікації з організацією та морального ставлення, аналіз механізмів розвитку організаційної прихильності; емпіричні (тестування за психодіагностичними методиками).

Завдання дослідження:

1. Систематизувати уявлення та наукові підходи до визначення організаційної прихильності;

2. Розглянути проблему співвідношення змістів понять «організаційна лояльність» та «організаційна відданість»;

3. Визначити обумовленість психологічного змісту та компонентної структури організаційної прихильності;

4. Описати організаційну прихильність персоналу як складову ціннісно-моральних установок працівників.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні змісту та специфіки організаційної прихильності, як ціннісно-моральні установки особистості.

Практична значущість дослідження. Результати роботи можуть бути використані психологами для підвищення загальної ефективності та якості управління організаціями різного типу, а також під час підготовки навчальних курсів з організаційної психології.

Структура кваліфікаційної роботи бакалавра. Складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел з 34 найменування. Загальний обсяг основного тексту 51 сторінка. Робота містить 5 таблиць.

РОЗДІЛ 1.

ОРГАНІЗАЦІЙНА ПРИХИЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАВЛЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО РОБОТИ

1.1. Теоретичні відходи до розуміння феномену «організаційна прихильність»

Термін «організаційна прихильність» знаходиться в одному смисловому рядку з такими поняттями як «ставлення до роботи», «поведінок працівника», «задоволення від роботи». Всі вони відносяться до понятійної сфери організаційної культури та поведінки персоналу у контексті їх роботи. Всі ці терміни зв'язані з розумінням того, як поводить себе персонал організації на робочому місці, як працівник ставиться до роботи, яка ступінь прихильності організації.

Концепт «ставлення до роботи» в соціально-психологічному контексті відноситься до емоційного та психологічного ставлення співробітника до своєї роботи та робочого місця. Це включає кілька аспектів:

1. Задоволеність роботою. Це стосується того, наскільки співробітник задоволений своєю роботою, включаючи умови праці, оплату праці, відносини з колегами та керівництвом, а також можливості для професійного розвитку;

2. Залучення до роботи. Це стосується ступеня, у якому співробітник відчувається емоційно пов'язаним із роботою і вкладає зусилля у виконання своїх обов'язків.

3. Прихильність організації. Це стосується ступеня, в якому співробітник ідентифікує себе з організацією та її цілями, і готовий вкласти додаткові зусилля для досягнення цих цілей.

4. Мотивація. Це стосується внутрішніх і зовнішніх факторів, які стимулюють співробітника працювати старанніше та ефективніше.

Всі ці аспекти впливають на продуктивність співробітника, його ставлення до колег та керівництва, а також бажання залишатися в організації і розвиватися в ній. Розуміння цих аспектів допомагає організаціям створювати ефективніші стратегії управління персоналом та підвищувати рівень задоволеності та мотивації співробітників.

Головними чинниками ставлення людини до роботи, які мають найбільший потенціал впливу на організаційну поведінку, є такі: *задоволення роботою* та *організаційна прихильність*. Задоволення роботою відноситься до почуттів, які люди мають до своєї роботи. Організаційна прихильність - це емоційна прихильність людей до компанії, в якій вони працюють [1,3,5,15,17].

Поряд з терміном «організаційна прихильність» в українській соціально-психологічній літературі використовуються терміни «організаційна відданість» та «організаційна лояльність». Так українська дослідниця Т.В. Грубі вважає, що «... лояльність визначається ступенем «ідеальності» працівника, якому притаманний перелік таких позитивних якостей як добросовісне ставлення до роботи, високий ступінь професійної відданості, позитивні взаємини з колегами, лояльність до керівництва» [1].

З точки зору теоретичної лінгвістики терміни «прихильність», «відданість», «лояльність» є концептами, що мають багато чого спільного, але є і відмінності. Щодо спільної частини, то її складовими є:

1. Розташованість – доброзичлива, коректна, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітникам, іншим особам, їх діям, а також до компанії загалом.

2. Поділ принципів та цілей роботи підприємства, тобто. згода та підтримка принципів, покладених в основу роботи компанії, розуміння та підтримка цілей компанії; усвідомлені події на користь компанії – усвідомлене виконання працівником роботи відповідно до цілей і завдань організації та на її користь.

3. Поділ цінностей, норм, вірувань, базових припущень, що лежать в основі організаційної культури; дотримання правил, зобов'язань, включаючи неформальні щодо фірми, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії.

4. Відсутність дій, що завдають шкоди інтересам компанії – відсутність прихованих чи явних свідомих дій, спрямованих на заподіяння матеріальної, моральної чи іншої шкоди компанії.

5. Уміння підкорятися – здатність виконувати розпорядження керівництва незалежно від власного чи іншої думки щодо цих розпоряджень.

6. Зацікавленість у результатах – прагнення до покращення результатів, як власної діяльності, і діяльності фірми [3].

В англomовній науковій літературі соціально-психологічне явище, що розглядається, має також два терміни: «*organizational commitment*» та «*organizational loyalty*» [19,23,27]. Незважаючи на очевидну смислову близькість цих понять, вони трохи розрізняються. Лояльність передбачає більше сильне почуття підтримки або відданості організації. Цьому часто сприяє почуття спільних цінностей, довіри та взаємної поваги між працівником та організацією. Лояльний співробітник, швидше за все, вийде за рамки своїх основних посадових обов'язків, щоб сприяти успіху організації. Іншими словами, «*organizational loyalty*» – це потужний емоційний зв'язок, який спонукає працівника постійно підтримувати та захищати свою організацію. Ми вважаємо, що вітчизняний термін «організаційна відданість» знаходиться у такому ж співвідношенні з терміном «організаційна лояльність». Однак не буде принциповою помилкою у межах даної роботи вважати, якщо всі три терміни «організаційна прихильність», «організаційна відданість» та «організаційна лояльність» будемо вважати практично синонімами. Головне, що працівники, які є прихильними, відданими та лояльними до своєї організації, можуть зробити значний внесок у позитивний стан організаційної культури та загальну організаційну ефективність.

Український дослідник Н.В. Нестеренко під поняття «відданість» розуміє «бажання соціальних суб'єктів віддавати свою енергію та лояльність певній соціальній системі, або ж як дієву прив'язаність до певної організації поза факторами чисто інструментального впливу, заради яких можна було би підтримувати таку прив'язаність» [13].

Підсумовуючи, під організаційною прихильністю слід розуміти соціально-психологічну установку, що характеризує взаємини суб'єкта з організацією, що включає емоційний (почуття і емоції, що переживаються людиною по відношенню до організації), когнітивний (поділ і прийняття організаційних цінностей, цілей, норм, правил, процедур, рішень) і поведінковий (намір діяти певним чином, готовність докладати зусиль в інтересах організації) компоненти.

Організаційна відданість як соціально-психологічне явище починає набувати наукової актуальності після публікації дослідження, проведеного Лодалем і Кейнером (Lodahl, Kejner) у 1965 році [27]. Після публікації цього дослідження організаційні зобов'язання стали основною сферою досліджень у світі комерційних структур або державних інституцій.

На сьогодні у науковому соціально-психологічному контексті існує кілька підходів до визначення змісту феномена «організаційної прихильності», які своїми особливостями відображають ставлення працівника до своєї організації. Аналіз літератури показує, що зобов'язання розуміється як поведінка, як ставлення і як ставлення. З точки зору поведінкового підходу прихильність розглядається як намір співробітника продовжувати роботу в організації. В рамках підходу, де організаційна прихильність розглядається як ставлення, виділяється емоційне ставлення до організації, підхід ставлення включає в себе готовність працівника до певної діяльності і певне ставлення [13, 25, 28, 31].

У зарубіжних роботах на даний момент існує два підходи до розгляду феномена прихильності: установочний і поведінковий. Одне з найбільш поширених визначень лояльності в західній науковій літературі в рамках

установочного підходу належить Mowday, R.T., Porter, L.W., Steers, R.M. [28]. Автори визначають лояльність як «готовність працівника докладати великих зусиль в інтересах організації, велике бажання залишитися в організації; прийняття її цінностей і цілей». Ступінь лояльності розглядається авторами як міра ототожнення індивіда з організацією, причетності до її справ. Лояльність включає: силу переконання і прийняття цілей і цінностей організації; ступінь готовності докладати зусиль від свого імені; сила прагнення зберегти приналежність до організації, [22]

Прихильність в рамках установочного підходу визначається як прагнення залишатися членом підприємства, докладати максимум зусиль в інтересах компанії і приймати її цілі і цінності. Багато дослідників прихильності до ставлення спираються на це визначення, згідно з яким прихильність визначається як «відносний рівень ідентифікації особи та її причетності до певної компанії».

