

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ Г. С. КОСТЮКА

На правах рукопису

СТАНІСЛАВСЬКА Марія Валеріївна

УДК 159.923.2:005.73(043.5)

**ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ВИБОРУ
ОСОБИСТІСТЮ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ**

19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук

Науковий керівник:

Карамушка Людмила Миколаївна

член-кореспондент НАПН України,

доктор психологічних наук, професор

Київ – 2016

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА ВИБОРУ ОСОБИСТІСТЮ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ	13
1.1. Сутність організаційної культури: аналіз основних підходів	13
1.2. Особистість як суб'єкт вибору організаційної культури майбутнього місця роботи	39
1.3. Модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи	48
Висновки до розділу 1	65
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА ВИБОРУ ОСОБИСТІСТЮ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ	71
2.1. Мета, завдання, методика та організація констатувального етапу дослідження	71
2.2. Особистісні характеристики при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи	87
2.3. Психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи	94
2.4. Особливості типології організаційної культури майбутнього місця роботи	126
2.5. Особливості зв'язку між особистісними характеристиками та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи	131
2.6. Особливості зв'язку між особистісними характеристиками і типами організаційної культури майбутнього місця роботи	138
Висновки до розділу 2	147

РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК ВИД ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ОСОБИСТОСТІ У ВИБОРІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ	154
3.1. Мета, завдання та організація формувального етапу дослідження	154
3.2. Модель психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи	159
3.3. Особливості реалізації моделі психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи	175
3.4. Ефективність психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи	194
Висновки до розділу 3	203
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	207
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	210
ДОДАТКИ	246

ВСТУП

Актуальність дослідження. Високий рівень освіти та професійної підготовки сучасних фахівців, потреба в задоволенні не лише матеріальних, але і багатьох інших професійних та особистісних потреб (приналежності до організації, де існує сприятливий соціально-психологічний клімат, стимулюється творча активність працівників, можна задовольнити потреби в саморозвитку та самореалізації тощо), обумовлює підвищення рівня значущості для особистості можливості свідомо та виважено здійснювати вибір майбутнього місця роботи. Важливе місце серед чинників, які впливають на згаданий процес, займають не лише матеріальні (рівень зарплати, побутові умови праці, соціальні пільги та ін.), але і психологічні чинники. Суттєву роль серед останніх відіграє організаційна культура.

Проблема організаційної культури знайшла відображення у роботах зарубіжних та українських учених, в яких розкрито сутність організаційної культури та її функції (Л. Аксеновська, Л. Карамушка, Дж. Кейтон, Ю. Красовський, Є. Нестеренко, І. Сняданко, О. Стеклова, О. Харчишина, Е. Шейн та ін.), розроблено типологію організаційної культури (І. Оучі, Г. Хофстед та ін.), визначено особливості діагностики організаційної культури (О. Бусигін, К. Камерон, Р. Куїнн, С. Ліпатов, А. Смірнова, А. Чанько та ін.).

Окрім того, визначено підходи до формування чи реформування організаційної культури (П. Бревертон, П. Грент, Г. Захарчин, А. Зродніков, О. Родіонова та ін.), розкрито роль у цьому процесі принципів менеджменту (О. Віханський, Г. Морган, А. Наумов, Г. Чайка та ін.); підкреслено роль управління персоналом (О. Євтіхов, М. Косцова, О. Кумкін та ін.) у період внесення змін в організаційну культуру та ін.

Що стосується ролі організаційної культури як психологічного чинника ефективної діяльності персоналу на початкових етапах входження в

організацію, то ця проблема є практично не розробленою. У цьому контексті можна назвати лише окремі дослідження, які розкривають, наприклад, роль організаційної культури в період підбору персоналу або соціальної адаптації нових працівників в організації (С. Бишляго, О. Власова, Ю. Кравцова, В. Співак, Г. Суходольський, С. Хант та ін.). Що ж до аналізу ролі організаційної культури в контексті пошуку особистістю майбутнього місця роботи, то ця проблема не виступала раніше предметом спеціального вивчення.

Проблема психологічних основ вибору знайшла відображення у працях Г. Балла, В. Вінс, С. Гурської, О. Житник, Д. Канемана, Д. Леонтьєва, О. Мандрикової, Н. Пилипка, А. Тверські та ін. У цих роботах розкрито сутність вибору, його основні види, чинники, які впливають на процес здійснення вибору. Також вивчались окремі аспекти проблеми вибору в контексті здійснення професійної діяльності та професійної соціалізації, зокрема, психологічні чинники мотивації вибору особистістю нової роботи (О. Житник), аналіз потреб безробітних у ситуації пошуку роботи (В. Колеснікова), екзистенційний вибір особистості в практичній діяльності психолога-консультанта (В. Вінс) та ін. Разом із тим, поза увагою дослідників залишились ті аспекти проблеми, які стосуються впливу організаційної культури на вибір особистістю майбутнього місця роботи.

Отже, соціальна значущість проблеми та її недостатня розробленість зумовили вибір теми нашого дисертаційного дослідження – *«Організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи»*.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконане в рамках комплексних науково-дослідних тем лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України: «Психологічні засади забезпечення організаційного розвитку» (державний реєстраційний номер 0108U000292, 2008–2012 рр.) та «Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури» (державний реєстраційний номер 0113U002096, 2013–2015 рр.).

Тему дослідження затверджено Вченою радою Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України (протокол №11 від 23.12.2010 р.) та узгоджено рішенням бюро Міжвідомчої ради з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол №1 від 25.01.2011 р.).

Об'єкт дослідження – організаційна культура.

Предмет дослідження – організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи.

Мета дослідження – визначити особливості організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи та розробити модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Гіпотеза дослідження:

1. Існує зв'язок між особистісними характеристиками (ступенем задоволеності основних потреб особистості і рівнем вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості) і типом організаційної культури при виборі майбутнього місця роботи.

2. Використання спеціальної моделі індивідуального психологічного консультування може полегшити особистості вибір організаційної культури майбутнього місця роботи.

Відповідно до висунутої мети й гіпотези було визначено основні **завдання дослідження:**

1. Провести аналіз стану розробленості дослідження організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи, розробити типологію організаційної культури в контексті вибору особистістю майбутнього місця роботи.

2. Емпірично дослідити психологічні особливості вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

3. Розробити та апробувати модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури

майбутнього місця роботи.

Методологічна та теоретична основа дисертаційного дослідження.

В основу дослідження покладено концепцію психологічного забезпечення управління організаціями (Л. Карамушка), а також принципи аналізу діяльності сучасних організацій (аналіз організацій як відкритих систем; ситуаційний аналіз діяльності організацій; гуманізація управління організаціями; постійний розвиток організацій та ін. (Г. Балл, О. Бондарчук, О. Винославська, Л. Карамушка, С. Максименко та ін.).

В основу дослідження покладено наукові підходи до тлумачення базових феноменів дослідження, таких як «культура» (В. Андрущенко, Л. Губерський, О. Ізваріна, І. Надольний, І. Тюрменко та ін.), «організація» (О. Віханський, В. Веснін, О. Власова, А. Наумов, Ю. Никоненко, Е. Смірнов та ін.) та «вибір» (Д. Канеман, Д. Леонт'єв, Н. Пилипко, А. Тверські та ін.).

Важливе значення для розуміння сутності організаційної культури мали роботи, що розглядають зміст організаційної культури, її співвідношення з корпоративною культурою (В. Бочелюк, О. Бусигін, О. О'Доннелл, В. Івкін, К. Камерон, О. Ковальчук, Р. Куїнн, В. Лагодзінська, Н. Могутнова, Ж. Серкіс, І. Сняданко, О. Стеклова, Г. Хофстед, А. Шевченко, Е. Шейн та ін.).

В основу аналізу особистісних характеристик, що впливають на вибір організаційної культури, покладено підходи до розуміння сутності потреб та їх ролі в життєдіяльності особистості (В. Бочелюк, С. Максименко та ін.), взаємодії особистості і культури (І. Бурмикіна, Д. Мацумото, Л. Печко, В. Співак та ін.), діагностики основних потреб та соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості (О. Потьомкіна).

Розробка й обґрунтування моделі індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи базувались на загальних підходах та принципах до психологічного консультування (Т. Бонд, Р. Брайант-Джефферіс, І. Малкіна-

Пих, Дж. МакЛеод, Р. Немов, К. Роджерс та ін.) і моделі психолого-організаційного консультування Л. Карамушки.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань та перевірки гіпотези дослідження було використано комплекс методів дослідження, вибір яких залежав від змісту проблеми та етапу дослідження:

- *теоретичні методи* – аналіз вітчизняної, зарубіжної наукової і навчально-методичної літератури з метою уточнення змісту основних понять («культура», «організаційна культура», «корпоративна культура», «вибір організаційної культури майбутнього місця роботи»), узагальнення та систематизація досліджень, теоретичне моделювання;

- *емпіричні методи* – психодіагностичні методи: тестування з використанням методик, спрямованих на вивчення психологічних особливостей організаційної культури майбутнього місця роботи («Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки, М. Станіславської, «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля), особистісних характеристик при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи («Діагностика ступеня задоволеності основних потреб» В. Скворцова, «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної), а також анкетування (визначення рівня суб'єктивного задоволення від процесу індивідуального психологічного консультування за допомогою авторської анкети); експеримент;

- *математичні та статистичні методи* – описова статистика, непараметричні методи аналізу: критерій узгодженості Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Вілка, кластерний аналіз за методом двокрокової логарифмічної функції правдоподібності, кореляційний аналіз (за критерієм Спірмена), метод дисперсійного аналізу одновимірної лінійної моделі, критерій узгодженості Пірсона, відношення правдоподібності, точний тест Фішера, метод Монте-Карло. Обробка даних відбувалась за допомогою

комп'ютерних пакетів статистичних програм IBM SPSS Statistics (версія 20) та MS Excel (версія 2003).

Організація дослідження. Дослідно-експериментальна робота проводилась у чотири етапи.

На *першому етапі* (2010–2011 рр.) було здійснено теоретичний аналіз проблеми, розроблено програму дослідження.

На *другому етапі* (2012–2013 рр.) було проведено констатувальний етап дослідження, збір експериментальних даних та їх інтерпретацію.

На *третьому етапі* (2014 р.) було проведено формувальний етап дослідження, зокрема, розроблено та апробовано модель індивідуального психологічного консультування, проаналізовано її ефективність.

На *четвертому етапі* (2015 р.) систематизовано результати наукового дослідження й оформлено текст дисертаційної роботи.

Експериментальна база дослідження. Для вивчення аспектів досліджуваної теми залучались особи, що самостійно обирали майбутнє місце роботи або звертались до психологів-консультантів. Дослідження проведено у м. Києві. Загальна кількість досліджуваних – 254 особи у віці від 18 до 78 років.

Надійність та вірогідність результатів дослідження забезпечувалися використанням методів, адекватних меті й завданням дослідження; репрезентативністю вибірки; аналізом отриманих результатів; статистичною оцінкою експериментальних даних.

Наукова новизна та теоретичне значення одержаних результатів полягає в тому, що *вперше* розкрито роль організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи; розроблено типологію організаційної культури в контексті вибору особистістю майбутнього місця роботи; проаналізовано психологічні чинники вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи; розроблено модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи; *уточнено:*

співвідношення термінів «організаційна культура» та «корпоративна культура»; сутність вибору особистістю роботи; індикатори організаційної культури; *поглиблено уявлення* про психологічні чинники розвитку організаційної культури та про зміст психолого-організаційного консультування.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані організаційними психологами для здійснення психодіагностики у процесі підбору персоналу; керівниками та психологами організацій при реформуванні організаційної культури з метою підвищення привабливості організації для потенційних співробітників; психологами-консультантами у процесі здійснення психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору майбутнього місця роботи. Окрім того, матеріали дослідження можуть бути використані викладачами вищих навчальних закладів у процесі викладання навчальних курсів «Організаційна психологія», «Організаційна культура», «Психолого-організаційне консультування», «Психологічне консультування», «Управління персоналом» та ін.

Результати дослідження **впроваджено** у практику роботи таких організацій: вищого навчального закладу «Університет економіки та права «КРОК» (довідка про впровадження №23 від 27.05.2015 р.), товариства з обмеженою відповідальністю «Хімічна компанія «Сполука» (довідка про впровадження №012 від 23.06.2015 р.), товариства з обмеженою відповідальністю «НВП І.Ф. ЛАБ» (довідка про впровадження №12 від 08.07.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Розроблені автором наукові положення та одержані емпіричні дані є самостійним внеском у розробку проблеми організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи. У 1 статті та 1 тезах, написаних у співавторстві, доробок здобувача становить 50%. Розробки та ідеї, що належать співавтору, у дисертаційному дослідженні не використовуються.

Апробація результатів дослідження. Основні положення, сформульовані у ході дисертаційної роботи, теоретичні та практичні висновки дослідження доповідались автором на міжнародних і всеукраїнських конгресах та конференціях *в Україні*: I Всеукраїнському конгресі з організаційної та економічної психології «Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні» (Кам'янець-Подільський, 2011), VII Міжнародній науково-практичній конференції «Соціалізація особистості в умовах системних змін: теоретичні та прикладні проблеми» (Київ, 2012), IV Міжнародній науково-практичній конференції «Психолого-педагогічний супровід фахової підготовки та підвищення кваліфікації особистості в умовах трансформації освіти» (Київ, 2012), VIII Міжнародній конференції з організаційної та економічної психології «Психологія організаційного розвитку сучасних організацій у сфері освіти, промисловості та бізнесу» (Алчевськ, 2012), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Управління в освіті» (Львів, 2013), V Міжнародній науково-практичній конференції «Психолого-педагогічний супровід фахової підготовки та підвищення кваліфікації особистості в умовах трансформації освіти» (Київ, 2013), IX Міжнародній конференції з організаційної та економічної психології «Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу» (Київ, 2013), II Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Сучасні проблеми гуманітарної науки і практики: філософський, психологічний та соціальний виміри» (Луганськ, 2013), X Ювілейній міжнародній науково-практичній конференції з організаційної та економічної психології «Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи розвитку» (Київ, 2014), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Психолого-педагогічний супровід фахової підготовки та підвищення кваліфікації особистості в умовах трансформації освіти» (Київ, 2014) та II Всеукраїнському конгресі з організаційної та економічної психології

«Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні» (Кам'янець-Подільський, 2015).

Окрім того, результати дослідження були представлені *за кордоном* – на III Польсько-українському семінарі «Innovative trends in the development of Work and Organizational Psychology in Poland and Ukraine» (Катовіце, Польща, 2012).

Головні теоретичні положення дисертації знайшли відображення в публікаціях автора, доповідались і обґрунтовувались на засіданнях лабораторії організаційної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України (2010–2015 рр.).