Поведінковий підхід визначає зобов'язання як поведінку, що корелює з діяльністю людини, пов'язаною з входженням на роботу – продовженням роботи на підприємстві.

Спільним для всіх поглядів є те, що прихильність – це психологічний стан, який:

- характеризує взаємини між організацією і співробітниками;
- взаємопов'язана з прийняттям рішення про відмову від продовження або продовжувати бути членом фірми.

Н. Аллен і Дж. Мейер намагалися поєднати уважну і поведінкову організаційну прихильність, виділяючи в цьому контексті три елементи: афективний, продовжений та нормативний [19, 20].

Н. Аллен і Дж. Мейер показав, що афективна лояльність розвивається на основі організаційної справедливості і підтримки, компетентності і особистої значущості. Працівники будуть емоційно прив'язані до підприємства, виходячи зі своїх відчуттів, що підприємство справедливе і чесне з ними.

Розвиток продовженої складової залежить від того, чи є умови, що збільшують витрати на вихід з організації, а також від того, чи розуміє працівник ціну. Передбачається, що безперервна складова формується на основі двох передумов: суми інвестицій, які здійснюються в організацію (кошти, зусилля, час і т. д.), і можливості альтернативних варіантів праці, зрозумілих працівнику.

Нормативна складова в основному розвивається через інтеріоризацію цінностей і ранню соціалізацію. Працівники, чиє культурне середовище та/або сім'я підтвердили важливість лояльності до роботодавця, матимуть найвищий бал за нормативною складовою лояльності до фірми.

Як зарубіжні, так і українські дослідники, вивчаючи організаційну прихильність/відданість/лояльність, визначають рівні, види, виявляють фактори, намагаються спрогнозувати поведінку працівників на підприємстві залежно від рівня їх прихильності/лояльності. Існує класифікація різновидів організаційної прихильності, яка виділяє 4 типи:

- тип 1 (прихильність до цього типу виявляється через внутрішню мотивацію і минулий досвід.

- тип 2 (лояльність ґрунтується на очікуваннях, які людина має щодо своєї організації. Лояльність співробітників передбачає наявність внутрішньої мотивації, а це означає, що людина свідомо, віддається владі мрій.

- тип 3 (є щось несамостійне, інфантильне у відданості. Спадкоємець не вибирає свій власний шлях, він зобов'язаний йому або під впливом минулого, або під впливом інших людей.).

- тип 4 (лояльність є найбільш вразливою і хиткою, її часто можна розглядати при залученні співробітників в мережеві організації).

Згідно стану та розвитку цих типів деякі вчені вважають, що прихильність проявляється в чотирьох стадіях [2]:

- найнижчою стадією лояльності є стадія зовнішніх атрибутів. Цей етап має на увазі, що співробітники організації мають лояльність тільки на поверхневому рівні атрибутів.

- другий етап лояльності – загальноприйнята лояльність. У разі, коли співробітник побачить, що навколо є лояльні співробітники, то він почне копіювати прийняте в організації поведінку і сам стане таким же. У разі, коли, навпаки, люди вже давно працюють в організації, виявляють до неї негативне і байдуже ставлення, то лояльність нового співробітника, швидше за все, не з'являється.

- третя стадія лояльності – лояльність на рівні переконань і цінностей. При цьому підкреслюється, що організації достатньо мати близько 10-15% співробітників на рівні переконань, з пріоритетом вищого керівництва. Однак, якщо організація з яких-небудь причин змінює свої колишні переконання, відкидає колишні цінності, то значна частина людей може не захотіти, або не встигне перебудуватися, і всередині організації може виникнути протиріччя і незрозуміння.

- четвертим етапом лояльності є визначення ідентичності, яке з'являється в той момент, коли людина перестає відокремлювати себе і об'єкт лояльності. Мається на увазі, що відома японська система довгострокової зайнятості сприяла виникненню вищого ступеня лояльності. Лояльність на даному етапі не залежить від прибутку, не залежить від того, що говорять інші, це само собою зрозуміла обставина.

У соціально-психологічному контексті будь-яка організація є, перш за все, соціальною групою, тому не випадково набуває актуальності проблематика належності працівника до організації, його прихильності до неї. В області організаційної поведінки пов'язаної з організаційної відданістю існує концепція організаційної ідентифікації [9]. Обидві конструкції відображають психологічний зв'язок між індивідом та організацією і, відрізняючись за своїми основними механізмами та наслідками, вони у багато у чому перетинаються один з іншим. Якщо конструкт “організаційна

відданість” охоплює ставлення працівника до організації, включаючи його емоційну прихильність, участь і лояльність, то конструкт “організаційна ідентифікація” відноситься до ступеня, до якого особа визначає себе з точки зору свого членства в організації. Іншими словами, “організаційна ідентифікація” є когнітивно-перцептивною конструкцією, яка відображає ступінь, до якого індивід включає організацію у своє самовизначення. Незважаючи на вказану відмінність, обидві концепції багато у чому перетинаються з позицій соціально-психологічного дослідження та розуміння взаємодії [9, 11].

По-перше, це спільні передумови: як організаційна ідентифікація, так і організаційна прихильність можуть залежати від подібних факторів, таких як задоволеність роботою, передбачувана організаційна підтримка та узгодження між особистими та організаційними цінностями. Співробітники, які відчують ці позитивні фактори, швидше за все, розвинуть як почуття ідентифікації з організацією, так і відданість їй.

По-друге, це зміцнення відносин: організаційна ідентифікація може сприяти організаційній відданості, і навпаки. Коли співробітники сильно ототожнюють себе з організацією, вони, швидше за все, відчуватимуть емоційну прив’язаність і відданість її цілям і цінностям. І навпаки, коли співробітники дуже віддані організації, з часом вони можуть розвинути сильніше почуття ідентифікації з нею.

По-третє, наслідки, що збігаються: як організаційна ідентифікація, так і організаційна прихильність можуть призвести до однакових позитивних результатів для організації, таких як підвищення ефективності роботи, зниження намірів плинності кадрів і вищий рівень організаційної громадянської поведінки (ОСВ). Співробітники, які твердо ідентифікують себе з організацією та віддані їй, швидше за все, вийдуть за рамки своїх офіційних службових обов’язків.

По-четверте, обидві концепції мають багатовимірний характер. І ідентифікація організації, і організаційна відданість є багатовимірними

конструктами. Організаційна ідентифікація може включати різні основи (наприклад, членство, лояльність, схожість), тоді як організаційна прихильність може проявлятися в різних формах (наприклад, емоційна, постійна, нормативна).

Концептуальний перетин обох концепцій у певних дослідженнях призводить до протилежних висновків. Так, Р. Моудей визначає ідентифікацію як компонент прихильності, в той час коли Н. Елемерс навпаки доводить, що прихильність є компонентом ідентифікації [24, 28].

1.2. Моделі «організаційної відданості»

Впродовж кількох десятиліть розроблено багато моделей організаційної відданості, однак на сьогодні лише три з них залишилися найбільш прийнятними для дослідників та фахівців з питань управління персоналом:

- одновимірна модель Л.Портера (R. Mowday, L. Porter, R. Steers, 1982);
- трикомпонентна модель Дж.Мейера и Н.Аллен (J.Meyer, N.Allen, 1991);
- п'ятикомпонентна модель Й. Ванг (A. Wong, 2004)

Як показує огляд наукових праць з проблематики досліджень організаційної прихильності, найбільшого застосування набула трикомпонентна модель Дж.Мейера и Н.Аллен [19,20]. Згідно цієї моделі організаційна прихильність має три компоненти:

1. Афективна прихильність – емоційна прихильність до організації, ототожнення з її цінностями і цілями. Співробітники з високою афективною відданістю працюють в організації, тому що вони цього хочуть.

2. Прихильність, орієнтована на наслідки (продовжена прихильність) – усвідомлення витрат, пов'язаних з відходом з організації. Працівники з високими довгостроковими зобов'язаннями залишаються в організації з необхідності, за рахунок накопичених інвестицій (трудоий стаж, пенсія і т.д.).

3. Нормативна прихильність – почуття обов'язку і зобов'язання перед організацією. Працівники з високими нормативними зобов'язаннями вважають, що вони повинні залишатися в організації.

Ця модель має широке емпіричне підтвердження і використовується для розуміння та вимірювання організаційної прихильності в багатьох дослідженнях. Висока афективна прихильність вважається найбільш бажаною для організацій. Розглянемо ці компоненти більше детально.