Публікації. За темою дисертації опубліковано 17 публікацій, а саме: 7 статей у наукових фахових виданнях, включених до списку, затвердженого МОН України, 1 стаття – у фаховому виданні України, внесеному до міжнародної науково-метричної бази (Index Copernicus, Польща), 9 текстів тез виступів на науково-практичних конгресах, конференціях та семінарах.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний обсяг дисертації складає 196 сторінки. Загальний обсяг становить 284 сторінки. Робота містить 19 таблиць (на 23 сторінках), 25 рисунків (на 14 сторінках) і 15 додатків (на 37 сторінках). Список використаних джерел налічує 287 найменувань, з них 28 іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА ВИБОРУ ОСОБИСТІСТЮ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ

У першому розділі дисертації розглянуто сутність таких феноменів, як «культура» та «організація», визначено зміст, основні складові та функції організаційної культури, побудовано авторську типологію організаційної культури, обґрунтовано основні етапи вибору особистістю майбутнього місця роботи з урахуванням типу організаційної культури. Окрім того, детально проаналізовано проблему співвідношення термінів «організаційна культура» та «корпоративна культура». Проаналізовано формування попереднього уявлення особистістю про організаційну культуру майбутнього місця роботи. Особливу увагу зосереджено на розробленій автором моделі вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

1.1. Сутність організаційної культури: аналіз основних підходів

Здійснення теоретико-методологічного аналізу організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи повинно, на наш погляд, включати висвітлення таких основних питань:

- *основні підходи до визначення термінів «культура» та «організація»;*
- *історичний розвиток досліджень феномену «організаційна культура» в структурі сучасної зарубіжної та вітчизняної науки;*
- *співвідношення термінів «організаційна культура», «корпоративна культура» та «соціокультура організації»;*
- *сутність та основні структурні елементи організаційної культури згідно раціонально-прагматичного підходу;*

- *аналіз основних функцій організаційної культури в контексті вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.*

Проаналізуємо послідовно кожне з виділених питань.

Розпочнемо аналіз з поняття «культура». Зокрема, сучасна наука налічує кілька сот визначень **поняття «культура»**, десятки підходів до вивчення, теоретичних концепцій та моделей [46; 69; 98; 106; 107; 140; 230; 237; 239; 286]. Багатозначність, міждисциплінарність та особлива наповненість терміну припускає винятково широке трактування власного змісту.

Саме тому дослідженням, а отже й поясненням феномену культури, займаються вчені різних наукових напрямків: філософи, історики, археологи, етнографи, мистецтвознавці, антропологи, економісти, соціологи та психологи. При цьому лише психологія, на нашу думку, дозволяє досягнути механізм сприйняття культури людиною, зрозуміти саме неповторність особистості в контексті культури.

Аналіз зарубіжної та вітчизняної літератури (С. Аверінцев, Е. Араб-Огли, Л. Ільчєв та ін. [236], І. Білоусова та І. Сіменко [193], В. Андрущенко, Л. Губерський та І. Надольний [237], П. Гуревич [173], Т. Дуткевич [52], В. Зотов, А. Клімачова та В. Таран [65], О. Ізваріна [106], В. Кириченко [86], Ю. Коробкова [92], В. Міронов [235], Є. Нестеренко [138], Ю. Палеха [161], А. Прохоров [205], О. Тіхомірова [230], Г. Тимошко [228], І. Тюрменко [107], Г. Чайка [244] та ін.) вказує на те, що термін «культура» (від латинського «cultura», інколи згадується також нібито початкове «colere») має давньоримське походження та перекладається як виховання, освіта, розвиток, вшанування, оброблення, охоплюючи таким чином майже усю соціальну та творчу діяльність людини.

З урахуванням існуючих підходів [13; 39; 85; 106; 132; 152; 205; 228; 230; 255; 286] констатуємо, що під *культурою* слід розуміти історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини,

виражений у типах і формах організації життя та діяльності людей, а також у створюваних ними матеріальних і духовних цінностях.

Узагальнюючи аналіз науково-методичної літератури, можна додати, що культура може включати в себе предметні результати діяльності суспільства, а також людські сили та здібності, що реалізуються в діяльності (знання, вміння, навички, рівень інтелекту, способи спілкування тощо) [69; 152; 205; 255]. Культура також може предметно фіксувати спосіб життєдіяльності окремого індивіда (це поняття *особистої культури* або *культури особистості*), соціальної групи, організації, нації, усього суспільства загалом, певної історичної епохи, специфічної сфери діяльності [163; 205; 228; 230; 236; 239].

Дефініції даного поняття можуть залежати від концептуальної системи дослідника. Виділяють так звані *психологічні визначення культури* [126]. Так, яскравий представник психоаналізу в антропології Г. Стейн [107, с. 11] описує культуру як «пошуки «терапії» в сучасному світі» на противагу визначенню видатного психіатра З. Фрейда [161, с.13], що вважав її «зовнішнім насильством над внутрішньою природою людини».

В цілому культура засвоюється особистістю в процесі соціалізації. Без людини не може бути культури, та саме завдяки культурі людина стає особистістю. Таким чином, вивчення наукової літератури показує, що дослідження культури зводиться до вивчення формування людини як особистості, а також як сфери духовного життя суспільства [82; 242; 244]. Зокрема, Н. Фоміна з колегами [105] зазначають, що культуру можна представити в єдності трьох її безперервно пов'язаних аспектів: способів соціокультурної діяльності людини; результатів цієї діяльності; ступеня розвитку особистості.

Отже, у результаті нашого теоретичного аналізу та для подальшої зручності трактування поняття «організаційна культура» візьмемо за основу визначення *культури як системи свідомо засвоєних значимих символів, традицій та норм поведінки, що передаються прийдешнім поколінням.*

Термін «організація» не викликає так багато протиріч серед дослідників. І в нашій роботі під *організацією* ми будемо розуміти *соціальне утворення, діяльність яких спрямована на досягнення спільної мети* (С. Бишляго [27], В. Веснін [32]; О. Віханський та А. Наумов [33]; О. Власова та Ю. Никоненко [37]; Я. Дибчинська та І. Шавкун [251]; Л. Довгань, В. Немцов та Г. Сініок [140]; Л. Карамушка [82; 227]; Л. Карпенко [207]; Д. Мацумото [126]; Л. Орбан-Лембрик [167]; Е. Сергієнко [187]; Ж. Серкіс [190]; Е. Смірнов [197]; І. Сняданко [82]; А. Шегда [55] та ін.).

Відповідно до існуючих у науковій літературі підходів основними сутнісними ознаками *організації як соціальної системи* зазвичай визначають:

- *мету*, що об'єднує членів [55; 197; 227; 250; 251];
- *власну історію* [55; 251];
- *структуру*, що спеціально створена [227; 251];
- *відособленість*, що виражається в межах, що відокремлюють організацію від зовнішнього середовища [55; 250];
- *саморегулювання*, що дозволяє самостійно вирішувати питання своєї життєдіяльності [55; 251];
- *організаційну культуру* [6; 24; 33; 55; 101; 132; 149; 160; 197; 250; 251; 286].

Переходячи до аналізу *організаційної культури*, треба відмітити, що вона як об'єкт аналізу розглядається в працях як зарубіжних, так і українських вчених. Насамперед, розкрито *методологічні аспекти* організаційної культури (Л. Карамушка [80–84; 175], Дж. Кейтон [274], Ю. Красовський [101; 102], Е. Смірнов [197], І. Сняданко [82; 200–204], О. Стеклова [222; 223], О. Харчишина [239], Е. Шейн [255; 282] та ін.), а також заглиблюючись в окремі аспекти, дослідниками визначено *підходи до формування чи реформування* організаційної культури (П. Грент та П. Бревертон [264], Т. Дуткевич [52], К. Камерон та Р. Куїнн [265], О. Нагієва [133], О. Слінкова та Є. Грудістова [196] та ін.); розроблено *типологію* організаційної культури (І. Оучі [280], Г. Хофстед [270] та ін.).

Деякими дослідниками розглянуто організаційну культуру як *управлінський ресурс*. Зокрема, у даному контексті приділено особливу увагу конфігуруванню соціальних детермінант (І. Бурмикіна [24] та ін.); проблемі діагностики (О. Бусигін [25], І. Шаповалова [252] та ін.); певним аспектам наукового та практичного менеджменту (О. Віханский та А. Наумов [33], М. Іванов та Д. Шустерман [25; 67; 187], Г. Морган [132], Г. Чайка [244] та ін.); психології управління персоналом (О. Євтіхов [53], О. Кумкін та М. Косцова [108] та ін.).

Значну роль у дослідженні організаційної культури відіграло виявлення її *економічних особливостей*. Так, вивчено культуру як інструмент підвищення ефективності функціонування ринкової системи (О. Броницький [23] та ін.); забезпечення економічної безпеки підприємства (Л. Корольова [94] та ін.). Розкрито формування організаційної культури у певних галузях промисловості: машинобудівних підприємств (Г. Захарчин [60] та ін.), підприємств агропромислових підприємств (Т. Калініченко [77] О. Родіонова [182] та ін.) тощо.

Філософські аспекти сучасної організаційної культури розглянуто як ірраціональний вимір (Є. Нестеренко [138]).

Організаційна культура розглядалась з точки зору *соціологічної науки* (В. Вольвач [38], А. Зродніков [66] та ін.). Насамперед, дослідниками розкрито соціальну адаптацію нових робітників (О. Власова [35; 36]); виявлено засади організаційної культури персоналу сучасного промислового підприємства (Я. Слабко [194; 195]) тощо.

Також організаційна культура вивчалась дослідниками як *соціально-психологічна проблема* (Л. Аксеновська [1], Т. Захарова та Д. Стюріна [59], А. Смірнова [198; 199] та ін.).

Чимало робіт науковців присвячено дослідженню організаційної культури у *сфері освіти* (О. Коровіна [93], О. Новіков [143] та ін.). Зокрема, приділено увагу окремим аспектам організаційної культури у закладах додаткової освіти дітей (Т. Антопольська [6; 7] та ін.); загальноосвітнього

навчального закладу (В. Базелюк [8], Ж. Серкіс [189; 190], Г. Тимошко [225; 229], А. Шевченко [175; 253; 254] та ін.); вищого навчального закладу (Л. Белова [11], Н. Богдан та І. Парфенова [17], А. Зігаленко [62], О. Іщук [74 –76], С. Малкова [120], Е. Маркіна [123], І. Немцева [139], О. Сазикіна та А. Кошев [186] та ін.).

Таким чином, аналіз науково-методичної літератури та практики підтвердив особливе міждисциплінарне положення поняття «організаційна культура». У контексті теми нашої дисертаційної роботи особливо значущими є психологічні аспекти організаційної культури, проте певний інтерес представляють роботи, що присвячені дослідженням в інших галузях науки.

Наступним кроком проаналізуємо науково-історичний контекст **формування поняття «організаційна культура».**

Дослідження проблематики організаційної культури розпочалось у другій половині ХХ сторіччя на Заході. Зі змінами умов господарювання, зростанням підприємств зазнавала змін мотивація працівників з поширенням їх освіченості – поступово назривала криза в організаційному управлінні тощо. Власне такі умови наприкінці 70-х років стали поштовхом до наукового дослідження організаційної культури.

Зокрема, деякі науковці вважають, що вивченням елементів організаційної культури займались і раніше, задовго до виникнення самого поняття. Так дослідники (І. Білоусова та І. Сіменко [193]; О. Гапонова [40]; Т. Іванова та В. Пріходько [69]; Ч. Острофф, А. Кінікі та М. Темкінс [279]; О. Тіхомірова [230]) вбачають у результатах відомого Хоторнського експерименту, проведеного Е. Мейо [18; 66; 69; 82; 140; 257; 258], виявлення певної *соціальної структури* (середина 20-х – початок 30-х років ХХ століття). Соціологи й економісти у своїх дослідженнях [25; 33; 40; 101; 154; 177–178; 193; 230; 258; 280] зазначають, що роботи Ч. Бернарда, М. Вебера, Т. Парсонса, Г. Саймона, Ф. Селзника, М. Фоллет та інших по *організаційній моралі* містять деякі елементи організаційної культури. Окрім

того, в дослідженнях [25; 230] також констатовано, що в той самий час Р. Саерт та Дж. Марч створили «поведінкову теорію соціальних цілей» (50-ті роки ХХ століття).

Українські психологи Л. Карамушка й І. Сняданко [82], американські дослідники Дж. Беллот [261], Ч. Острофф, А. Кінікі та М. Темкінс [279] прослідковують концепцію організаційної культури у процесі дослідження *організаційного клімату* (60-ті роки ХХ століття). Західні науковці В. Оучі та А. Вілкінс [280], російські дослідники К. Фрайлінгер та І. Фішер [238], В. Щербіна [258] вважають, що дослідженню організаційної культури сприяло зіткнення Заходу з так званим «японським викликом», коли виявилось, що методи управління багато в чому обумовлюються традиціями і *культурними особливостями націй* (кінець 70-х – початок 80-х років ХХ століття). Японська модель управління дійсно абсолютно своєрідна порівняно зі звичною західною моделлю, тому її не можна штучно перенести в іншу країну. При цьому іншими дослідниками [67; 278] взагалі висловлювалася думка про походження поняття «організаційна культура» у якості *метафори від організації* як «якоїсь культивованої».

Отже, проаналізувавши роботи [25; 55; 59; 67; 82; 108; 177; 227; 230; 244; 261; 265; 277; 278; 279; 280; 282], робимо висновок, що поняття організаційної культури на початку свого становлення дуже тісно було пов'язано з організаційним кліматом, організаційною поведінкою, організаційною мораллю, іміджем організації, організаційними цінностями, нормами та переконаннями, філософією бізнесу і, особливо, корпоративною культурою.

Далі необхідно виділити, на наш погляд, таку методологічну проблему як **співвідношення термінів «організаційна культура» та «корпоративна культура»**.

Досить часто обидва поняття використовуються дослідниками як тотожні або поняття «корпоративна культура», на наш погляд, вживається у значенні організаційної (В. Аніщенко [5]; С. Бишляго [27]; А. Біндман [14];

П. Вербняк [31]; Є. Власова [36]; О. Гапонова [40]; Л. Єрмаловіч [56]; А. Зігаленко [62]; С. Іванова [68]; О. Ісопескуль [71]; Ю. Клоков [87]; А. Кравченко та І. Тюріна [100]; Е. Кучменко та О. Кучменко [109]; С. Маленко [118]; Е. Маркіна [123]; Д. Мацумото [126]; А. Мешков [130]; Г. Пуринова; В. Барежєв [177]; А. Румянцева [184]; В. Співак [208]; Є. Ставропольцева [209]; Г. Суходольський [151]; О. Харчишина [239]; М. Хасянова [240]; А. Чанько [245]; Д. Чупрова [250] та ін.). На наш погляд, це різні феномени, що потребують детального аналізу. У науковому світі також панують кілька протилежних думок стосовно тлумачення поняття «корпоративна культура», тому розглянемо найпоширеніші з них.

Деякі науковці (О. Бусигін [25], Ж. Серкіс [189; 190]; І. Сіменко та І. Білоусова [193], Г. Чайка [244]) дотримуються думки, що *термін «корпоративна культура» більш ширший порівняно з «організаційною культурою»*. Під останньою дослідники розуміють «культуру організації виробництва, виробничу естетику, чистоту та порядок» [244, с. 200] або взагалі спонтанну стадію розвитку корпоративної культури [25]. Зазначимо, що не кожна організація має власне виробництво (наприклад, державна установа або благодійна організація) та є корпорацією, тому розмежування понять за таким принципом не вважаємо доречним.

Інші дослідники [231], визначаючи поняття «корпоративна культура», зазначали, що *корпоративна та організаційна культури існують в різних за формою організаціях*. Цей напрямок досліджень проблематики корпоративної культури підтверджується історією появи терміну у ХІХ сторіччі. Так, у роботах [177; 192; 193; 257] наголошено, що поняття «корпоративна культура» було використано німецьким фельдмаршалом Г. фон Мольтке для характеристики відносин в офіцерському середовищі. Таким чином, при аналізі військових організацій (збройних сил) слушно використовувати саме поняття «корпоративної культури».

Також науковці, зокрема, Н. Могутнова [131; 233], Ж. Тощенко [233] та ін., акцентували увагу на тому, що *термін «корпоративний» походить від*

латинського «*corporation*», що означає об'єднання та суспільство. Тому у даному контексті поняття «корпоративна культура» доречно використовувати для будь-яких організацій.

При цьому українська дослідниця Т. Дуткевич [52] зазначала, що термін «корпоративна культура» характеризує бізнесові приватні організації, де панує культура особистості власника, а *організаційна культура* чомусь належить лише до сфери різноманітних державних установ, де вона менш залежить від особистості керівника. Автор також додає, що корпоративна культура – «субординаційна, індивідуальна й особистісна», а організаційна культура – «координаційна, демократична й колективна» [52, с. 276].

Зауважимо, що такий поділ не завжди відповідає дійсності. Для прикладу розглянемо гіпотетичну організацію, головний офіс якої знаходиться десь на території Європейського союзу (ЄС), а один з філіалів в Україні. Власник працює в ЄС, український керівник очолює бізнес в нашій державі, лише звітуючи материнській організації (власнику) про рівень доходів та погоджуючи стратегічні цілі. У цьому випадку культура організації може бути під найменшим впливом власника, а формуватись в залежності від культур особистості українського керівника та співробітників й бути не особистісною, а демократичною. А як стосовно ситуації, коли власнику лише належить бізнес та при цьому безпосереднє управління здійснює наймана команда професійних управлінців? Не зрозуміло також і про державну установу: чому, наприклад, директор школи, який кілька років очолює даний освітній заклад, у меншому ступені впливає на культуру організації, ніж власник бізнесової організації на своє підприємство?

Разом з тим, науковці О. Ісopesкуль [72] та І. Стец [224], розділивши обидва поняття, висловили думку, що *організаційна культура утворюється спонтанно* під впливом різноманітних факторів (у кожного з дослідників власна точка зору на ці фактори). При цьому автори зазначили, що корпоративна культура спеціально цілеспрямовано формується. Такий зміст ключових понять також суперечить нашому погляду на організаційну

культуру. Дійсно, організаційна культура може підлягати реформуванню, але не зрозуміло, чому вона після певних змін має перетворитись на корпоративну. Також ми вважаємо, що цілеспрямовано можна формувати будь-яку культуру: як корпоративну, так і організаційну.

Українська дослідниця у галузі соціології Я. Слабко корпоративну культуру визначає «складовою економічної культури, яка пов'язана з отриманням прибутку», а *організаційну* – «*похідною загальної культури та одночасно результатом спільних дій членів соціальної організації*» [195, с. 6]. Ми також не можемо погодитись з таким визначенням організаційної культури автором, бо вважаємо його неповним.

У певних зарубіжних та вітчизняних літературних джерелах (Т. Захарова та Д. Стюріна [59]; К. Камерон та Р. Куїнн [78; 265]; М. Карпентер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266], Ю. Красовський [102]; Е. Сергієнко [187]; О. Тіхомірова [230]; Г. Тимошко [229]) автори зазначають, що вчені у Сполучених Штатах Америки розпочинали дослідження організаційної культури у рамках гуманістичного підходу до організації з вивчення культур великих корпорацій, а тому й оперували спочатку саме терміном «корпоративна культура». Науковці намагались дослідити, чому одні підприємства більш успішніші, ніж ряд інших. Відповідь науковці знайшли саме у корпоративних культурах успішних підприємств.

У нашому теоретико-методологічному дослідженні ми погоджуємось з дослідженнями науковців [59; 78; 102; 187; 230–231; 265–266] й наполягаємо, що останній підхід до визначення поняття «корпоративна культура» є найбільш точним. Таким чином, на наш погляд, *корпоративна культура є більш вузьким поняттям, ніж організаційна культура*. Корпорація – це особливий вид організації. Та під організацією можна розуміти не лише корпорації, це можуть бути як підприємства малого чи середнього бізнесу, так і державні установи, неприбуткові організації – благодійні товариства, заклади освіти, професійні асоціації, об'єднання тощо.

Нарешті усім, без винятку, організаціям, незалежно від їх статусу та розміру, присутня культура. У цілому можна зробити висновок, що *не кожен організаційну культуру можна вважати корпоративною, але корпоративну культуру завжди можна назвати організаційною*.

У науково-методичній літературі [147; 239] можна зустріти також поняття «**соціокультура організації**». Так, Р. Овчарова [147] визначає даний термін як соціально-психологічний компонент організації, її духовний та ідеологічний зміст, з чого можна зрозуміти, що мається на увазі саме організаційна культура.

Надалі у нашому дослідженні ми будемо оперувати лише поняттям «організаційна культура», що повністю охоплює культуру будь-якої організації, незалежно від форми власності, сфери діяльності тощо. Та вважатимемо, що поняття організаційної культури характеризує будь-яку організацію як соціальну систему.

Розглянемо термін «**організаційна культура**» докладніше.

Насамперед, необхідно зазначити, що визначень організаційної культури безліч, як і підходів до їх систематизації. У академічних колах виникає чимало дискусій з цього приводу. Дійсно, поняття організаційної культури, так само як і загальнофілософське поняття культури, має міждисциплінарне значення, дуже ємне та багатогранне, тому поняттю важко дати однозначне визначення. Зазначається, що даний термін є скоріш абстракцією, ніж відчутним, легко доступним для вивчення об'єктом [266; 267; 264; 273; 285]. Цю думку добре проілюстрував зарубіжний дослідник К. Шольтс [39; 127], що визначив термін як неявну, невидиму та неформальну свідомість організації, яка управляє поведінкою людей, і, в свою чергу, сама формується під впливом їхньої поведінки.

На основі аналізу літератури спробуємо виділити основні підходи зарубіжних та вітчизняних дослідників до визначення поняття «організаційна культура» (табл. 1.1).

**Основні підходи дослідників до трактування
поняття «організаційна культура»**

Зміст визначення поняття «організаційна культура»	Автори дефініції	
<i>організаційна культура як система</i>	складний соціально-психологічний порядок, що конституюється та регулюється системою етичних смислів	Л. Аксеновська [1]
	система уявлень, символів, цінностей і взірців поведінки, які поділяють усі члени організації	Н. Деметр [55, с. 161]
	цілісна система, спеціально розроблена таким чином, щоб працюючі в її рамках люди могли найбільш ефективно досягти поставленої перед ними мети	Т. Захарова та Д. Стюріна [59]
	система взаємовідносин, які склалися в організації на основі прийнятих цінностей, базових уявлень і норм поведінки, необхідних для виконання її місії	Г. Захарчин [60, с. 13]
	динамічна система правил, які включають в собі відносини, цінності, переконання, норми та поведінку, що поділяються усіма членами організації	Д. Мацумото [126]
	специфічна для певної організації система зв'язків, дій і взаємовідносин, що реалізуються в межах конкретного виду діяльності, є ціннісно-орієнтаційною основою аналізу та прийняття рішень, а також вибору членами організації прийнятого способу дій	Н. Мельникова [55, с. 161]
	система матеріальних і духовних надбань колективу окремої організації, з якими ідентифікує себе його більшість, які виражають унікальність цієї організації і знаходять втілення в роботі персоналу	Є. Нестеренко [138, с. 10]
	патерн колективних базових уявлень, які набуваються групою при вирішенні проблем адаптації до змін зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, ефективність якого виявилась достатньою для того, аби вважати	Е. Шейн [255]

Продовження табл.

	його цінним та передавати новим членам групи в якості правильної системи сприйняття, мислення і відчуття відносно названих проблем	
<i>організаційна культура як сукупність елементів</i>	сукупність колективних базових уявлень, групових норм і цінностей, що визначають особливості поведінки та взаємодії співробітників організації в різних видах діяльності, а також функціонуючій в ній системі управління	О. Євтіхов [53]
	сукупність визначених та встановлених в організації цілей, цінностей, норм, правил поведінки та санкцій, які суттєво впливають на ефективність діяльності промислового підприємства та міжособистісні стосунки працівників	Л. Карамушка та І. Сняданко [82, с. 17]
<i>організаційна культура як елемент, феномен організації або ідеологія</i>	загальні «когнітивні мапи», які використовують співробітники для орієнтації у світі організації	К. Вейк [273]
	базовий елемент внутрішнього середовища організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку	О. Харчишина [239]
	феномен, що полягає у тому, що в організації негласно й без письмової фіксації встановлюються та дотримуються специфічні норми та цінності і «типові» моделі поведінки	К. Фрайлінгер та І. Фішер [238]
	ідеологія управління та організації соціально-економічної системи	О. Тіхомірова [230]

Проаналізуємо детальніше наведені у таблиці дефініції фахівців у галузі психології, економіки та філософії. Не дивлячись на те, що всі визначення досить різні за своїм змістом, намагатимемось виділити загальні спільні риси.

Так, у першу чергу, можна звернути увагу, що у представлених тлумаченнях дослідники говорять про організаційну культуру як *систему*

(Л. Аксеновська [1], Н. Деметр [55], Т. Захарова та Д. Стюріна [59], Г. Захарчин [60], Д. Мацумото [126], Н. Мельникова [55], Є. Нестеренко [138], Е. Шейн [255]) або *сукупність певних елементів* (О. Євтіхов [53], Л. Карамушка та І. Сняданко [82]). При цьому зазначеними елементами можуть виступати символи, відносини, цінності, переконання, норми, поведінка, уявлення, етичні смисли, цінності, цілі, санкції, надбання, зв'язки, дії та взаємовідносини організації.

На противагу такому розумінню особливо виділяються, на наш погляд, визначення організаційної культури як *елементу* (О. Харчишина [239]), *феномену* організації (К. Вейк [273], К. Фрайлінгер та І. Фішер [238]) чи взагалі *ідеології* (О. Тіхомірова [230]).

Подальший теоретичний аналіз сучасних тенденцій дослідження поняття «організаційна культура» показав, що умовно визначення терміну можна розділити на дві групи, якщо брати за основу систему загальних методологічних принципів, що лежать у їхній основі [24; 25; 35; 66; 74; 83; 131; 152; 192; 239]: раціонально-прагматичний та феноменологічний підходи. У науковій літературі виділено також й інші концепції, проте в контексті нашого дослідження вважаємо даний підхід більш актуальним.

Отже, перший, так званий **раціонально-прагматичний** або **функціональний** підхід, розглядає організаційну культуру як *атрибут організації*, що являє собою комплекс певних складових елементів, які поділяють та реалізують у своїй діяльності члени організації. Згідно даного підходу передбачено можливість впливу на формування організаційної культури. Ця теорія оформилася в працях Л. Аксеновської [1], Т. Захарової та Д. Стюріної [59], Г. Захарчина [60], О. Євтіхова [53], Л. Карамушки та І. Сняданко [82], Д. Мацумото [126], Є. Нестеренка [138], В. Співака [208], О. Тіхомірової [230], К. Фрайлінгера та І. Фішера [238], О. В. Харчишиної [239], Е. Шейна [255; 265] та ін.

Поряд з відомими дефініціями у літературі у рамках даного підходу можна зустріти порівняння організаційної культури з *«особистістю*

організації» (А. Кумкін та М. Косцова [108]; К. МакНамара [277] та ін.) або *«душею організації»* (О. Віханский та А. Наумов [33]; Л. Довгань, В. Немцов та Г. Сініок [140]; О. Євтіхов [53]; М. Чернишева [248] та ін.). Це не лише найбільш лаконічні, а, на наш погляд, й найбільш вдалі тлумачення організаційної культури з точки зору психологічної науки.

Другий підхід, *феноменологічний*, трактує організаційну культуру як визначення самої суті організації, тобто, це не властивість організації, а те, чим вона, власне кажучи, є. Цей підхід найчастіше асоціюється у дослідників з *семіотичною* моделлю організації та повністю заперечує можливість цілеспрямованого прямого впливу на формування чи реформування організаційної культури. Прихильниками даного підходу виступали Ю. Красовський [101; 102], Г. Морган [132] та ін.

Підкреслимо, що в основі нашого дослідження є саме раціонально-прагматичний підхід до аналізу сутності організаційної культури майбутнього місця роботи, що, на наш погляд, можна обґрунтувати таким чином. Культура організації не може завжди залишатись статичною й не піддаватися реформуванню [56; 196; 142; 267; 273]. Цією динамічною реформою може бути прихід в організацію нової особистості або взагалі команди управлінців, звільнення неформального лідера колективу, зміни у чинному законодавстві тощо, які так чи інакше можуть впливати на культуру, що вже історично склалась у певній організації. Якщо подивитись на ці приклади з точки зору феноменологічного підходу, то ці зміни тягнуть за собою зміну самої організації, появу зовсім нової. Але організація, що функціонувала до змін, не припинила своє існування й не була створена інша організація. Таким чином, відбулись зміни лише в організаційній культурі та змісті її складових елементів.

Базуючись на поглядах зарубіжних та вітчизняних дослідників (Л. Аксеновська [1], Т. Антопольська [6; 7], С. Бишляго [27], О. Бусигін [25], О. Власова [35; 36], Н. Деметр [55], Г. Захарчин [60], А. Зродніков [66], О. О'Доннелл та Р. Бойл [278], О. Євтіхов [53], К. Камерон та Р. Куїнн [265];

78], Л. Карамушка та І. Сняданко [82], М. Карпенгер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266], Дж. Кейтон [274], Ю. Красовський [101; 102], А. Кумкін та М. Косцова [108], К. МакНамара [277], Д. Мацумото [126], В. Машков [127], Н. Мельникова [55], Є. Нестеренко [138], В. Оучі [280], Ю. Палеха, Ж. Серкіс [189; 190], О. Стеклова [222; 223], О. Тіхомірова [230], К. Фрайлінгер та І. Фішер [238], О. Харчишина [239], Г. Чайка [244], А. Шевченко [253; 254], Е. Шейн [255; 282] та ін.), пропонуємо власне визначення організаційної культури згідно раціонально-прагматичного підходу.

Під *організаційною культурою* ми будемо розуміти *атрибут організації, що включає такі основні елементи: імідж, систему менеджменту, формальні й неформальні цінності та переконання організації, а також культури особистостей*. Тобто організаційна культура майбутнього місця роботи проявляється через систему складових компонентів, що характеризують організацію у її своєрідності та унікальності. На наш погляд, такі елементи організаційної культури знаходять відображення в «базових» показниках організаційної культури, які стосуються «роботи», «комунікації», «управління», «мотивації і моралі» (І. Ладанов [39; 110; 127]). При цьому суттєвим є врахування такої характеристики, як сила організаційної культури (Р. Паскаль [80; 127]).