Афективна прихильність є одним із трьох компонентів організаційної прихильності, яка стосується емоційної прихильності працівника, ідентифікації та участі в організації.

Ключовими аспектами афективної прихильності є:

1. Емоційна прив'язаність: працівники з сильною емоційною прихильністю мають справжній емоційний зв'язок зі своєю організацією. Вони відчують причетність і відчують емоційний зв'язок із цілями та цінностями компанії.

2. Ідентифікація: співробітники з високою афективною відданістю сильно ідентифікують себе з організацією. Вони відчують гордість за зв'язок із компанією та бачать, що їхні власні цінності та цілі збігаються з цінностями та цілями організації.

3. Залученість. Співробітники з афективною відданістю дуже залучені до своєї роботи та організації. Вони готові докласти додаткових зусиль понад те, що формально вимагається, тому що вони щиро дбають про благополуччя та успіх організації.

4. Бажання залишитися. Співробітники з сильною емоційною прихильністю мають сильне бажання залишитися в організації. Вони залишаються, тому що хочуть, а не тому, що їм потрібно (як у випадку продовження зобов'язань) або відчують зобов'язання (як у нормативних зобов'язаннях).

Афективна прихильність часто вважається найбільш бажаною формою організаційної прихильності, оскільки вона пов'язана з позитивним

ставленням до роботи та поведінкою, наприклад, вищою задоволеністю роботою, кращою ефективністю роботи, меншою кількістю прогулів і меншою плинністю кадрів.

Організації можуть сприяти емоційній відданості, створюючи сприятливе та інклюзивне робоче середовище, надаючи можливості для особистого та професійного зростання, узгоджуючи організаційні цінності з цінностями працівників, а також сприяючи почуттю причетності та ідентифікації з місією та цілями компанії.

Прихильність, орієнтована на наслідки стосується зобов'язань працівника перед організацією на основі його передбачуваних витрат, пов'язаних із звільненням із цієї організації. Прихильність щодо продовження роботи відображає усвідомлення працівником потенційних витрат або збитків, з якими вони можуть зіткнутися, якщо вирішають залишити організацію. Ці витрати можуть бути фінансовими (наприклад, втрата пільг, пенсійних планів або привілеїв за вислугою років) або нефінансовими (наприклад, втрата часу та зусиль, витрачених на роботу, або необхідність починати заново в новій організації).

Співробітники з високим рівнем прихильності щодо продовження роботи, як правило, залишаються в організації, тому що вони відчувають, що вклали занадто багато (часу, зусиль чи інших переваг), щоб піти, або тому, що вони бачать обмежені альтернативи, доступні в іншому місці. Іншими словами, вони залишаються, тому що їм це потрібно, а не обов'язково тому, що вони цього хочуть.

Прихильність щодо продовження роботи часто розглядається як більш розрахункова або інструментальна форма зобов'язання, оскільки вона обумовлюється оцінкою витрат і ризиків, пов'язаних із відходом з організації. Вона відрізняється від емоційної прихильності, яка ґрунтується на емоційній прихильності та ототожненні з цінностями та цілями організації, і нормативної прихильності, яка ґрунтується на почутті морального обов'язку залишатися в організації.

Важливо зазначити, що хоча прихильність щодо продовження роботи може сприяти загальній організаційній прихильності, воно, як правило, вважається менш бажаним, ніж афективне зобов'язання, оскільки співробітники, які в першу чергу віддані через фактори безперервності, можуть бути менш мотивованими, залученими та продуктивними в довгостроковій перспективі.

Нормативна прихильність відноситься до психологічного стану або ставлення, яке відображає почуття морального обов'язку або обов'язку індивіда щодо певного курсу дій або поведінки. Це тип зобов'язань, який керується особистими нормами, цінностями та етичними принципами, а не зовнішнім тиском чи стимулами.

Нормативна прихильність впливає з інтерналізованих цінностей і переконань індивіда про те, що є правильним або етичним. Коли індивід має високий рівень нормативних зобов'язань, він відчуває сильне почуття обов'язку або обов'язку залишатися в організації або дотримуватися певної поведінки, навіть якщо він не прив'язаний емоційно або не відчуває високих витрат на звільнення.

Деякі ключові характеристики нормативних зобов'язань включають [12, 13, 15, 17]:

1. Моральний обов'язок. Особи з високими нормативними прихильностями відчувають моральний обов'язок або почуття обов'язку діяти певним чином, незалежно від зовнішніх винагород або покарань.

2. Інтерналізовані норми та цінності. Нормативна прихильність зумовлена особистими нормами, цінностями та етичними принципами індивіда, які були інтерналізовані з часом через процеси соціалізації або особистий досвід.

3. Лояльність і відповідальність. Ті, хто має високу нормативну прихильність, часто демонструють сильне почуття лояльності та відповідальності перед своєю організацією, соціальною групою чи справою, навіть перед обличчям труднощів або конкуруючих альтернатив.

4. Відповідність особистим цінностям. Люди з більшою ймовірністю відчують нормативну прихильність, коли їхні дії чи поведінка відповідають їхнім особистим цінностям та етичним переконанням.

Нормативна прихильність може мати значні наслідки для організаційної поведінки, продуктивності співробітників і процесів прийняття рішень. Особи з високими нормативними зобов'язаннями, як правило, демонструють більш високий рівень організаційної громадянської поведінки, менший прогул і більшу готовність виходити за рамки своїх формальних посадових обов'язків.

Аналіз різних підходів до створення попередніх моделей дозволив виділити основні принципи, що лежать в основі розуміння організаційної прихильності [3].

1. Принцип когнітивної відповідності: поведінка працівника і його ставлення до організації в процесі координації взаємно підсилюють один одного;

2. Принцип зниження витрат, який заснований на усвідомленні працівником власних накопичених вкладень в організацію і можливих альтернатив. Перехід в іншу організацію передбачає відмову від наявних інвестицій (і вигод) і докладання додаткових зусиль для їх накопичення в іншому місці, що вважається небажаною поведінкою;

3. Принцип взаємної вигоди працівника і організації;

4. Принцип особистого досвіду, заснований на емоційно-когнітивній оцінці особистого досвіду за такими параметрами, як організаційна підтримка і справедливість, особистісна значущість і компетентність;

5. Принцип виконання зобов'язань. Зобов'язання перед організацією розглядаються як продукт соціалізації (особисті цінності) і як результат інвестицій у працівника (борг);

6. Принцип задоволення потреб працівника;

7. Принцип спільності та/або привабливості цілей і цінностей організації. Слід також зазначити, що організаційна лояльність розглядається

як стійке формування і багато в чому визначається взаємністю (тобто ставленням організації до працівника).

Таким чином, організаційна прихильність (відданість, лояльність) формується на основі суб'єктивного сприйняття індивідом різних ситуацій, у тому числі організаційних, попереднього поведінкового досвіду, наявних установок і цінностей (диспозицій) та їх інтерпретації з урахуванням поточної індивідуальної мотиваційної картини.

1.3. Фактори організаційної прихильності персоналу

Дослідження виявили різні детермінанти організаційної прихильності, включаючи особистісні характеристики, посадові характеристики та організаційні характеристики. Задоволеність роботою, стиль керівництва, а також можливості для участі та зростання є одними з факторів, які можуть вплинути на рівень відданості працівника.

Організаційна прихильність пов'язана з різними результатами, такими як плинність кадрів, громадянська поведінка організації та продуктивність праці. Працівники з високим рівнем відданості частіше беруть участь у позитивній робочій поведінці, такій як додаткова продуктивність та організаційна громадянська позиція, і менш схильні до контрпродуктивної робочої поведінки.

Крім того, було визначено кілька факторів, які є важливими факторами, що визначають відданість працівників своїм організаціям, зокрема [4, 5, 8, 13]:

- Робочий клімат. Позитивний робочий клімат пов'язаний із вищою організаційною відданістю.

- Стилі керівництва. Трансформаційні та транзакційні стилі керівництва позитивно пов'язані з організаційною відданістю.

- Визнання. Визнання вкладу працівників пов'язане із підвищенням зобов'язань.

- Задоволеність роботою. Задоволеність роботою є ключовим предиктором організаційної відданості.
- Згуртованість. Згуртованість є одним із соціально-психологічних факторів, який позитивно корелює з організаційною відданістю.
- Довіра до організації. Довіра до організації є ще одним соціально-психологічним фактором, який корелює з організаційною відданістю.
- Соціальне залучення до організації (спілкування з колегами). Соціальне залучення до організації є важливим соціально-психологічним фактором, який впливає на організаційну відданість.
- Престиж організації, що сприймається. Престиж організації, що сприймається, також є соціально-психологічним фактором, який впливає на організаційну прихильність.