Розглянемо виділені складові організаційної культури докладніше.

Узагальнюючи основні підходи, визначені у сучасній літературі (М. Варій [30], В. Веснін [32], О. Євтіхов [53], Ф. Котлер [100], А. Кумкін та М. Косцова [108], І. Ладанов [110], Л. Орбан-Лембрик [150], Г. Чайка [244], С. Мочерний [54], С. Нікітова [141] та ін.), поняття *«імідж організації»* можна визначити як набір припущень, ідей та вражень індивіда про цю організацію. Тобто, під *іміджем* ми розуміємо емоційно забарвлений образ організації, що склався у свідомості особистості під впливом зовнішніх суттєвих ознак організації. Такими ознаками можуть виступати, на наш погляд, назва організації, складові її брендів (слоган, логотип, уніформа тощо), внутрішня (для персоналу) та зовнішня (для стейкхолдерів) газети,

Інтернет-сайт, облаштування офісних приміщень, зовнішній вигляд персоналу тощо.

Далі необхідно зазначити, що імідж організації може бути *внутрішнім*, тобто який існує у свідомості співробітників, та *зовнішнім*, що сформований у свідомості партнерів, конкурентів та громадськості в цілому [230; 244]. Так, О. Євтіхов [53], говорячи про функції організаційної культури, визначає функцію формування іміджу організації у створенні сприятливого враження лише у зовнішньому середовищі.

Особливо слід відмітити, що *складовим елементом нашого розуміння організаційної культури виступає внутрішній імідж організації*, а зовнішній імідж, на наш погляд, обумовлюється у колективній свідомості громадськості вже на основі організаційної культури серед інших факторів. Проте ми включаємо у розуміння поняття «організаційна культура» загальний термін «імідж організації» без такого уточнення, бо погоджуємось з «подвійною природою організаційної культури (культура є одночасно причиною і наслідком...)», як зазначила у своєму науковому дослідженні А. Шевченко [253, с. 107].

Проведений нами теоретичний аналіз проблеми, а також узагальнення власного досвіду автора дозволяє стверджувати, що кожна організація намагається постійно працювати над створенням сталого іміджу, що схвально сприймається громадськістю. Позитивний імідж дозволяє організації мати успіх на всіх ринках: ринку споживачів, ринку постачальників та, особливо важливому у контексті нашого дослідження, ринку праці. Особистість, обираючи організаційну культуру майбутнього місця роботи, в першу чергу відгукнеться на об'яву про вакансію організації з кращим, суб'єктивно більш позитивним, іміджем, ніж у конкурентів організації. Таким чином, позитивний імідж може привертати увагу шукачів роботи до одних організацій, а відповідно негативний імідж може відвертати увагу від інших організацій.

Наступним кроком вважаємо доречним розглянути як формується імідж об'єкту у свідомості людини. Так, американський дослідник Ф. Котлер [97] відмічав, що імідж залежить від накопиченого досвіду та є результатом вибіркового сприйняття, вибіркового перекручування і вибіркового запам'ятовування. Суттєвим є також положення Р. ван Діка [183], який зазначив, що імідж організації визначається спостережуваними зовні або усередині організації нормами, правилами, способами спілкування, які у своїй сукупності створюють організаційну культуру. Тут необхідно зауважити, що імідж організації може складатись з таких зовнішніх, часто доступних широкому колу громадськості, елементів як імідж товарів чи послуг, імідж споживачів, імідж партнерів тощо, та внутрішніх елементів як імідж засновника організації чи першого керівника й іміджу персоналу. При цьому *імідж особистості* – співробітника організації – залежить від ступеню ідентифікації людини із організацією, відповідності іміджу організації її власному [150].

Перш ніж розглядати другу складову організаційної культури – *систему менеджменту* – наведемо тлумачення поняття «менеджмент». Менеджмент за визначенням групи вітчизняних науковців разом з В. Немцовим – це «процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з тим, щоб досягти координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного досягнення завдань» [140, с. 7]. Отже, *система менеджменту* – це система управління ресурсами організації для досягнення визначених завдань. Звідси випливає, що система менеджменту – це культура управління та політика організації у сфері операційної та стратегічної діяльності, фінансів, маркетингу, інформаційних технологій, безпеки, персоналу тощо. Елементами системи менеджменту організації можуть виступати організаційна структура, стиль керівництва, системи стимулювання та мотивації, швидкість прийняття рішень, норми поведінки, система комунікації, традиції тощо [33; 140].

Як свідчить власний досвід автора та фахівців у галузі управління персоналом, організація може закріпити свою систему менеджменту у внутрішніх документах, що доступні для співробітників. У таких розпорядчих документах фіксуються економічні та соціально-психологічні параметри [238]. Ці документи з метою прийняття організаційної культури також можуть пропонуватись на ознайомлення претенденту на певну посаду під час останніх етапів серії співбесід в організації. Разом з тим, слід зазначити, що частіше про їх зміст повідомляється в усній формі.

Наступним елементом у структурі організаційної культури розглянемо *цінності* та *переконання*.

Зазвичай вчені зазначають, що цінності – це ті життєві соціально-психологічні установки, навіть стандарти, що дуже важливі для даної особистості [33; 39; 57; 173]. Саме цінності формують поведінку особистості та спонукають її діяти тим чи іншим чином. При цьому цінності досить стійкі до фактору часу. Дуже важливо, щоб цінності організації та цінності особистості при виборі даного місця роботи співпадали.

Цінності організації – це громадське визнання та гідність людської особистості, моральні характеристики дій посадових осіб та моральні норми, принципи, ідеали, якими керуються в організації, шляхи розв'язання конфліктів, дисципліна, критерії висунення кандидатів на керівні посади, ступінь відповідальності за виконувану роботу [10; 244]. Це можуть бути соціальна ефективність (відповідальність) організації («концепція обов'язкової участі... у розв'язанні проблем суспільства» [242, с. 129–130]), її новаторство, відповідальність, ініціативність співробітників тощо. Організація формує свої цінності в залежності від політично-економічного, соціально-культурного середовища, національно-державного та етнічного факторів, особистісних цінностей працівників та керівників [55; 57; 141; 244], а особистість – в залежності від її соціального досвіду [95; 207; 240].

Дослідники з теорії культури зазначають, що культура ґрунтується на системі цінностей та особливо підкреслюється саме цінність праці для

людини. Ми погоджуємось з П. Гуревичем [46], який визначав людину як унікального творця, що прагне не тільки виконувати напівавсвідомлені операції, але й надавати зміст усій діяльності. Отже, у нашому випадку, особистість, шукаючи майбутнє місце роботи, прагне зробити свідомий вибір на користь тієї чи іншої пропозиції від організації-роботодавця, обрати адекватну організаційну культуру, щоб праця в такій організації приносила лише задоволення.

Багато авторів [39; 62; 63; 69; 95; 108; 116; 127; 128; 140; 142; 144; 175; 177; 184; 196; 240; 244; 251; 255; 267; 279; 286] підкреслювали роль цінностей у структурі організаційної культури. Так, на думку О. Кумкіна та М. Косцової [108] організаційна культура виражається у конкретних цінностях, що задають людям орієнтири їх поведінки. Г. Чайка [244], І. Шавкун та Я. Дибчинська [251] називали цінності ядром культури організації. Цінності можуть усвідомлюватись чи бути неусвідомленими, істинні чи лише декларуємі, але доведено [128], що для колективів з високою міжособистісною сумісністю характерна подібність ціннісних орієнтацій. В. Немцов з колегами [140] також вважали, що на цінностях базується організація, і вони становлять цілі її існування або способи досягнення цих цілей.

І. Тюрменко [107] зазначила, що категорія цінності утворюється у людській свідомості через порівняння різних явищ. Таким чином, особистість, обираючи майбутнє місце роботи і відвідуючи співбесіди, згадуючи досвід роботи свій та близьких, порівнює культури цих організацій. У результаті особистість переосмислює свою систему цінностей та співставляє власну культуру з культурою організацій, наскільки це можливо, враховуючи наявну інформацію.

Видатний український психолог С. Максименко, аналізуючи *переконання* особистості, визначив їх як «систему мотивів особистості, що спонукає її діяти відповідно до власних поглядів і принципів» [117, с. 54]. Основою переконань є свідомі потреби особистості, що, формуючи звичну

поведінку, спонукають її до певних дій та стають рисами характеру. Людині дуже важко зрадити своїм переконанням, набагато легше їм слідувати. Причиною є непохитна впевненість особистості у відповідності цінностей своїй життєвій позиції, що становить ядро переконань.

Подальший наліз літератури показав, що слід виділяти формальні та неформальні цінності та переконання.

Формальні цінності та переконання декларуються та поділяються усіма членами організації, включають також місію та філософію організації [49; 116; 244; 255]. Формальним переконанням може бути відповідальність, орієнтація на зовнішнього (партнери, клієнти) чи внутрішнього (співробітники) клієнтів, командна робота, заборона розпалення конфліктів тощо [49; 244].

Зазвичай формальні цінності та переконання організації фіксують у різноманітних положеннях та кодексах: організаційному, корпоративному, етики, правил, спілкування, поведінки, але можливі й інші варіації назви. Власний досвід автора дозволяє погодитись з К. Макгоффом [116], який зазначив, що оформлена письмово культура краще сприймається, особливо новими співробітниками, які відразу отримують уявлення про те, що припустимо, а що ні в організації.

Неформальні цінності та переконання організації – це ті цінності та переконання, що не декларуються, але поділяються та виконуються більшістю членів організації [82; 152; 255]. Наприклад, гнучкий графік роботи, який не зазначений в жодному офіційному документі організації, та якого дотримується більшість співробітників з дозволу керівництва. Або ж робочий день колективу починається з філіжанки кави на кухні та дружньої розмови з колегами, що сприяє в цій організації налаштуванню на продуктивну роботу протягом дня.

Зауважимо, що з часом за умови прийняття формальних цінностей та переконань персоналом організації, створення почуття ідентичності такі цінності та переконання можуть стати неформальними [82]. До умовного

переходу у кожного співробітника формальних цінностей та переконань у неформальні часто прагнуть в організаціях з сильною організаційною культурою.

Вважаємо необхідним зазначити, що *сила організаційної культури* показує наскільки співробітники організації поділяють цінності, переконання та інші елементи організаційної культури. Зокрема, В. Машков [127] визначає складовими сильної організаційної культури набір чітко визначених уявлень про цінності та керівні принципи, що розуміються та схвалюються усіма членами організації.

Таким чином, чим сильніша організаційна культура, тим більше співробітників вважають власними цінності, переконання організації. Відповідно чим слабша організаційна культура, тим менше співробітників поділяють цінності, переконання організації. Так, якщо співробітники знають історію створення та існування організації, з повагою відносяться до організаційної символіки, виконують правила Етичного (Організаційного) кодексу тощо, то можна впевнено припустити, що організація має сильну організаційну культуру. При цьому також чим сильніша організаційна культура, тим більшого впливу зазнає особистість від організації.

Далі проаналізуємо наступний складовий елемент організаційної культури – *культуру особистості*.

Дійсно, основа будь-якої організації, її потенціал та надбання – це людина. Особистість з власними потребами, інтересами та установками, що здійснює постійний як прямий, так й опосередкований вплив на культуру своєї організації. Особистість в організації може формувати її культуру (особливо якщо ця людина неформальний лідер колективу або офіційний керівник), виступати представником чи бути спостерігачем організаційної культури. Г. Коджаспірова й А. Коджаспіров [165] визначають культуру особистості як рівень розвитку й реалізації сутнісних сил людини, її здібностей.

Культуру особистості представляють основи уявлення про навколишній світ та людину в ньому. Культура особистості – це власне сама особистість, яка привносить в організаційну культуру щось своє, особисте. В. Машков [127] зазначив, що створення організаційної культури розглядається як результат взаємодії співробітників. К. Крістенсен і К. Шу [267] також визначили культуру як результат узагальненого спільного навчального досвіду (мовою оригіналу «common learning experiences»).

Слід також зазначити, що Л. Карамушка та І. Сняданко [82], Д. Мацумото [126], О. Тіхомірова [230], О. Кумкін та М. Косцова [108], Г. Тульчивський та Е. Шекова [234] та ін. відносять культуру особистості до чинників мікрорівня, що формують організаційну культуру.

Отже, організаційна культура є складним багатоаспектним феноменом, що включає такі елементи як імідж, систему менеджменту, формальні й неформальні цінності та переконання організації, а також культури особистостей.

Цікавою у контексті нашого дослідження є також точка зору О. Нагієвої [133], яка визначає першим рівнем ієрархії організаційної культури, тобто певних рівнів, на яких вона послідовно формується, саме культуру працівника.

Щодо **функцій організаційної культури**, то комплексний аналіз науково-методичних вітчизняних і зарубіжних літературних джерел [5; 32; 36; 53; 55; 82; 138; 154; 177; 230; 255] показав, що науковці виділяють такі основні функції:

- *адаптивна*, адаптивно-пізнавальна або пізнавальна (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], О. Власова [36], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177], Е. Шейн [282]);
- *іміджева* або формування іміджу (В. Аніщенко [5], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]);
- *інтегруюча* (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], О. Власова [36], О. Євтіхов [53], Л. Карамушка й І. Сняданко [82], Г. Пурінова та В. Барежєв [177], Е. Шейн [282]);

- *комунікаційна* (В. Веснін [32], О. Власова [36], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]);
- *мотиваційна* (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], О. Власова [36], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]);
- *орієнтуюча* (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], Базуючись на поглядах дослідників [82], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]);
- *охоронна* або фільтрувально-захисна (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]);
- *оцінювальна* або оціночно-нормативна (Л. Карамушка й І. Сняданко [82], Є. Нестеренко [138]);
- *регулююча* або нормативно-регулююча (В. Аніщенко [5], В. Веснін [32], О. Власова [36], О. Євтіхов [53], Є. Нестеренко [138], Г. Пурінова та В. Барежєв [177]).

Окрім наведених, дослідниками також виділяються такі функції організаційної культури як асимілююча [177]; приналежності та контролююча [82]; виховна, селективна, функції колективної пам'яті та власного самовідтворення [138]; створення цінностей, інноваційна, діяльнісна, персоніфікуюча, мобілізаційна та стабілізуюча [36]; управлінська, управління якістю, рекреативна, пристосування організації до зовнішніх соціально-психологічних умов, регулювання партнерських відносин та зі споживачами [53].

Цікавим є підхід О. Тіхомірової [230], яка досліджуючи особливості організаційної культури, виявила такі функції як а) формування, нагромадження, передачу, зберігання цінностей організації; б) формування системи знань; в) формування системи внутрішніх комунікацій і зв'язків усередині організації по вертикалі й горизонталі; г) формування системи зовнішніх комунікацій та зв'язків організації; д) цілепокладання; ж) формування культури трудового, виробничого й інших матеріальних процесів.

Також О. Орчаков [154] визначив функції внутрішньої інтеграції та зовнішньої адаптації організаційної культури.

Н. Мельникова [55] називала функціями організаційної культури створення відчуття ідентичності усіх членів організації та гармонізацію колективних та індивідуальних інтересів.

Базуючись на поглядах дослідників [5; 32; 36; 53; 55; 82; 138; 154; 177; 230], у контексті нашого аналізу, вважаємо доречним звернути увагу на певні *функції* культури організації, які можуть виконуватись, з одного боку, у процесі підбору персоналу, та, з іншого, – на етапі проходження серії співбесід особистістю, яка обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Функції організаційної культури у контексті вибору особистістю майбутнього місця роботи

Отже, до функцій організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи можна віднести наступні:

- *інформаційна* – полягає в інформаційній відкритості основних елементів організаційної культури сторонньому спостерігачу;
- *пізнавальна* – виконується у процесі презентації організації зовнішньому середовищу, в тому числі, під час підбору персоналу, та згодом, у процесі адаптації в організації нових співробітників;

- *комунікативна* – проявляється через манеру спілкування як серед співробітників, так із партнерами організації, та, особливо, у процесі підбору персоналу;
- *діагностична* – визначає ступінь сформованої відповідності або психологічної готовності особистості як потенційного члена організації до прийняття існуючої організаційної культури;
- *аккумулятивна* – збереження елементів організаційної культури з метою їх подальшої передачі новим членам або подальшої трансформації у процесі діяльності організації;
- *управлінська* – підтримка системи менеджменту організації;
- *формалізуюча* – визначає формальні цінності та переконання організації, відслідковуючи порушення загальноприйнятих правил поведінки;
- *інтегруюча* – сприяє цілісності організації, узагальнюючи культурний досвід кожного співробітника.

Організаційна культура відіграє значну роль при виборі особистістю майбутнього місця роботи. Кожен у процесі соціалізації формує власне уявлення про складові елементи бажаної організаційної культури. Тісний зв'язок виділених функцій організаційної культури, на наш погляд, на етапі вибору особистістю майбутнього місця роботи дозволяє їй наблизитись до розуміння організаційної культури потенційного місця роботи.

Організаційна культура складна за своєю природою та не має єдиного загальноприйнятого підходу щодо власного вивчення. Багатогранність терміну у силу міждисциплінарного положення спонукає вітчизняних та зарубіжних науковців по-різному тлумачити, розмежовувати, а подекуди й підміняти поняттям «корпоративна культура». Підводячи підсумок, підкреслюємо, що, на наш погляд, лише організаційна культура характеризує будь-яку організацію як соціальну систему.

1.2. Особистість як суб'єкт вибору організаційної культури майбутнього місця роботи

Дослідження особистості як суб'єкту вибору організаційної культури майбутнього місця роботи доцільно, на наш погляд, здійснювати у процесі висвітлення наступних питань:

- *поняття вибору та поняття вибору організаційної культури майбутнього місця роботи;*
- *особливості ситуації вибору майбутнього місця роботи;*
- *професійна соціалізація особистості, аналіз стадій професійної соціалізації особистості в контексті організаційної культури;*
- *формування попереднього уявлення про організаційну культуру можливого місця роботи під час знайомства з вакансією;*
- *індикатори вибору організаційної культури.*

Розглянемо кожне з виділених питань докладніше.

Обираючи майбутнє місце роботи, особистість виступає у якості **суб'єкта вибору**. Зокрема, значний вплив на вибір особистістю майбутнього місця роботи становить організаційна культура як один з атрибутів організації. Існують різноманітні підходи по вивченню організаційної культури та її елементів, та вона, як нам відомо, не досліджується як чинник вибору особистістю, поки ця людина не стає співробітником конкретної організації.

Чимало зарубіжних та вітчизняних літературних джерел (С. Бишляго [27]; В. Бочелюк [20]; К. Герольд [41]; Л. Грабс-Уест [43]; К. Гуревич [45]; С. Іванова [68]; Дж. Кейтон [274]; О. М. Кумкін та М. В. Косцова [108]; Г. Ложкін, Н. Волянюк, О. Солтис [113]; Е. Майклз, Х. Хендфілд-Джонс та Е. Екселрод [115]; В. Машков [127]; Л. Орбан-Лембрик [150; 176]; С. Роббінс та М. Коултер [180]; Я. Слабко [194]; В. Співак [208]; Г. Суходольский [151]; О. Тіхомірова [230]; І. Химич [241]; Є. Ходаківський, Ю. Богоявленська і Т. Грабар [242]; А. Чанько [245]; М. Шейніс [256] та ін.) дають здебільшого

рекомендації роботодавцям для удосконалення процесу пошуку персоналу та прийняття в організацію нових співробітників, роблячи акценти на психологічному супроводі процесу відбору, визначенні професійної та особистісної придатності людини до вакантної позиції, висвітленні психологічних особливостей прогнозування поведінки, розкриваючи практику підбору іноземних організацій тощо. Слід також зауважити, що майже не має літератури яка б визначала особистість як суб'єкт вибору майбутнього місця роботи – розглядаються, в основному, рекомендації по проходженню співбесіди та підготовки до неї [208; 242], зокрема поради стосовно початку знайомства з організаційною культурою під час інтерв'ю [269; 275].

Отже, вважаємо доречним далі розглянути особистість у контексті теоретичного дослідження особливостей процесу вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Щодо **поняття «вибір»**, то слід зазначити, що зазвичай науковці (С. Гурська [47], Д. Канеман й А. Тверські [79], Д. Леонтьєв та Н. Пилипко [111], А. Орлова [153] та ін.), з позиції діяльнісного підходу розглядають вільний (простий) вибір, що здійснюється у процесі порівняння альтернатив за відомим суб'єкту критерієм з метою досягнення певного результату оптимальним шляхом. При цьому допускається, що даний критерій може бути не чітко сформульованим, тоді вибір називається вже смисловим.

Таким чином, можемо констатувати, що у контексті нашого дослідження *вибір* доцільно розглядати саме як внутрішній процес (діяльність) для досягнення певного результату – адекватної потребам та установкам *організаційної культури майбутнього місця роботи*. При цьому процес прийняття рішення відносно організаційної культури майбутнього місця роботи в кожному окремому випадку може бути як *вільним* (якщо особистість чітко усвідомлює які саме елементи організаційної культури обирає), так і *смисловим* (коли особистість обирає організаційну культуру, повністю не усвідомлюючи власні базові потреби та соціально-психологічні

установки у мотиваційно-потребовій сфері). Проте у нашому подальшому дослідженні ми не розмежовували вільний та смисловий вибір.

В цілому, докладний аналіз літератури показав, що питання вибору майбутнього місця роботи, як й загалом мотивація пошуку роботи, залишається досі маловивченою. Зокрема, науковці [29] припускають, що поведінка безробітного, активність пошуку нового місця роботи багато в чому залежать від його мотиваційної сфери, розуміння власного сенсу життя. На наш погляд, це твердження також можна екстраполювати на інші категорії осіб, зокрема особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Далі вважаємо доречним зауважити, що Е. Чугункова [70] класифікує *мотиви вибору місця роботи* таким чином: домінантний тип професійної мотивації – стійкий інтерес до певної професії; ситуативний тип професійної мотивації – вплив привхідних життєвих обставин, які не завжди узгоджуються з інтересами особистості; конформістський (сугестивний) тип професійної мотивації – переконуючий вплив з боку найближчого соціального оточення. Цікавими у контексті теми нашої дисертаційної роботи є результати дослідження стратегії поведінки безробітних з метою працевлаштування О. Невоїної та Я. Сінгуцької [136]. Так, згідно їхнього опитування респонденти у пошуку роботи звертались до Центру зайнятості (100%), по допомогу до знайомих (100%), до ЗМІ (100%) та хаотичного пошуку (65%).

У контексті нашого дослідження зазначаємо підхід О. Житник [58] до вибору особистістю нової роботи, але вважаємо необхідним його уточнити. Відповідно до підходу дослідниці **ситуацію вибору роботи** можна розглядати як:

- *актуально-конфліктну*, якщо особистість працює та паралельно шукає нове місце роботи з метою задоволення актуальних мотивів, що не задовольняються на існуючому робочому місці;

- *потенційно-конфліктну*, якщо працююча особистість отримує другу вищу освіту або проходить курс перепідготовки та обирає роботу з нової спеціальності;
- *проективну*, якщо це пошук першої роботи особистості [58].

Вважаємо, що ситуацію вибору роботи доречно також розглядати як *актуальну*, якщо майбутнє місце роботи обирає безробітна особа, тобто людина, яка має певний професійний досвід, що на даний момент не реалізується в силу якихось обставин.

Аналізуючи особистість як суб'єкт вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, слід звернути увагу, на наш погляд, що пошук роботи є одним з елементів **професійної соціалізації** особистості.

Професійна соціалізація дозволяє особистості обрати організаційну культуру майбутнього місця роботи, успішно пройти випробувальний термін та надалі із задоволенням працювати в обраній організації або шукати нове місце роботи у випадку незадоволення організацією з якихось причин. Ми лише частково погоджуємось з українським психологом О. Ішук, яка у своєму дослідженні визначає соціалізацію як «адаптаційний процес нового працівника до організаційної культури підприємства, організації, установи» [75, с. 198]. Тому що вважаємо, що професійна соціалізація особистості розпочинається з пошуку вакантного місця, вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, продовжується адаптацією та подальшою ідентифікацією співробітника в організації. Далі автор зазначила, що соціалізація проходить такі стадії як попередня, «зіткнення» та «метаморфози».

Базуючись на описаному підході дослідниці [75], та доповнюючи його нашим [217], можна визначити *стадії* професійної соціалізації особистості в контексті організаційної культури, об'єднавши їх у дві основні *групи*: а) пов'язані з вибором особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи; б) задіяні у процесі взаємодії особистості з організаційною культурою місця роботи.

Так можна стверджувати, що першу групу, на наш погляд, представляють наступні стадії:

1. *попередня стадія* [75] – коли особистість лише дізнається про наявність вакансії в організації;

2. *стадія підготовки* – характеризується можливістю скласти попереднє уявлення про організаційну культуру за допомогою наявної інформації про організацію у засобах масової інформації, особистих контактів тощо;

3. *стадія знайомства* – дозволяє особистості оцінити деякі аспекти організаційної культури у процесі спілкування з представниками організації під час серії співбесід;

4. *стадія прийняття рішення* – існує за умови, що особистість не самотійно обирає організаційну культуру, вважаючи доречним вислухати експертну оцінку близького оточення.

Відповідно до другої групи стадій, що задіяні у процесі взаємодії особистості з організаційною культурою, відносимо такі:

1. *стадія адаптації* – характеризує особистість як співробітника організації та має змогу роздивитись своєрідність обраної організаційної культури;

2. *стадія «зіткнення»* [75] – дозволяє особистості нарешті порівняти реальну організаційну культуру з власними очікуваннями, основними потребами та соціально-психологічними установками в мотиваційно-потребовій сфері;

3. *стадія «метаморфози»* [75] – особистість пристосовується до існуючої організаційної культури;

4. *стадія завершення* – обумовлює необхідність залишення особистістю організації, а відповідно й організаційної культури.

Разом з тим, професійна соціалізація передбачає активність самої особистості, врахування її потреб, інтересів та ціннісних орієнтацій. З одного боку, організаційна культура привертає увагу особистості, якщо формальні

цінності та переконання організації знаходять відгук в особистості, співпадають з її спрямованістю. З іншого – менеджери з підбору персоналу намагаються знайти такого потенційного співробітника, який би органічно доповнив існуючу організаційну культуру.

Також з метою сприяння професійній соціалізації особистості у контексті вибору організаційної культури майбутнього місця доречно, на наш погляд, використовувати індивідуальне психологічне консультування. Консультування – це саме той тип допомоги, що дозволяє людині визначити свої можливості, усвідомити потреби, інтереси та змодельовати адекватний образ організаційної культури майбутнього місця роботи тощо.

Попередня стадія професійної соціалізації разом зі стадіями підготовки та знайомства набувають особливого значення у контексті вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи. Далі проаналізуємо яким чином особистість може сформулювати **попереднє уявлення про організаційну культуру** під час проходження виділених стадій професійної соціалізації.

З організаційною культурою особистість стикається щойно дізнавшись про наявну вакансію в організації. Отже, скласти *попереднє уявлення про організаційну культуру* можна, на наш погляд, за допомогою елементів інформаційної культури, що становлять (рис. 1.2):

- *засоби масової інформації* (ЗМІ) – статті та коментарі в газетах, журналах, на телебаченні, по радіо, а також наявна інформація на просторах Інтернету (особливо офіційний сайт та сторінки організації у соціальних мережах типу LinkedIn, Facebook, Twitter тощо);
- *особисті контакти* – інформація від близького оточення особистості (рідні та друзі), а також за допомогою сторінок співробітників організації в соціальних мережах;
- *власні умовиводи* особистості про організацію за допомогою наявної інформації до знайомства з вакансією та *спостереження* під час відвідування офісу або іншої території організації. Дослідники [267; 273]

вказують на те, що кожна організація має власне суб'єктивне «відчуття» при першому знайомстві з нею. Наприклад, організація через свою культуру може залишати відчуття «легкої», «молодої», «зрілої», «демократичної», «агресивної», «інноваційної», «поміркованої», «консервативної» тощо;

- *співбесіди*, коли особистість має змогу проаналізувати розповідь представника організації та задати хвилюючі питання, а також ознайомитись зі змістом деяких внутрішніх відкритих документів.