Перелічені фактори впливають на емоційну, нормативну та безперервну відданість співробітників організації, і можуть бути використані для підвищення рівня організаційної прихильності.

Розглянемо ці фактори окремо.

1. Робочий клімат.

Робочий клімат має значний вплив на організаційну відданість. Дослідження постійно показують, що сприятливий робочий клімат пов'язаний із вищим рівнем задоволеності роботою, організаційною відданістю та меншою плинністю кадрів. Сприятливий робочий клімат, який характеризується організаційними очікуваннями часу, кар'єрними наслідками та управлінською підтримкою, позитивно асоціюється з організаційною відданістю. Крім того, встановлено, що здоровий організаційний клімат безпосередньо впливає на добробут співробітників, що, у свою чергу, впливає на якість і кількість роботи, виконаної в організації.

Організаційний клімат є критично важливим фактором у формуванні поведінки та ставлення працівників, у тому числі відданості. Позитивний організаційний клімат може стимулювати продуктивність працівників і зменшувати плинність кадрів, тоді як негативний клімат може призвести до

демотивації та зниження продуктивності. Взаємозв'язок між організаційним кліматом і продуктивністю організації також добре встановлений, причому позитивний клімат сприяє покращенню продуктивності.

Вплив організаційного клімату на відданість є багатограним. Це може впливати на задоволеність роботою, мотивацію та загальне самопочуття працівників, що, у свою чергу, впливає на їхню відданість організації. Дослідження показало, що працівники, які дуже задоволені організаційним кліматом, мають більше пристрасті до своєї роботи та більш віддані організації. Інше дослідження показало, що організаційний клімат сильно корелює з організаційною відданістю та сприйманою організаційною ефективністю.

Крім того, дослідження виявили різні аспекти організаційного клімату, які впливають на задоволеність роботою та відданість працівників, включаючи винагороду, теплоту, підтримку, структуру, ризик і конфлікти. Позитивний організаційний клімат також може сприяти підвищенню залучення до роботи, що є критичним фактором якості послуг.

Підсумовуючи, робочий клімат відіграє важливу роль у формуванні організаційної відданості. Позитивний і сприятливий робочий клімат може сприяти підвищенню рівня задоволеності роботою, мотивації та відданості, що веде до покращення ефективності організації. І навпаки, негативний клімат може призвести до демотивації, зниження продуктивності та підвищення рівня плинності кадрів. Тому організації повинні надавати пріоритет створенню позитивного робочого клімату для підвищення відданості співробітників і загальної продуктивності.

2. Стилi лiдерства (керiвництва).

Стилi лiдерства мають значний вплив на організаційну вiдданiсть. Дослiдження постiйно показують, що рiзні стилi лiдерства можуть як позитивно, так i негативно впливати на вiдданiсть спiвробiтників своїй організації. Розглянемо це питання бiльше детально.

Трансформаційне лідерство: цей стиль позитивно асоціюється з організаційною відданістю. Трансформаційні лідери надихають і мотивують своїх послідовників, розвиваючи відчуття мети та сенсу, що, у свою чергу, підвищує відданість співробітників.

Транзакційне лідерство: цей стиль також позитивно пов'язаний з організаційною відданістю, хоча й меншою мірою, ніж трансформаційне лідерство. Лідери транзакцій зосереджуються на обміні винагородами за результати, що може призвести до почуття обов'язку та відданості серед працівників.

Лідерство за принципом невтручання (Laissez-Faire Leadership): цей стиль часто негативно асоціюється з організаційною відданістю. Лідери, які дотримуються принципу laissez-faire, як правило, уникають прийняття рішень і дій, що призводить до відсутності орієнтації та мотивації серед працівників, що може призвести до зниження відданості.

Директивне лідерство (лідерство за участю та підтримки): ці стилі також позитивно пов'язані з організаційною відданістю. Лідери, які приймають директивний стиль, надають чіткі вказівки, лідери, що беруть участь, залучають співробітників до прийняття рішень, а лідери, які підтримують, пропонують емоційну підтримку, і все це може збільшити відданість співробітників.

Уважне лідерство: цей стиль позитивно асоціюється з організаційною відданістю. Лідери, які займаються увагою, виявляють турботу про благополуччя та потреби своїх співробітників, що може призвести до підвищення відданості та задоволеності роботою.

Автократичне лідерство: цей стиль часто негативно асоціюється з організаційною відданістю. Автократичні лідери приймають рішення без участі інших, що може призвести до відсутності довіри та мотивації серед працівників, що призводить до зниження відданості.

Підводячи підсумок, можна сказати, що стилі лідерства, які сприяють розвитку почуття мети, мотивації та залученості серед співробітників, такі як трансформаційне лідерство та лідерство за участю, позитивно пов'язані з організаційною відданістю. З іншого боку, стилі керівництва, які є більш автократичними або *laissez-faire*, можуть негативно вплинути на відданість співробітників.

3. Визнання.

Визнання відіграє значну роль у впливі на організаційну відданість. Дослідження постійно показують, що визнання є ключовим фактором у визначенні відданості співробітників їхнім організаціям. Дослідження медичних працівників виявило, що задоволення від визнання було пов'язане з вищим рівнем організаційної відданості. Інше дослідження підкреслило важливість визнання для сприяння позитивному робочому середовищу, мотивації працівників і зміцненню бажаної поведінки.

Визнання може приймати різні форми, включаючи усний або письмовий відгук, публічне чи приватне визнання, а також грошові чи негрошові винагороди. Ефективне визнання є чесним, автентичним та індивідуальним відповідно до вподобань кожного працівника. Це може бути недорогий захід, наприклад особиста записка чи листівка подяки, але він має значний вплив на залученість співробітників, продуктивність і лояльність.

Переваги визнання поширюються не тільки на окремих працівників, але й на організацію в цілому. Це може призвести до підвищення продуктивності, підвищення задоволеності роботою та зниження плинності кадрів. Насправді, дослідження підрахувало, що організація з 10 000 співробітників із уже залученою робочою силою може щорічно заощаджувати до 16,1 мільйона доларів завдяки зменшенню плинності кадрів, зробивши визнання важливою частиною корпоративної культури.

Незважаючи на свою важливість, визнання залишається недостатньо використовуваною стратегією в багатьох організаціях. Лише невеликий відсоток співробітників повністю погоджується з тим, що вони отримують

визнання або похвалу за хорошу роботу, а співробітники, які не відчують належного визнання, з більшою ймовірністю звільняться. Тому лідерам і менеджерам важливо віддати пріоритет визнанню та створити культуру визнання, яка пронизує всі рівні організації.

Підсумовуючи, визнання є критичним фактором впливу на організаційну відданість. Це мотивує співробітників, створює відчуття досягнення та дає їм відчуття, що їхню роботу цінують. Віддаючи пріоритет визнанню, організації можуть покращити залученість співробітників, продуктивність і лояльність, що призведе до кращих бізнес-результатів.

4. Задоволення роботою.

Задоволеність роботою має значний вплив на організаційну відданість. Дослідження постійно демонструють позитивний зв'язок між ними, вказуючи на те, що працівники, які задоволені своєю роботою, швидше за все, будуть віддані своїй організації. Теорія організаційної прихильності припускає, що коли співробітники віддані або лояльні до своєї компанії, вони працюватимуть старанніше та розумніше, підвищуючи загальну ефективність роботи. Це пояснюється тим, що цілеспрямовані співробітники більш мотивовані, проявляють ініціативу та вкладають більше креативності в свою роботу.

Хоча задоволеність роботою та організаційна відданість пов'язані, це різні поняття. Задоволеність роботою означає позитивні емоції працівника щодо конкретної роботи, тоді як організаційна відданість — це ступінь лояльності працівника до організації в цілому. Організаційні зобов'язання є більш глобальною та стійкою структурою, яка розвивається з часом, тоді як на задоволеність роботою можуть впливати щоденні події.

Зв'язок між задоволеністю роботою та організаційною відданістю є складним, і причинно-наслідковий зв'язок між двома змінними залишається суперечливим. Проте дослідження показують, що підвищення задоволеності роботою може призвести до підвищення організаційної відданості. Це пов'язано з тим, що задоволені працівники, швидше за все, відчуватимуть

почуття прив'язаності до організації та будуть готові докласти додаткових зусиль для досягнення її цілей.

Щоб збільшити організаційну прихильність, роботодавці можуть зосередитися на підвищенні рівня задоволеності роботою, надаючи кращі пільги, більш гнучкі умови праці та можливості для зростання та розвитку. Вимірювання організаційної відданості та задоволеності роботою може бути складним завданням, але це можна зробити за допомогою перевірок продуктивності співробітників, опитувань та анкет. Розуміння зв'язку між задоволеністю роботою та організаційними зобов'язаннями має вирішальне значення для роботодавців, які хочуть підвищити моральний дух, підвищити результативність співробітників і зменшити плинність кадрів.

5. Згуртованість персоналу.

Згуртованість персоналу відіграє важливу роль у впливі на організаційну відданість, сприяючи почуттю приналежності, довіри та спільних цілей серед членів команди. Коли члени команди відчують зв'язок і згуртованість, вони, швидше за все, будуть мотивовані зусиллями команди та віддадуть пріоритет цілям організації над індивідуальним успіхом. Це, у свою чергу, може призвести до підвищення задоволеності роботою, зниження плинності кадрів і покращення загальної продуктивності.

Дослідження показали, що групова згуртованість є захисним фактором для задоволеності роботою медсестер-резидентів, втомі співчуття та вигорання. Так само було встановлено, що організаційна відданість сприяє позитивним результатам медсестри, таким як задоволеність роботою та співчуття. Це свідчить про те, що згуртованість може мати позитивний вплив на благополуччя працівників і задоволеність роботою, що, у свою чергу, може вплинути на організаційну відданість.

Згуртованість керівництва також має вирішальне значення для ефективності організації. Коли лідери працюють разом злагоджено, вони можуть ефективно вирішувати великі проблеми з обмеженим витокм енергії, тоді як відсутність згуртованості може призвести до зниження довіри,

конфліктів, зниження продуктивності та збільшення плинності кадрів. Розвиток згуртованості вимагає узгоджених зусиль керівництва команди, включаючи підтвердження мети та цінностей організації, сприяння різноманітності та інклюзії та зміцнення довіри.

З практичної точки зору, створення згуртованого робочого середовища може бути досягнуто шляхом впровадження заходів з формування команди, професійної та особистої підтримки колег і моделювання поведінки хорошого колеги. Це може призвести до таких переваг, як підвищення довіри, залученості співробітників і співпраці, а також покращення спілкування та креативності.

Загалом, згуртованість є критично важливим фактором впливу на організаційну відданість шляхом сприяння почуттю приналежності, довіри та спільних цілей серед членів команди. Віддаючи пріоритет згуртованості, організації можуть покращити добробут співробітників, задоволеність роботою та загальну продуктивність.

6. Довіра до організації.

Довіра до організації відіграє вирішальну роль у вихованні організаційної відданості серед працівників. Дослідження постійно показують, що довіра є ключовим фактором у формуванні організаційної відданості, а дослідження підкреслюють значний зв'язок між ними. Організаційна довіра означає переконання співробітників у своїй організації, включно з керівниками, колегами та системами, діяти в їхніх найкращих інтересах і чесно.

Наявність довіри до організації може призвести до ряду позитивних результатів, включаючи підвищення задоволеності роботою, мотивації та організаційної громадянської поведінки, а також зменшення прогулів, плинності кадрів і контрпродуктивної поведінки. Довіра також заохочує організаційну стабільність і задоволення серед працівників, допомагає зменшити негативні конфлікти та покращує ефективні реакції на проблеми.

Лідерство відіграє вирішальну роль у створенні та підтримці довіри в організації. Менеджери та лідери повинні формувати почуття довіри у всіх співробітників і ретельно спрямовувати їх на розвиток довіри, інакше ризикують її втратити. Узгодженість поведінки лідера, цілісність у тому, що він говорить і робить, можливість участі та розподіл контролю, роз'яснення рішень і встановлення відкритого спілкування з працівниками – все це важливі чинники для побудови довіри.

Зв'язок між довірою та організаційною прихильністю є складним, оскільки довіра впливає на різні аспекти прихильності, включаючи афективні, нормативні та постійні зобов'язання. Афективна прихильність стосується емоційної прихильності працівника до організації, нормативна прихильність стосується почуття обов'язку перед організацією, а зобов'язання продовження стосується бажання залишатися в організації завдяки передбачуваним перевагам.

Підсумовуючи, довіра є життєво важливим компонентом організаційної відданості, і її наявність може мати значний вплив на поведінку співробітників і ефективність організації. Організації, які надають пріоритет побудові та підтримці довіри, швидше за все, сприятимуть формуванню відданої та залученої робочої сили, що призведе до кращих результатів і успіху.

7. Соціальне залучення до організації.

Соціальне залучення можна зрозуміти з різних точок зору, включаючи теорію соціального обміну, яка припускає, що відданість працівників організації є результатом інвестицій, які вони робили з часом, і вигод, які вони отримують натомість. На афективну прихильність, яка характеризується емоційною прихильністю до організації, також впливає соціальна залученість.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є ключовим аспектом соціального залучення, яке може вплинути на відданість організації. КСВ означає зобов'язання компанії поводитись етично та сприяти економічному

розвитку, одночасно покращуючи якість життя. Дослідження показали, що КСВ може зміцнити відносини роботодавець-працівник і підвищити емоційну відданість організації. Це пояснюється тим, що ініціативи КСВ можуть сприяти почуттю довіри та ідентифікації серед працівників, що призводить до міцнішого емоційного зв'язку з організацією.

Крім того, задоволеність роботою та мотивація також є критичними факторами організаційної прихильності. Коли співробітники задоволені своєю роботою і відчують мотивацію, вони, швидше за все, будуть віддані організації. Соціальна участь може сприяти задоволенню роботою та мотивації, надаючи відчуття мети та сенсу, а також можливості для особистого та професійного зростання.

Підсумовуючи, соціальна участь в організації є вирішальним фактором впливу на організаційну відданість. Розвиваючи почуття спільності, довіри та ідентифікації, соціальна участь може підвищити емоційну прихильність і призвести до підвищення ефективності роботи та зниження плинності кадрів. Організації, які надають пріоритет соціальному залученню та КСВ, швидше за все, залучать і утримують відданих співробітників, що важливо для їх успіху в сучасному конкурентному бізнес-середовищі.

8. Престиж організації.

Дослідження показали, що коли співробітники сприймають свою організацію як престижну, вони, швидше за все, ототожнюють себе з нею та відчують почуття гордості та причетності. Це, у свою чергу, може призвести до посилення організаційної прихильності, оскільки співробітники, швидше за все, виявлять бажання продовжувати працювати в організації, яку вони сприймають як успішну та авторитетну.

Було показано, що сприйнятий зовнішній престиж, який відноситься до поглядів співробітників на враження сторонніх людей про їхню організацію, позитивно пов'язаний з організаційною ідентифікацією та емоційною прихильністю. Це означає, що коли співробітники вважають, що їхня організація високо цінується зовнішніми зацікавленими сторонами, вони,

швидше за все, відчуватимуть сильну емоційну прихильність до організації та ідентифікуватимуть її цінності та місію.

Крім того, дослідження виявили, що організаційний престиж також може впливати на довіру до організації, яка є важливим показником організаційної відданості. Коли співробітники сприймають свою організацію як престижну, вони, швидше за все, довірятимуть організації та її керівникам, що може призвести до підвищення відданості та лояльності.

Крім того, було виявлено, що взаємозв'язок між сприйманим організаційним престижем та організаційною відданістю опосередковується силою організаційної ідентичності. Це означає, що коли працівники сприймають свою організацію як престижну, вони з більшою ймовірністю ототожнюють себе з організацією та відчують причетність, що може призвести до підвищення відданості та лояльності.

Загалом, престиж організації може відігравати значну роль у формуванні ставлення та поведінки співробітників, включаючи організаційну відданість. Підтримуючи позитивну репутацію та імідж, організації можуть підвищити гордість співробітників, ідентифікацію та відданість, що може мати ряд позитивних результатів для організації.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПРИХИЛЬНОСТІ У ШКІЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ

2.1. Підходи до оцінювання організаційної прихильності

Як було показано у першому розділі, дослідники Дж. Мейєр і Н. Аллен, робота яких стала найчастіше використовуваною та легко адаптованою методикою оцінки прихильності персоналу, запропонували три виміри прихильності – емоційну прихильність (*affective commitment*), поточну прихильність (*continuance commitment*) та нормативну відданість (*normative commitment*).

Таким чином, співробітники з сильною емоційною прихильністю залишаються в організації, тому що вони цього хочуть («Я дійсно почуваюся так, начебто проблеми компанії – це мої проблеми»). Співробітники з сильною поточною відданістю залишаються, тому що вони цього потребують, їм вигідно зараз залишитися («Зараз мені було б дуже важко покинути компанію, навіть якби я цього хотів»), інакше поточну відданість можна назвати «вимушеною».