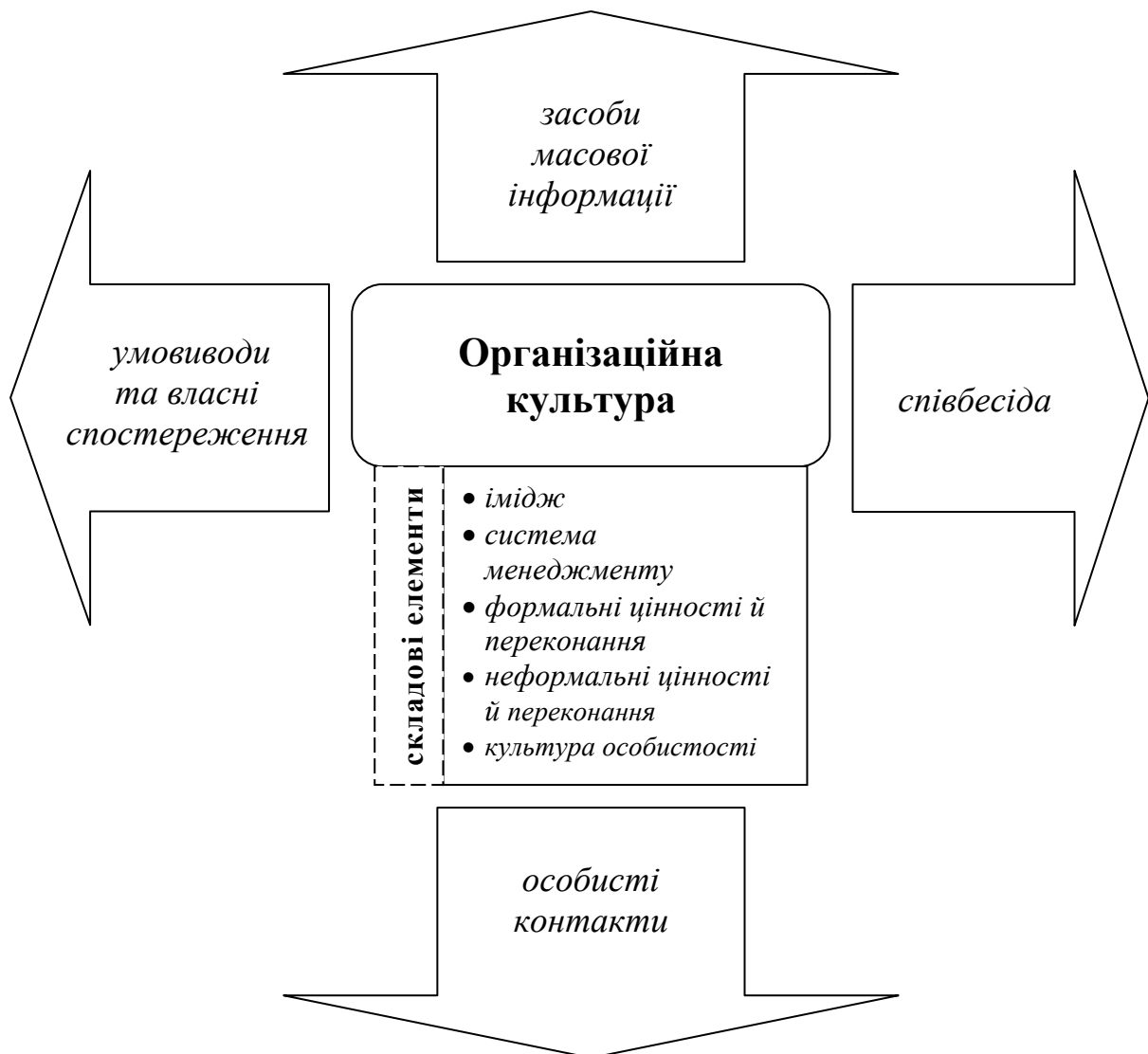


Рис. 1.2. Елементи інформаційної культури, що допомагають особистості скласти попереднє уявлення про організаційну культуру

Особлива увага у дослідженні організаційної культури майбутнього місця роботи має приділятися інтерв'юванню на вакантну посаду. Під час серії співбесід з представниками різних рівнів організації (наприклад,

менеджер по підборі персоналу, керівник відділу персоналу, фахівці та керівник відділу, у якому відкрита вакансія, керівник організації та служби безпеки) особистість матиме змогу дещо дізнатись про систему менеджменту, формальні й неформальні цінності та переконання, зверне увагу на прояви особистісної культури тих, з ким буде спілкуватись в цій організації. Таким чином, особистість, обираючи собі майбутнє місце трудової діяльності, зможе поверхнево ознайомитись з усіма виділеними елементами організаційної культури.

Так, науковці зі США М. Карпентер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266] вважають співбесіду гарним початком у розумінні організаційної культури. Автори пропонують спостерігати за середовищем організації, як люди вдягнені, де відпочивають, як вони спілкуються один з одним тощо та задавати більше питань. С. Гінсберг [269] і С. МакКорд [275] також рекомендують задавати представнику організації, який проводить інтерв'ю, ряд визначених питань та наголошують, що особистість не зможе працювати в організації, культура якої їй не підходить.

Особистості, що обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи, у пригоді стане будь-яка доступна інформація про організацію, щоб прийняти зважене рішення. Згідно рис. 1.2 на основі аналізу спеціалізованої літератури нами виділено **індикатори** (зрізи, компоненти, прояви або артефакти) кожного з елементів організаційної культури, що допоможуть сторонньому спостерігачу зрозуміти особливості організаційної культури та зробити вибір майбутнього місця роботи:

- прояви *іміджу* організації – це зовнішні особливості (поведінка працівників у коридорах, їх стиль одягу, манеру та мову спілкування, дизайн приміщень) [32; 67; 100; 154; 224; 266];

- *система менеджменту* організації виявляється у а) світогляді, місії або філософії та ідеології [32; 37; 49; 154; 186]; б) організації виробництва чи послуг [25; 186; 244]; в) системі комунікацій [5; 32; 42; 53; 67; 100; 141; 151];

154; 186; 224; 244; 273]; г) нормах та правилах [5; 32; 37; 49; 67; 141; 154; 224; 266]; д) системі заохочень та покарань [32; 67; 224; 266; 267]; ж) культурі управлінських дій, структурі та стилі управління [32; 49]; з) ставлення до нового, до змін, ризику [32];

- *формальні цінності та переконання* організації доступні спостерігачу у а) структуруванні часу та простору (графік роботи організації, трудова дисципліна, розподіл простору) [51; 53; 67; 154; 273]; б) традиціях, ритуалах та символах [5; 32; 49; 53; 67; 100; 141; 154; 186; 273; 224]; в) цінностях та внутрішніх критеріях ефективності [5; 32; 37; 49; 67; 100; 154; 186; 267];

- *неформальні цінності та переконання* організації проявляються у міфах, легендах, героях та антигероях [32; 67; 100; 141; 154; 224; 267; 273];

- *культури особистостей* організації виявляються через а) організаційну структуру або суб'єкти організації (персонал [49; 100]; б) структуру соціально-психологічних відносин в колективі [32; 100; 154; 266].

Слід також зазначити, що російський соціолог О. Бусигін [25] прийняти рішення про довіру до організації пропонує на основі оцінки таких параметрів організаційної поведінки як: прогресивність організації, наявність великої кількості ресурсів, творчий підхід до вирішення проблеми, активний маркетинг, лідерство в галузі, професійна компетенція, здатність вирішувати складні завдання, висока якість послуг, навіювана довіра, цінова політика, ступінь спеціалізації виробництва, широка компетентність і спеціалізація.

Ми погоджуємось з М. Карпентер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266], Дж. Кейтон [274], Ю. Кравцовою [99], які зауважували, що нові співробітники, які матимуть змогу інтегруватись в організаційну культуру, будуть більш задоволені місцем роботи, матимуть менше бажання змінити організацію та матимуть вищий рівень ідентифікації з організацією, що сприятиме успішності їх діяльності. Та частіше, продовжила Дж. Кейтон

[274], особистість не знайома з організаційною культурою чи має поверхнєве уявлення про неї, коли починає працювати в організації.

Проаналізувавши перераховані індикатори організаційної культури, ми погоджуємось з авторами та робимо висновок, що особистість може познайомитись з культурою потенційного місця роботи досить близько. Для цього необхідно не лише звертати увагу на текст вакансії та вербальну інформацію під час проходження серії співбесід, а й намагатись виявити якнайбільше зазначених індикаторів організаційної культури майбутнього місця роботи.

Вивчення особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи показало, що здійснення вибору може відбуватись як по відомим особистості критеріям, так і не чітко усвідомлюваним. Незалежно від усвідомлення даних альтернатив особистість у процесі вибору може сформувати попереднє уявлення про організаційну культуру, проаналізувавши елементи організаційної культури, що проявляються у вигляді певних індикаторів. При цьому вибір організаційної культури майбутнього місця роботи здійснюється у рамках професійної соціалізації особистості.

1.3. Модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

Аналіз психологічних чинників вибору організаційної культури майбутнього місця роботи передбачає, на наш погляд, дослідження наступних аспектів:

- *особистісні чинники, що впливають на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи;*
- *особливості типології організаційної культури;*

- *теоретична модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи згідно раціонально-прагматичного підходу до тлумачення поняття.*

На вибір організаційної культури майбутнього місця роботи впливають безпосередньо особливості складових елементів організаційної культури, її тип та особистісні чинники. Розглянемо ці чинники докладніше.

Серед **особистісних чинників**, що впливають на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи, особливо виділяються, на наш погляд, ступінь задоволеності основних потреб [80; 129; 170; 171] та вираженість соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості [80; 168; 171; 259]. Саме усвідомлення власних потреб та установок дозволяє особистості обрати організаційну культуру, що задовольнятиме ці потреби та відповідатиме її установкам.

Накопичений у літературі досвід та наше теоретичне дослідження дозволяють стверджувати, що саме елементи культури особистості впливають на очікування людини та уявлення про організаційну культуру майбутнього місця роботи та як наслідок формують мотиви вибору. Кожна особистість є носієм власних уявлень про організаційну культуру [67; 197]. У кожної людини досвід поведінки в організації починає закладатись ще в дитинстві, формуючись у процесі соціалізації – навчання, спілкування з родиною та друзями тощо. Обираючи організаційну культуру, особистість виходить із розуміння того факту, що значну кількість часу, вона має проводити на роботі, тому й намагається зробити своє перебування в цьому місці максимально комфортним для себе, обираючи саме ту культуру, яка для неї є найбільш характерною.

Особистість у якості суб'єкту вибору організаційної культури майбутнього місця роботи постає безпосереднім учасником суспільних відносин, задовольняючи таким чином власні базові потреби: можливість заробити на життя та реалізацію власного хобі, цінності ділового та

міжособистісного спілкування, належності особистості до конкретної професійної або соціальної групи (організації), професійне та кар'єрне зростання тощо. Тому на даному етапі особливо важливо, щоб особистість усвідомлювала потреби та обирала організаційну культуру майбутнього місця роботи згідно розуміння та подальшого врахування власних потреб та ціннісних орієнтацій. Зокрема, В. Співак [208] зазначив, що потреби особистості формують подальші мотиви вибору місця роботи. Серед мотивів та інших чинників дослідник виділив стабільність та тривалість отримання засобів для задоволення власних потреб.

Аналіз спеціалізованої літератури (В. Бочелюк [19]; С. Максименко [117]; Г. Чайка [244] та ін.) показує, що потреби особистості розвиваються одночасно із розвитком нашого суспільства. Згідно даних психологічних досліджень [19; 21; 244] в Україні сьогодні на противагу радянським цінностям колективізму, дружби народів тощо зустрічається домінування індивідуалістичних цінностей, зростає цінність наявності робочого місця та вимоги до рівня оплати праці, можливостей професійної кар'єри, самореалізації тощо. Особистість у першу чергу турбується про себе та зважає на власні цінності, при цьому суспільні цінності у неї культивуються згідно залишкового принципу. Цікавою у контексті нашого дослідження є також думка С. Максименка, який зазначив «що чим вищий рівень цивілізованості суспільства, економічного та духовного розвитку, то багатші й різноманітніші є потреби» [117, с. 54].

Слід також зазначити, що визначальною рисою здійснення особистісного вибору є орієнтація на цінності, зауважував Г. Балл [9]. Кожна людина є носієм власної культури – культури особистості, тому й обирає організаційну культуру згідно своїх уявлень про те, що добре та необхідно саме для неї та саме зараз. Таким чином, якщо особистість чітко усвідомлює власні цінності та соціально-психологічні установки у мотиваційно-потребовій сфері, то при виборі організаційної культури має лише виявити

певні цінності згідно індикаторів, описаних у підрозділі 1.2, у наявних пропозиціях роботодавців. У випадку ж коли розуміння власних установок особистість не має, перед розглядом вакансій вона потребує виявлення даних цінностей та їх усвідомлення для здійснення подальшого вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Вакансія буде сприйматись особистістю позитивно та виглядати перспективною, якщо організація може задовольнити більшість потреб своїх працівників. У результаті в людини вже на етапі проходження серії співбесід формується психологічна готовність прийняття існуючої організаційної культури та її подальший вибір серед інших пропозицій. Отже, можна зробити висновок, що у першу чергу *організаційна культура майбутнього місця роботи має задовольнити потреби особистості* [27; 251] та бути спрямована на її установки [99]. Зокрема, досвід автора даного дослідження та колег, організаційних психологів та менеджерів з персоналу, свідчить, що рівень заробітної платні на майбутньому місці роботи не єдиний чинник, на який звертає увагу особистість, обираючи організацію [15]. Наприклад, для когось важливо, щоб праця надихала та атмосфера в колективі була досить дружньою, щоб керівник визнавав внесок співробітника у спільну справу, контролював результат, а не процес, можливо заохочував ініціативність, вітав гнучкий графік роботи тощо.

Е. Майклс зі своїми колегами [115] також зазначають, що серед основних вимог менеджерів середньої та вищої ланки при виборі роботодавця є захоплююча робота, відмінна компанія, розвиток, добробут та винагорода. Отже, згідно даних їх дослідження менеджери хочуть працювати в організаціях, робота у яких була би відповідальною та потребувала зусиль, існувала можливість професійного розвитку, керівники були яскравими лідерами, панувала відкритість та довіра, вітався нормований робочий графік, а грошова винагорода була визнанням особистого внеску. При цьому С. Малкова [120], досліджуючи організаційну культуру освітньої організації, виявила, що більшість співробітників серед інших чинників бажають бачити

творчий та ініціативний характер роботи, відповідно й роботодавця обирають за цими критеріями. Необхідно констатувати, що усі ці визначені критерії становлять певні складові елементи організаційної культури.

При цьому зарубіжні та вітчизняні дослідники (П. Вербняк [31], С. Іванова [68], О. Король [95], Ю. Кравцова [99], А. Кравченко та І. Тюріна [100], О. Кумкін та М. Косцова [108], Я. Слабко [194], О. Слінкова та Є. Грудістова [196], В. Співак [208], О. Тіхомірова [230], А. Чанько [245], С. Хант [271] та ін.) наголошують на необхідності оцінювання, інтерв'ювання, тестування чи анкетування претендентів на вакантні посади на відповідність організаційній культурі. Зокрема, Дж. Четмен [115] довела, що підприємства отримують серйозні вигоди, використовуючи у якості одного з критеріїв відбору персоналу саме відповідність організаційній культурі. За ступенем близькості цінностей нових співробітників до цінностей організації навіть можна говорити, наскільки вони будуть задоволені організацією згодом яка ймовірність їх звільнення за власним бажанням у перші роки роботи.

Подібні дослідження [115] проводились для пошуку вигод для роботодавців, проте у контексті нашої теми можна розглянути отримані результати з точки зору вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи. Дійсно, діагностика на відповідність організаційній культурі також матиме позитивний вплив на нашу особистість, тому що допоможе їй впевнитись у власному виборі або уникнути неправильного вибору організаційної культури майбутнього місця роботи та подальших розчарувань.

Культура кожної особистості унікальна, бо не існує двох цілком і повністю однакових людей ні фізично, ні психологічно. Шукаючи собі нове місце роботи, обираючи організаційну культуру, людина досить не шаблонно намагається зробити свій вибір на користь тієї чи іншої організації. Кожна людина – особистість, яка кожної хвилини навіть не усвідомлюючи змінює

свою Я-концепцію (завдяки комунікації, певним діям тощо), змінюючи таким чином свої уявлення, бажання та потреби у тому або іншому ступені.

Також не існує ідентичних за всіма параметрами організацій, хоча можна спробувати знайти деякі спільні риси. Як показує власний досвід автора та інших дослідників [244] часто навіть кандидати на вакантну посаду не лише роблять власні висновки про зміст організаційної культури, а й запитують у представників організації про тип культури в ній. Дійсно, для вивчення феномену організаційної культури дослідники визначають різні підходи для виділення її **типології**.

Часто, досліджуючи культуру організації, можна знайти особливості деяких типів одночасно. Досить важко віднести організацію до того чи іншого типу не лише тому, що у чистому вигляді організацію з яскраво вираженим певним типом культури важко зустріти, але й тому, що досліджених науковцями типологій організаційної культури існує чимало [4; 39; 48; 50; 103; 155; 175; 224; 266; 273]. У контексті теми нашої роботи визначення типології також відіграє значну роль, бо елементи організаційної культури, що становлять той або інший тип культури дозволяють особистості легше зрозуміти та потім обрати організаційну культуру майбутнього місця роботи.

Треба також враховувати, що колись визначений домінуючий тип організаційної культури може з плином часу змінитись під тиском як зовнішніх, так і внутрішніх умов. Багато вчених, що досліджували організаційну культуру, намагались відшукати загальні риси в культурах абсолютно різних організацій, виділяли певні стереотипи, розділяли їх на групи та, нарешті, створювали свою власну, неповторну типологію організаційної культури.

Проаналізуємо найбільш поширені, на наш погляд, у вітчизняній та зарубіжній науково-методичній літературі типології організаційних культур (рис. 1.3).

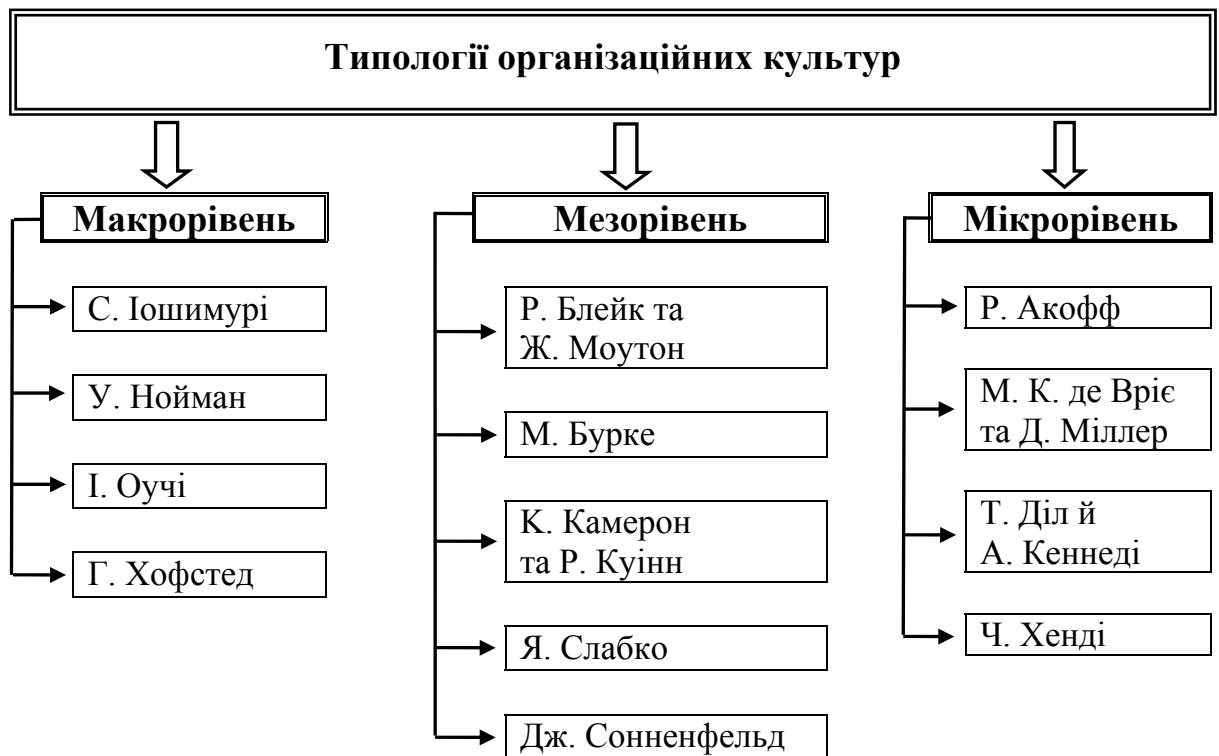


Рис. 1.3. Сучасні типології організаційних культур

Таким чином, нами визначено типології організаційних культур відповідно до макрорівня (держава), мезорівня (зовнішнє середовище та організація) та на мікрорівні (лише організація).

I. *Макрорівень* – типології організаційних культур, що визначались при врахуванні національних чи етнічних культурних особливостей:

1. типологія японського дослідника *С. Іошимурі* [50; 103; 175; 251] визначила типи організаційних культур за аналізом японського і західноєвропейського менталітетів;

2. в основі типології американського дослідника *У. Ноймана* [69; 103; 175; 251] лежать вірування відповідно до специфічної ролі в орієнтації особистості та її ціннісних орієнтацій;

3. за характером відмінностей у регуляції взаємодій та відносин в організації американський соціолог *І. Оучі* [33; 50; 55; 175; 251; 273; 280] виділив такі типи організаційних культур: ринкова культура; бюрократична (ієрархічна) культура; кланова культура;

4. у моделі культурної орієнтації голландського соціального психолога *Г. Хофстеда* [33; 39; 50; 53; 61; 69; 82; 93; 103; 126; 154; 155; 169; 175; 270; 285] виділено п'ять основних факторних моделей цінностей: індивідуалізм – колективізм; дистанція влади; орієнтація на уникнення невизначеності; мужність – жіночність; орієнтація на майбутнє.

II. До *мезорівня* віднесено типології організаційних культур, що досліджують, на нашу думку, прояви як поверхневого (доступного сторонньому спостерігачу), так і глибинного рівнів організаційної культури:

1. французькі дослідники *Р. Блейк* та *Ж. Моутон* [50; 103; 175; 251] створили класифікацію організаційної культури, взявши за основу такі цінності як економічна ефективність (орієнтація на продукцію) та задоволення потреб особистості (реалізація її здатностей): поєднання сильної орієнтації на особистість з сильною орієнтацією на економічну ефективність діяльності; поєднання сильної орієнтації на особистість зі слабкою орієнтацією на економічну ефективність діяльності; сильна орієнтація на економічну ефективність діяльності у поєднанні зі слабкою орієнтацією на особистість; слабка орієнтація на особистість у поєднанні зі слабкою орієнтацією на економічну ефективність діяльності;

2. типологія французького дослідника *М. Бурке* [39; 49; 103; 175;] класифікує організаційні культури за допомогою таких аспектів як взаємодія із зовнішнім середовищем, розмір і структура організації, мотивація персоналу: культура «оранжереї»; культура «збирачів колосків»; культура «огороду»; культура «французького саду»; культура «крупних плантацій»; культура «ліани»; культура «косяка риб»; культура «кочівної орхідеї»;

3. дослідники *К. Камерон* та *Р. Куїнн* [61; 63; 64; 69; 78; 82; 127; 158; 159; 175; 206; 225; 251; 257; 265] розробили типологію організаційної культури, проаналізувавши такі аспекти як фокусування компанії на внутрішніх чи на зовнішніх процесах у поєднанні з гнучкістю чи індивідуальністю або стабільністю чи контролем: кланова культура; адхократична культура; ієрархічна культура; ринкова культура;

4. український соціолог *Я. Слабко* [195] розрізнила типи організаційної культури за характером формування культури в організації: еволюційний тип; копіювальний тип; зворотний тип.

5. типологія організаційних культур за *Дж. Сонненфельдом* [159; 244] вважається загальноприйнятою для Заходу та визначає наступні типи організаційної культури: спортивна (бейсбольна) команда; клубна культури; академічна культура; оборонна (захисна) культура.

III. *Мікрорівень* – це типології організаційних культур, що аналізують, на наш погляд, безпосередньо внутрішню культуру організації без її зовнішніх проявів:

1. за відношенням влади до групи чи організації створена типологія американського вченого *Р. Акоффа* [33; 39; 50; 64; 103]: корпоративний тип; консультативний тип; партизанський тип; підприємницький тип;

2. типологія канадських науковців *М. К. де Вріє* та *Д. Міллер* [3; 26; 103; 141; 234], які використали психопатологічні критерії організаційної культури, що формує керівник, та визначили параноїдальні, примусові, драматичні та депресивні організації.

3. американські дослідники *Т. Діл* й *А. Кеннеді* [39; 50; 103; 159; 175; 285] побудували власну типологію за рівнем ризику і швидкістю отримання зворотного зв'язку: культура високого ризику та швидкого зворотного зв'язку; культура низького ризику та швидкого зворотного зв'язку; культура високого ризику та повільного зворотного зв'язку; культура низького ризику та повільного зворотного зв'язку.

4. типологію дослідника *Р. Харрісона* доопрацював американський соціолог *Ч. Хенді* [27; 39; 53; 63; 72; 82; 154; 244; 257; 285]. Для аналізу обрано такі характеристики як процес розподілу влади в організації, повноважень та відповідальності: культура влади (культура Зевсу); культура ролі (культура Аполлону); культура завдання (культури Афіни); культура особистості (культура Діонісу).

Враховуючи предмет нашого дослідження, пропонуємо власну типологію та виділення наступних типів організаційної культури: «сім'я», «товариші», «партія» та «асоціація» (табл. 1.2). Відмінність авторської типології від представлених у літературі іншими науковцями полягає у її побудові на основі чітких критеріїв таких як психологічна атмосфера, розподіл влади та вид рекрутингу в організації [217]. Для полегшення особистості проблеми вибору організаційної культури майбутнього місця роботи у представленій типології узагальнено основні елементи організаційної культури. Формальні й неформальні цінності та переконання організації, культури особистостей розглядаються через критерій «психологічна атмосфера», система менеджменту умовно розподілена між розглядом критеріїв «рівень влади» та «вид рекрутингу». Нарешті, імідж як складовий елемент організаційної культури можна розглядати за допомогою всіх описаних критеріїв.

Таблиця 1.2

Особливості типології організаційної культури за критеріями психологічної атмосфери, розподілу влади та виду рекрутингу

(розроблено автором на основі аналізу літератури)

Тип	Психологічна атмосфера	Рівень влади	Вид рекрутингу
«Сім'я»	колектив згуртований, співробітники відчують турботу про них з боку керівництва	авторитарне управління, не вітається висунення неформального лідеру колективу	за звичайною стандартною процедурою або за рекомендаціями
«Товариші»	панує досить дружня атмосфера, майже відсутня внутрішня конкуренція	не зважаючи на існування формального керівництва, більшість рішень приймається колегіально за участю ключових співробітників	переважає рекрутинг за рекомендаціями, менше використовується звичайний пошук кандидатів

Продовження табл.

«Партія»	відчувається досить напружена, негативна атмосфера	авторитарне управління	тільки рекрутинг за рекомендаціями
«Асоціація»	невимушена атмосфера командної роботи, характерна підтримка колег	демократичне управління за умови досягнення результатів діяльності	використовуються усі доступні методи, приділяється увага професіоналізму кандидата та його відповідності організаційній культурі

Виділені нами типи організаційної культури – це можливість власного погляду на типологію на мезорівні. Можуть бути організації, що повністю підпадають під один з описаних типів, а можуть зустрічатись організації, культуру яких можна описати як суміш певних типів. Треба враховувати лише, що в основі кожної організації – неповторна особистість, що не буває однакових організацій та відповідно організаційних культур. Головне – це розуміння особистістю бажаних складових елементів (домінуючої) організаційної культури та їх пошук при виборі майбутнього місця роботи.

Отже, згідно таблиці 1.2, організаційна культура типу «сім'я» характеризується, на наш погляд, керівником-лідером («батько»), який прислуховується лише до єдиного радника («мати»), який, у свою чергу, може виконувати роль заступника керівника або сірого кардиналу у колективі організації. Співробітники («діти») сумлінно виконують свої обов'язки та не мають права голосу у стратегічних рішеннях. Вакантні позиції можуть закриватись за допомогою розміщення об'яви у відкритих джерелах («свіжа кров»), коли робиться акцент на професіоналізмі кандидата та його особистих якостях, або використовуватись рекрутинг за рекомендаціями («свати»).

Організаційну культуру типу «товариші» визначає командна робота, спільне прийняття рішень, панування товариських відносин, схожість

інтересів. Може спостерігатись певна універсальність співробітників, коли кар'єра не лише вертикальна, а й горизонтальна. Головне, щоб людина була хороша, з досвідом роботи в організації, а брак знань чи навиків – не перешкода для ротації. При підборі персоналу перевага надається рекрутингу за рекомендаціями. Пошук кандидатів на ринку праці використовується за залишковим принципом. Найкращий кандидат має володіти не лише досвідом роботи, але й поділяти уподобання членів колективу. Наприклад, у нашій практиці високо професійному кандидату не запропонували зайняти вакантне робоче місце, бо у ході співбесіди з керівником департаменту виявилось, що основне хобі цього чоловіка – рибалка, а не футбольні змагання, як у співробітників даного відділу.

Організаційна культура типу «*партія*» виділяється авторитарним, бюрократичним управлінням. Накази керівництва не підлягають відкритому обговоренню, лише виконанню. Думка співробітників не має особливого значення, і атмосфера досить напружена, тому в такій організації спостерігається висока плинність персоналу. Рекрутинг можливий тільки за рекомендаціями.

Організаційну культуру типу «*асоціація*» можна описати як культуру панування особистості. Це організація професіоналів, де кожен відповідає за результати своєї роботи. Діяльність чітко регламентована, але керівництво ставиться до персоналу досить лояльно за умови, що співробітники сумлінно виконують свої обов'язки. Організація спрямована на досягнення високих результатів, що й зумовлює підбір персоналу різними методами – від стандартного пошуку до хедхантінгу.

Також необхідно зазначити, що у виділеній типології «асоціація» та «товариші» є *продуктивними* типами організаційних культур, бо мають суттєві переваги поряд з іншими двома типами.

З метою наочності описаної типології в контексті теми нашого дослідження та можливого зв'язку між головними змінними ми побудували

схему в системі координат – *тривимірній класифікації критеріїв*. Виділені змінні, проаналізовані в діапазоні високого та низького ступеню вираженості, дають чотири комбінації, на яких базується наша типологія організаційної культури майбутнього місця роботи (рис. 1.4).