І, нарешті, співробітники з сильною нормативною прихильністю залишаються, тому що вони відчують, що мають залишитися («Було б неправильно піти з цієї організації прямо зараз через мої зобов'язань перед моїми колегами») [6].

Усі три форми лояльності мають безпосереднє ставлення до того, чи залишиться співробітник працювати в організації. Як наслідки високої лояльності співробітників Дж. Мейєр та Н. Аллен у своїй моделі виділили зниження рівня абсентеїзму (відсутності на робочому місці) та високу продуктивність праці [16].

На основі моделі Дж. Мейєр та Н. Аллен виникла й інша класифікація видів прихильності [20]:

1. Справжня прихильність передбачає максимальний прояв усіх трьох ознак без висування особливих умов стосовно організації.

2. Прагматична відданість характеризується прагненням співробітників зважувати та порівнювати те, що вони дають організації, про те, що отримують від неї натомість.

3. Вимушена відданість характеризується відсутністю співробітників можливості знайти іншу роботу.

Як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники, вивчаючи лояльність/прихильність, визначають види, рівні, виділяють фактори, намагаються прогнозувати поведінку співробітників в організації в залежності від ступеня їхньої лояльності/прихильності [18, 20, 22].

Пропонуючи системний підхід та створення деякої схеми, яка сформована важливими та невід'ємними атрибутами відданості.

1. Перший атрибут пропонованої моделі – це локус контролю. Хто чи що первинна причина лояльності? Сама людина, її переконання та норми чи компанія з її ставленням до працівника.

2. Другим атрибутом є час. Прихильність є процесом, а не застиглим, незмінним станом. Якщо лояльність – процес, то час – його найважливіша характеристика. Важливим наслідком того, що лояльність – процес, має бути розуміння того, що рівень лояльності може змінюватись. Її мінливість представляти малу цінність, якщо потрібна миттєва оцінка відданості людини. А коли буде потрібний прогноз на тривалий час, то не враховувати фактор часу просто неможливо.

Є пропозиція вважати, що прихильність виникає на чотирьох рівнях [16]:

1) Найнижчий рівень лояльності – це рівень зовнішніх атрибутів. Цей рівень має на увазі наявність у співробітників компанії лояльності тільки на поверхневому рівні атрибутів (наприклад, уболівальник перемогла футбольна

команда після матчу готовий віддати останню сорочку тим, хто має в руках символи його команди).

2) Другий рівень лояльності – загальноприйнята лояльність. Якщо новий працівник бачить, що довкола лояльні співробітники, то він почне копіювати прийняте в компанії поведінка і сама стає такою ж (принаймні, на рівні поведінки, що демонструється). Якщо ж, навпаки, люди, які давно працюють у компанії, виявляють байдуже чи негативне ставлення до неї, то лояльність у нового співробітника, швидше за все, не виникне. До цього ж рівня автор відносить і «лояльність за гроші»: «я поки що лояльний до мене влаштовує фінансова ситуація». Відданість такого співробітника можуть легко перекупити.

3) Третій рівень – лояльність лише на рівні цінностей і переконань, максимальний. К.В. Харський зазначає, що хоча цей рівень лояльності дуже бажаний для організації, найчастіше масово він зустрічається в партіях, релігійних організаціях та і т.д. При цьому автор підкреслює, що компанії достатньо, щоб лояльними на рівні переконань було близько 10-15% співробітників, насамперед вища керівництво. Однак якщо компанія з тих чи інших причин змінить колишні переконання, відмовиться від розділених раніше цінностей, то значна частина людей можуть не встигнути або не захотіти перебудуватися, і всередині компанії може з'явитися нерозуміння і протиріччя. Це може призвести до посилення опору змін в організації, до активізації контркультур організації та ін .[16].

4) Вищий рівень лояльності визначається ідентичності. Він виникає, коли людина перестає розділяти себе та об'єкт лояльності. Не я й партія, а я є партія. Автор робить припущення, що відома японська система тривалого найму якраз та сприяла виникненню найвищого рівня лояльності.

Можна виділити безліч факторів, які сприяють бажанню співробітників належати до організації та сприяти її успіху. Дж. Мейер [1] запропонував розділити їх на чотири основні групи:

1. Досвід роботи,

2. Відповідність цінностей,
3. Організаційна підтримка,
4. Організаційна справедливість

Досвід роботи сильно впливає на афективну складову лояльності, при цьому найбільших значень вона досягає у тих співробітників, чий повсякденний досвід сприяє почуттю комфорту (наприклад, рольова визначеність, хороші міжособистісні стосунки) та компетентності (наприклад, відповідні рівні складності завдань та особистої відповідальності).

Організаційні цінності відбивають сутність бізнесу, продукції чи послуг, шляхів збуту виробленої продукції та послуг, способів поводження зі співробітниками. Співробітники будуть більш лояльні до організації, коли їх цінності сумісні з цінностями організації. Організаційні цінності відбивають сутність бізнесу, продукції чи послуг, шляхів збуту виробленої продукції та послуг, способів поводження зі співробітниками.

Співробітники будуть більш лояльні до організації, коли їх цінності сумісні з цінностями організації. більш лояльні по відношенню до організації, якщо вона лояльна до них. Зазвичай лояльність організації по відношенню до співробітників розглядається як забезпечення гарантії зайнятості. Цей підхід не є єдиним. Важливою складовою лояльності є оцінка співробітниками того, наскільки організація зацікавлена у їхньому благополуччі. Відчуття підтримки формується на основі повсякденного досвіду за допомогою відповідної політики щодо персоналу.

Організаційна справедливість: люди розраховують на справедливе поводження з ними та цінують його. Звісно, на відчуття справедливості впливає розподіл значущих співробітника ресурсів (зарплата, просування по службі та ін.). При цьому у значній ступеня на це відчуття впливають не самі ресурси або їх розмір, а спосіб, яким ці ресурси розподілені.

Навіть рішення, що ведуть до негативних наслідків (зниження зарплати, втрата роботи), будуть прийняті з мінімальним впливом на

лояльність, якщо вони проводяться справедливо (без упередженості). Співробітники також очікують, що до них звертаються гідно і з повагою, і дадуть відповідь на таке звернення підвищенням лояльності.

Порівняння досліджень, що проводяться у Північній Америці та інших країнах показали, що модель Дж. Мейєра та його колег справді може використовуватися у різних соціально-економічних культурних умовах, хоч і з певними корективами.

Розглядаючи основні джерела організаційної прихильності, М.І. Магура та М.Б. Курбатова умовно виділяє дві групи: індивідуальні особливості працівників та основні характеристики роботи та робочого середовища [12]. До індивідуальних характеристик працівників у цьому випадку відносяться:

- мотиви вибору;
- мотивація праці та трудові цінності;
- особливості трудової етики;
- вік;
- стаж;
- стать;
- рівень освіти;
- сімейний стан;
- відстань до місця проживання від місця роботи.

Як найважливіші організаційні фактори, які впливають на відданість працівників, розглядаються:

- Можливості, які створені в організації задоволення основних потреб персоналу; Рівень робочого стресу;
- Ступінь поінформованості працівників;
- Ступінь залучення працівників до рішення проблем організації.

Однак існують і перешкоди на шляху формування прихильності, до числа яких відносять:

1. Погану поінформованість працівників;

2. Невирішеність соціальних проблем, соціальну незахищеність працівників;
3. Неefективну систему стимулювання праці;
4. Недостатня увага керівників до підлеглим та до їх проблем;
5. Низький рівень розвитку ділових, моральних та особистих якостей керівника;
6. Несприятливі умови праці;
7. Відсутність професійної перспективи;
8. Недоліки в управлінні та в організації робіт;
9. Невідповідність кваліфікації працівників складності виконуваної ними роботи;
10. Поганий моральний клімат у колективі.

На підставі огляду основних наукових праць щодо змісту організаційної прихильності можна виділити основні фактори, що впливають на її формування:

1. Соціально-індивідуальні відмінності;
2. Основні характеристики та соціально-психологічні умови діяльності;
3. Внутрішньо-особистісні психологічні змінні;
4. Особливості взаємодії персоналу та організації.

2.2. Методика та організація дослідження

Експериментальне дослідження особливостей адаптації внутрішньо-переміщених осіб містило наступні етапи:

1. На основі проведеного теоретичного аналізу визначення організації та методичної бази дослідження.
2. Проведення емпіричного психологічного дослідження особливостей адаптації українських іммігрантів до нових умов проживання.
3. Аналіз та обробка результатів дослідження.

Перший етап передбачав теоретичний аналіз наукової літератури вітчизняних та зарубіжних психологів на тему адаптації іммігрантів в залежності від їх індивідуально-психологічних властивостей.

На другому етапі було здійснено підбір стандартизованих діагностичних методик для адаптації й проведення емпіричного дослідження.

Діагностичний матеріал з метою дослідження залежності організаційної прихильності від стилю керівництва складався з методики оцінки організаційної прихильності А. Мейера та Н. Аллен (Додаток А) та методики визначення стилю керівництва трудовим колективом (В.П. Захарова та А.Л. Журавльова) (Додаток Б).

Метою застосування оцінки за методикою А. Менейера та Н. Аллена є виявлення типів прихильності за трьома субшкалами які розглядалися раніше.

Результати виявляють три типа прихильності персоналу (по трем субшкалам).

Афективна прихильність – емоційна прихильність до організації. Висока афективна прихильність означає, що організація має для співробітника велике значення, він розглядає свою приналежність до організації як приналежність до сім'ї та бажає надалі належати до неї (ставлення «Мені подобається...»).

Нормативна прихильність означає, що людину пов'язують з організацією морально-етичні переконання (ставлення «Я мушу...»).

Поточна прихильність, орієнтована на наслідки, – прихильність до організації виходячи з «витрат», яких може призвести догляд з організації («Мені потрібно...»).

Практично дослідження полягає в оцінці ступеня згоди чи незгоди з кожним твердженням, обвівши гуртком відповідну цифру від 1 до 7 (1 – абсолютно не згоден, 7 – повністю згоден).

Для кожної субшкали потрібно підсумувати оцінки відповідно до ключа та суму розділити на сім (середнє арифметичне). Оцінки за твердженнями, зазначеними буквою R, інвертуються, тобто замість 7 ставимо 1, замість 6 – 2, 5 – 3 тощо.

Таблиця 2.1.

Нормативні значення для методики «Шкала організаційної прихильності»

Субшкали	Середнє	Стандартне відхилення
Афективна прихильність	4,1	1, 26
Поточна прихильність	3,9	1, 16
Нормативна прихильність	3,8	1, 48

Основу методики за визначення стилю керівництва трудовим колективом становитиме 16 груп тверджень, що відображають різні аспекти взаємодії керівництва та колективу. Методика спрямована на визначення стилю керівництва трудовим колективом. Застосування методики не вимагає індивідуального тестування. Можливе використання в блоці тестів, особливо ефективно використання його із соціометрією з метою оптимізації соціально-психологічного клімату у колективі Інструкція Опитувач містить 16 груп тверджень, що характеризують ділові якості керівника. Кожна група складається із трьох тверджень, позначених літерами А, Б, В.

Підраховуються кількість балів за кожним із трьох компонентів. Максимальний бал визначає стиль керівництва.

За результатом діагностування визначається директивний, попустительський або колегіальний компонент керівництва.

В дослідженні взяли участь 45 педагогів, які працюють у двох різних закладах загальної середньої освіти м. Запоріжжя. Серед них 18 жінок та 2 чоловіка в першому закладі (1 група) та 22 жінки та 3 чоловіка в другому закладі загальної середньої освіти (2 група).

2.3. Аналіз результатів дослідження

На другому етапі проведено емпіричне дослідження у формі онлайн-анкетування за обраними методиками із дотриманням конфіденційності даних кожної особи та за погодженням респондентів взяти участь в опитуванні.

За результатами методики за визначення стиля керівництва В.П. Захарова та А.Л. Журавльова ми отримали наступні результати.

Таблиця 2.2.

Результати за визначенням стиля керівництва у 1 групі

Компонент	%
Директивний компонент	40
Попустительский компонент	15
Колегіальний компонент	45

У першому закладі загальної середньої освіти переважає колегіальний компонент керівництва, але директивний також має високі показники.

Наявність колегіального компоненту свідчить вимогливість та контроль у поєднанні з ініціативним і творчим підходом до виконуваної роботи й свідомим дотриманням дисципліни. Має місце делегування повноважень та розділення відповідальності.

Таблиця 2.3.

Результати за визначенням стиля керівництва у 2 групі

Компонент	%
Директивний компонент	65
Попустительский компонент	5
Колегіальний компонент	30

У другому закладі загальної середньої освіти переважає директивний компонент, що свідчить про те, що керівництво закладу орієнтується на власну думку й оцінки, схильність до більшої дистанції з підлеглими, небажання визнавати свої помилки. Ігнорування ініціативи, творчої

активності людей. Одноособове ухвалення рішень. Контроль за діями підлеглих.

Опитувальник Дж. Мейра та Н. Аллен допоміг отримати результати щодо типів прихильності персоналу.

Таблиця 2.4.

Типи прихильності персоналу у 1 групі

Показник рівня прихильності	Афективна прихильність	Нормативна прихильність	Поточна прихильність
Низький, %	21,7	28,3	11,7
Середній, %	46,7	65,0	46,7
Високий, %	31,6	6,7	41,6

Дані свідчать про те, що у першому закладі загальної середньої освіти високий процент отримав середній рівень афективної прихильності. Це є показником того, що емоційна прихильність до організації достатньо розвинута. Організація має значення для особистості. Працівники більш керуються в своїй роботі принципом «Мені подобається» ніж «Я мушу». Високі показники середнього та високого рівня за поточною прихильністю зазначають усвідомленість персоналу щодо наслідків, якщо вони підуть із закладу.

Таблиця 2.5.

Типи прихильності персоналу у 2 групі

Показник рівня прихильності	Афективна прихильність	Нормативна прихильність	Поточна прихильність
Низький, %	39,2	32,7	21,1
Середній, %	40,6	61,4	27,5
Високий, %	20,2	5,9	51,4

Показники у другому закладі загально-середньої освіти, де переважає директивний компонент керівництва, свідчать про те, що організація має велике значення тільки у 20,2 % співробітників. Саме вони відчувають приналежність до неї як до сім'ї. У більшості працівників має місце середній

рівень афективної прихильності. Морально-етичні переконання також переважають серед працівників 2 закладу. Але за поточною прихильністю середній та високий рівень мають більш високі показники. Можливо це свідчить про те, що сучасні соціально-економічні реалії України впливають відчуття прихильності персоналу.

Таким чином, можемо зробити висновок, що в організації, де домінує директивний компонент керівництва має місце високий рівень поточної прихильності що свідчить про те, що їм набагато важче ухвалити рішення піти в іншу організацію, навіть за дуже вигідної пропозиції.

ВИСНОВКИ

Огляд науково-практичних робіт з досліджуваної теми переконливо свідчить, що організаційна прихильність набула особливої актуальності саме в останні десятиліття. Це викликано тим, що організаційна прихильність є необхідною умовою для професійної продуктивності, залучення команди та будь-якого підприємства, яке намагається «вижити» в умовах постійних соціальних та психологічних змін. У сучасних умовах організаційна прихильність впливає на міжособистісні стосунки, а також залежить від міжособистісних відносин між працівниками та керівником, що може вплинути на задоволеність роботою та лояльність до організації.

Тому у Вступі показано, що у цілому актуальність дослідження проблеми організаційної прихильності обумовлена її важливістю для ефективності організації, соціальною значущістю, впливом на результати діяльності організації. Відмічено також, що заявлена тема недостатньо висвітлюється у вітчизняній літературі особливо в останні роки, що викликає відомими подіями, що не знижає актуальність подібних досліджень.

На основі теоретико-методологічного аналізу семантичного смислу базових термінів «*organization commitment*», «*organization loyalty*», «організаційна лояльність», «організаційна прихильність» показано, що між вказаними версіями є певні розбіжності. Але для завдань даної бакалаврської роботи зроблено допущено, що приведені терміни є синонімами. Такий висновок зроблено внаслідок того, що у більшості робіт у вітчизняній та англійській літературі ці терміни вважалися ідентичними.

Вивчивши підходи до визначення організаційної прихильності, ми дійшли висновку, що у вітчизняній науковій літературі існують 3 підходи до вивчення організаційної прихильності: відданість розуміється як поведінка, як ставлення як і установка. У зарубіжних роботах на даний момент існує 2 підходи до розгляду феномену прихильності - настановний та поведінковий.

Спільним для всіх поглядів є те, що прихильність – це психологічний стан, який: характеризує взаємини між організацією і співробітниками та взаємопов'язан з прийняттям рішення про відмову від продовження або продовжувати бути членом фірми.

Під організаційною прихильністю слід розуміти соціально-психологічну установку, що характеризує взаємини суб'єкта з організацією, що включає емоційний (почуття і емоції, що переживаються людиною по відношенню до організації), когнітивний (поділ і прийняття організаційних цінностей, цілей, норм, правил, процедур, рішень) і поведінковий (намір діяти певним чином, готовність докладати зусиль в інтересах організації) компоненти.

Було з'ясовано, що організаційна прихильність (відданість, лояльність) формується на основі суб'єктивного сприйняття індивідом різних ситуацій, у тому числі організаційних, попереднього поведінкового досвіду, наявних установок і цінностей (диспозицій) та їх інтерпретації з урахуванням поточної індивідуальної мотиваційної картини.

Крім того, було виявлено, що взаємозв'язок між сприйманим організаційним престижем та організаційною відданістю опосередковується силою організаційної ідентичності.

За результатами практичного дослідження нами було зроблено висновки про те, що в організації, де домінує колегіальний компонент працівники більш керуються в своїй роботі принципом «Мені подобається» ніж «Я мушу». Організація має значення для працівників саме в емоційному аспекті. Вони більше прив'язані до організації та, мабуть, вважають себе членом сім'ї. Таким чином, можемо зробити висновок, що в організації, де домінує колегіальний компонент керівництва має місце високий рівень афективної прихильності що свідчить про те, що їм набагато важче ухвалити рішення піти в іншу організацію, навіть за дуже вигідної пропозиції.

Можна стверджувати про те, що морально-етичні переконання є домінантними у цій організації. Можливо припустити, що високі показники

за середнім рівнем нормативної прихильності персоналу в організації, де домінує колегіальний стиль керівництва свідчать про те, що цінності організації стали особистими цінностями працівників.

У свою чергу показники у другому закладі загально-середньої освіти, де переважає директивний компонент керівництва, свідчать про те, що тільки 20,2 % співробітників ототожнюють себе з організацією. Саме вони сприймають її, як сім'ю. У більшості працівників має місце середній та низький рівень афективної прихильності. Працівники не розглядають приналежність до організації. Високі показники за середнім рівнем нормативної прихильності свідчать про те, що ставлення працівників до організації ґрунтується на почутті морального обов'язку залишатися в організації. Припускаємо, що співробітники цієї організації прив'язані до неї, незважаючи на стиль керівництва, на підставі соціальних економічних витрат, до яких може привести відхід з цієї організації.

Як уже було зазначено, поточна прихильність відрізняється від емоційної прихильності, яка ґрунтується на емоційній прихильності та ототожненні з цінностями та цілями організації, і нормативної прихильності, яка ґрунтується на почутті морального обов'язку залишатися в організації. Високий рівень поточної прихильності серед працівників другого закладу свідчить про те, що їм важко ухвалити вирішити питання про зміну місця роботи. Можливо припустити, що на цей процес впливають індивідуально-психологічні особливості працівників або сучасні політичні та соціально-економічні реалії України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грубі Т.В. Лояльність персоналу як складова відданості організації *Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин*: Матер. VII міжнародної науково-практичної конф. Київ – Кам'янець-Подільський, 2015. С. 217-220.
2. Доміняк В.І. Лояльність персоналу як соціально-психологічна установка. *Персонал-Мікс*, №5. 2002. С. 73.
3. Доміняк В.І. Різні підходи до феномену лояльності та безпеки організації: збірник тез за матеріалами науково-практичної конференції. Харків. 2001. С. 18-20.
4. Доценко Є.В. Вимірювання прихильності персоналу компанії до методології опитування. *Матер. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Психологія бізнесу: управління персоналом в державних організаціях і комерційних структурах»*. Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2015. С. 21-26.
5. Заболотна В.О. Феномен лояльності персоналу в контексті різних поколінь. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*, III(28), Issue: 55, 2015.
6. Клочко А. Комплекс методик для дослідження психологічних особливостей традиційних та інноваційних стилів управління менеджерів в освітніх організаціях. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. Київ. 2019. Т. 1, вип. 12. С. 77–89.
7. Ковальчук О. Операціоналізація феномену соціальної відповідальності та концепція уявлень про роботу. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Київ*. 2019. Т. 3, вип. 1. С. 52–58.
8. Корнеева И. Лояльність персонала. 2019. URL: <http://www.trainings.ru/library/dictionary/loyalnost>.

9. Лаптева Н.Л. Структурні компоненти організаційної ідентичності професіонала: теоретичні аспекти 2018. URL: 06.pdf (iod.gov.ua).
10. Лепейко Т. І. Організаційна поведінка : навчальний посібник : навч. Посіб. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 156 с. URL: <http://surl.li/tnznu>.
11. Ловаков А.В., Липатов С.А. Організаційна ідентифікація та прихильність персоналу: Подібності та відмінності. *Психологія. Журнал «Управління персоналом»*, 2011.Т. 8, № 2. С. 47-58.
12. Магура М.І., Курбатова М.Б. Сучасні персонал-технології. *Управління персоналом*, 2001. № 6. С. 45-50
13. Нестеренко Н.В. Теоретико-методологічні засади корпоративної культури та організаційної відданості в управлінській діяльності: загально-психологічний контекст URL: [psy-visnyk.uzhnu.uz.ua_№2_2022_сайт \(1\).pdf](http://psy-visnyk.uzhnu.uz.ua_№2_2022_сайт(1).pdf) (nadpsu.edu.ua).
14. Сардак О.В. Дослідження теоретичних аспектів управління лояльністю персоналу підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2014, вип. 24. С. 22-29.
15. Смірнова В.В. Організаційна прихильність як показник референтних відносин в організації. *Вісник Харківського нац. ун-та*, 2008, № 2(8), сер. 7. С. 45-52.
16. Харський К.В. Благонадійність та лояльність персоналу : монографія. Київ, 2003. 496 с.
17. Чернякевич Є. Ю. Прихильність організації в освітньому середовищі. *Матеріали міжвузівської науково-практичної конференції*. Київ, 2009. С.34-36.
18. Почебут Л.Г. Чікер В. А. Організаційна соціальна психологія : монографія. Київ, 2000. 547 с.
19. Allen N. J., Meyer J. P. Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity. *Journal of Vocational Behavior*, 1996, Vol. 49. P. 44-57.

20. Allen N. J., Meyer J. P. The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational and organizational psychology*, 1990. T. 63. №. 1. P. 1-18.
21. Becker H. S. Notes on the concept of commitment. *American journal of Sociology*. 1960, T. 66, №. 1. P. 32-40.
22. Chen, Z. X., Tsui, A. S., and Farh, J. Loyalty to supervisor vs. organizational commitment: relationships to employee performance in China. *Occupat. Organizat.* 1975, №.3. P.339–356.
23. Filstad C. Organizational commitment through organizational socialization tactics. *Journal of Workplace Learning*, 2011, T. 23, №. 6. P. 376-390.
24. Ellemers N., De Gilder Dick, Haslam A. Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management review*, 2004. 541 p.
25. Iverson R. Employees acceptance of organisational change: the role of organizational commitment. *International Journal of Human Resources*, 1996. Vol. 7, №. 1. P. 122–149.
26. Ko J. W., Price J. L., Mueller C. W. Assessment of Meyer and Allen's three-component model of organizational commitment in South Korea. *Journal of applied psychology*, 1997. T. 82. №. 6. P. 961-972.
27. Lodal, T., & Kejner, M. The definition and measurement of job involvement. *Journal of Applied psychology*, 2001. № 49 (1). P. 24-33
28. Mowday, R.T., Porter, L.W., Steers, R.M. Employee – organization linkages. New York : Academic Press. 239 p.
29. Poznanski P., Bline D. Using structural equation modeling to investigate the causal ordering of job satisfaction and organizational commitment among staff accountants. *Behavioral Research Accounting*, 1997. Vol. 9. P. 32–43.
30. Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224–247. URL: [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1).

31. Rodina N. The area of the psychological phenomena system modeling in Ukraine: development, results and prospects of research. *Fundamental and Applied Researches in Practice of Leading Scientific Schools*, 2017. Vol. 21, № 3. P. 56–60.
32. Shvets, I. B. Ekonomichna bezpeka v upravlinni personalom. Economic security in personnel management. *Naukovi pratsi DonNTU. Serii ekonomichna*, 2009, № 36 (1). P.79-184.
33. Vasylchak, S. V., and Matsiuniak, I. R. Kadrova bezpeka pidpriemstva osnova ekonomichnoho rozvytku. Personnel security of enterprise - the basis of economic development. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 2009, № 19 (12). P. 122-128.
34. Yehorova, O. S. Upravlinnia kadrovoiu bezpekoiu. Management personnel safety. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/iem/egorova/diss/indexu.htm>.