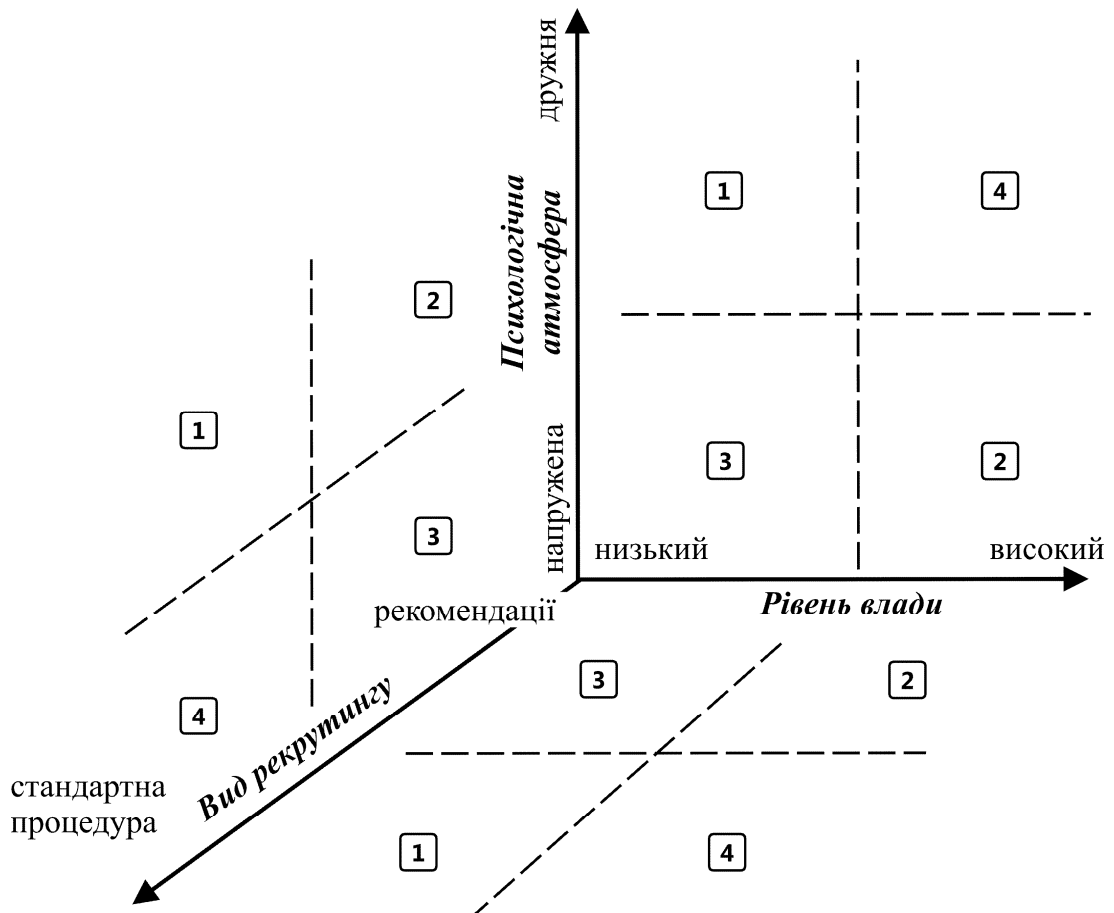


Рис. 1.4. Матриця вибору типу організаційної культури майбутнього місця роботи залежно від психологічної атмосфери, виду рекрутингу та розподілу влади

На рисунку цифрами позначено тип організаційної культури у рамках виділеної типології: 1 – «сім'я», 2 – «товариші», 3 – «партія» та відповідно 4 – «асоціація». На горизонтальній осі (абсцис) вимірюється міра влади особистості порівняно з керівництвом, на вертикальній (ординат) – психологічна атмосфера та вісь аплікату використана для відображення виду рекрутингу в організації. Таким чином, залежно від ступеня орієнтації

особистості на той чи інший напрямок може здійснюватись вибір пріоритетних типів організаційної культури майбутнього місця роботи.

Деякі автори [27] зазначають необхідність визначення типу організаційної культури особистістю до прийняття рішення про вибір майбутнього місця роботи. Розуміння організаційної культури дозволить не лише швидше адаптуватись в організації, а й допоможе особистості задовольнити потреби, що пов'язані з професійною діяльністю.

Підсумовуючи теоретико-методологічні основи дослідження організаційної культури, слідуючи загальній лінії аналізу проблеми вибору дослідниками (В. Вінс [34]; С. Гурська [47]; Л. Довгань, В. Немцов та Г. Сініок [140]; О. Житник [58]; М. Карпентер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266]; Д. Леонт'єв та Н. Пилипко [111]; Г. Ложкін, Н. Волян'юк й О. Солтис [113]; О. Мандрикова [122]; Н. Носкова [145]; А. Орлова [153]; А. Петровський [164]; Р. Чейз, Н. Еквілайн та Р. Якобс [247]; Б. Чумакова та С. Лукьянова [249] та ін.) та погоджуючись з оціночною суттю акту вибору, нами розроблено **модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи** згідно раціонально-прагматичного підходу до тлумачення поняття (рис. 1.5).

Вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи – це складний багатоаспектний процес, для якого актуальною є психологічна діагностична та консультативна допомога. Відповідальність за правильність та адекватність вибору лежить на особистості, та психолог може значно полегшити процес вибору, незалежно від стадії вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Ми пропонуємо розпочинати акт вибору із *загальної оцінки ситуації вибору організаційної культури майбутнього місця роботи*. За умови, що це не проєктивна ситуація вибору майбутнього місця роботи (за О. Житник [58]), доречним є усвідомлення проблемної ситуації та можливих причин її виникнення. Даний етап спонукає особистість провести «роботу над помилками», аби уникнути їх у майбутньому, та зрозуміти що робити далі.

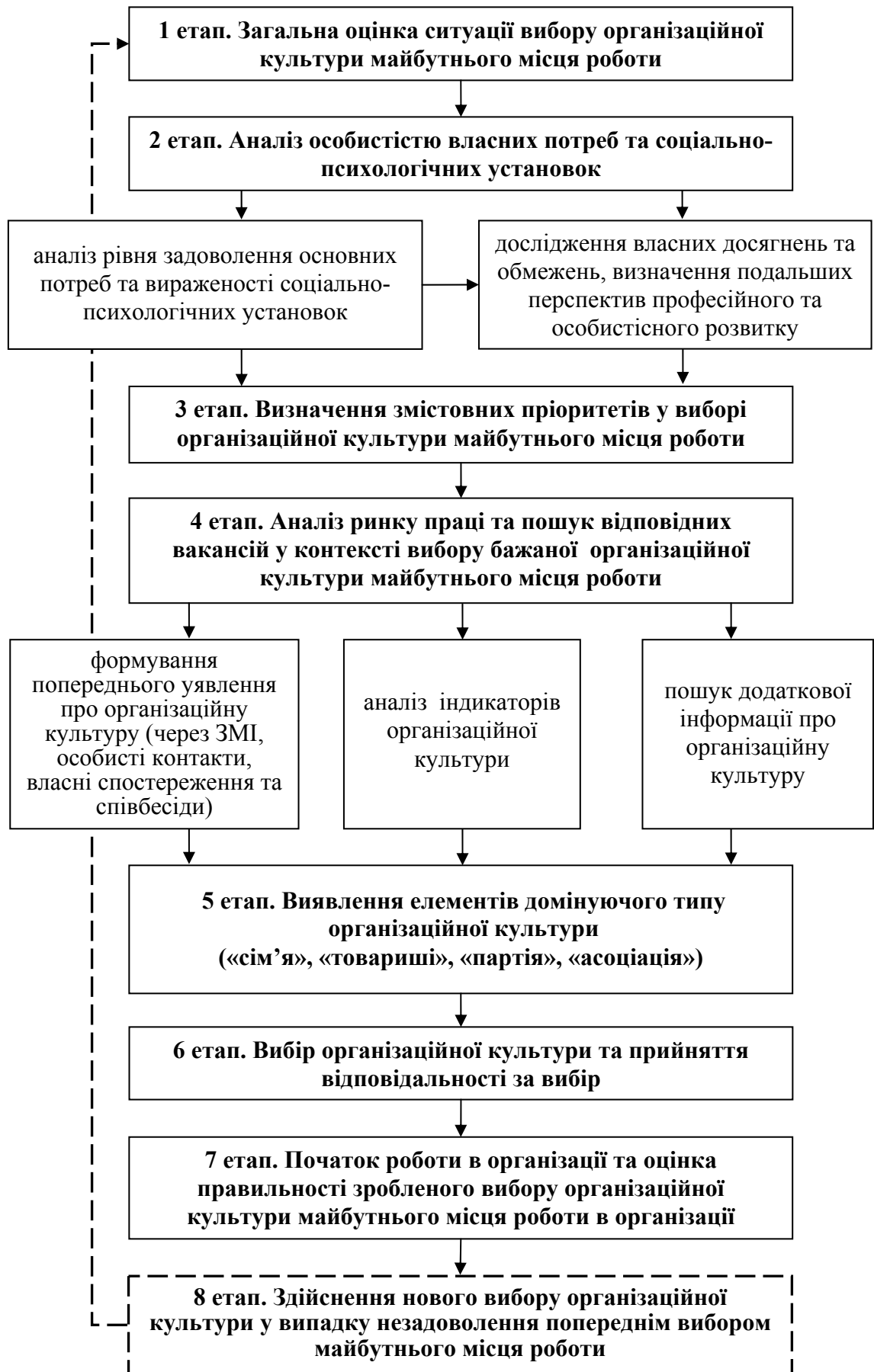


Рис. 1.5. Модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

На другому етапі пропонуємо *аналіз особистістю власних потреб та соціально-психологічних установок* у мотиваційно-потребовій сфері, які спонукають здійснювати вибір майбутнього місця роботи. Так, психолог може запропонувати це зробити за допомогою стандартизованих тестових методик («Діагностика ступеня задоволеності основних потреб» В. Скворцова [80; 129; 170, с. 177–181; 171, с. 624–626] та «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної [80; 81; 171, с. 641–648; 168; 259]). Результати психодіагностики дозволять змоделювати у свідомості особистості образ організаційної культури майбутнього місця роботи.

На цій стадії аналізу доцільно виявити обмеження особистості, що можуть завадити досягненню бажаного результату – вибору адекватної організаційної культури майбутнього місця роботи, та переосмислити їх або знайти альтернативи. А також усвідомити власні досягнення з метою визначення подальших перспектив професійного та особистісного розвитку.

Третім етапом пропонується *визначення змістовних пріоритетів у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи*, для якого будуть корисні результати психодіагностики особистості, направлені на виявлення ступеню задоволеності основних потреб і рівня вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості. При цьому особистість також проявляється як носій власних уявлень про організаційну культуру майбутнього місця роботи.

Згідно четвертого етапу особистість має *аналізувати ринок праці та шукати відповідні вакансії у контексті вибору бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи*. На цьому етапі особистість знайомиться зі змістом цікавих, відповідних очікуванням вакансій. Розпочинається формування попереднього уявлення про організаційну культуру майбутнього місця роботи. Особистість аналізує індикатори організаційної культури та інформацію, отриману під час проходження співбесід, співставляє її з власними спостереженнями, досвідом оточення

особистості та шукає додаткову інформацію про організаційну культуру, таким чином постійно коригуючи попередньо сформоване уявлення про культуру майбутнього місця роботи.

П'ятим етапом відбувається *виявлення елементів домінуючого типу організаційної культури майбутнього місця роботи*: «сім'я», «товариші», «партія», «асоціація». Тобто попередньо сформоване уявлення особистості про організаційну культуру вакантних місць роботи трансформується в уявлення про конкретні домінуючі типи культур, з яких далі їй доведеться обирати.

Шостий етап – це безпосередньо *вибір особистістю організаційної культури* з поміж існуючих альтернатив (елементів домінуючого типу організаційної культури) згідно змістовних суб'єктивних показників та *прийняття відповідальності за власний вибір*.

Відповідно до сьомого етапу особистість *розпочинає роботу в організації*. У процесі адаптації на новому місці роботи особистість повністю «занурюється» в організаційну культуру та вже може точно виявити елементи домінуючого типу організаційної культури з метою *оцінки правильності зробленого вибору*.

Нарешті, восьмий етап передбачає *здійснення нового вибору організаційної культури* у випадку незадоволення попереднім вибором майбутнього місця роботи. Таким чином, особистість знову змушена звернутись до *загальної оцінки ситуації вибору організаційної культури майбутнього місця роботи*. Можливо, необхідно опрацювати власні помилки у виборі організаційної культури та проаналізувати набутий досвід.

Зауважимо, що представлена авторська модель вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи є спробою побудови універсальної, ідеальної моделі раціонального вибору з метою оптимізації діяльності. Однак треба зазначити, що, на думку російського психолога О. Мандрикової [122], процес прийняття будь-якого рішення на основі альтернатив є складним через обмеженість когнітивних можливостей

людини, а також різним сприйняттям ситуації вибору й наявних альтернатив залежно від умов ухвалення рішення. Дослідниця наголошує, що індивідуальність та унікальність кожної людини майже унеможлиблює виділення єдиної для всіх схеми здійснення вибору. При цьому необхідно враховувати, на наш погляд, також позицію Н. Носкової [145], яка описує вибір як цілісний акт оцінки себе як особистості, оцінку власних можливостей в конкретній життєвій ситуації. Згідно Н. Носкової лише сам суб'єкт може ініціювати вибір, який по суті є рефлексивною паузою особистості. Таким чином, реалізуючи право вибору, особистість переживає відповідальність, бо критерії вибору визначаються лише нормами особистості, а не суспільства. Саме тому, на наш погляд, робота психолога з використанням виключно індивідуального підходу допоможе особистості зробити вибір організаційної культури майбутнього місця роботи свідомим та виваженим.

Отже, констатуємо, що у першому розділі дисертаційного дослідження поглиблено знання щодо розуміння змісту й складових організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи.

Проаналізовані теоретико-методологічні основи стали основою для проведення емпіричного етапу дослідження, результати якого будуть представлені у другому розділі роботи.

Висновки до розділу 1

1. *Культура* – це система свідомо засвоєних значимих символів, традицій та норм поведінки, що передаються прийдешнім поколінням.

2. Організаційна культура поряд з метою, власною історією, структурою, відособленістю та саморегулюванням є сутнісною ознакою *організації як соціальної системи*.

3. Поняття *організаційної культури* на початку свого становлення особливо тісно було пов'язано з організаційним кліматом, організаційною поведінкою, організаційною мораллю, іміджем організації, організаційними

цінностями, нормами та переконаннями, філософією бізнесу і, особливо, корпоративною культурою. Усі ці складові, за виключенням корпоративної культури, можна вважати складовими елементами організаційної культури. Корпоративна культура є більш вузьким поняттям – не кожен організаційну культуру можна вважати корпоративною, але корпоративну культуру завжди можна назвати організаційною. Вважаємо, що лише організаційна культура характеризує будь-яку організацію як соціальну систему.

4. У зв'язку із ємністю та багатогранністю терміну «організаційна культура» його часто тлумачать як *систему* або *сукупність певних елементів* таких як символи, відносини, цінності, переконання, норми, поведінка, уявлення, етичні смисли, цінності, цілі, санкції, надбання, зв'язки, дії та взаємовідносини організації; *елемент, феномен* організації чи *ідеологію*.

5. Основними підходами до визначення *концепції організаційної культури* в контексті нашого дослідження визначено раціонально-прагматичний (функціональний) та феноменологічний (семіотичний). Дисертаційне дослідження виконано в рамках раціонально-прагматичного підходу, що передбачає можливий вплив на формування організаційної культури як одного з атрибутів організації.

6. В рамках раціонально-прагматичного підходу згідно з авторською інтерпретацією *організаційна культура* – це атрибут організації, що включає такі основні елементи: імідж, система менеджменту, формальні й неформальні цінності та переконання організації, а також культури особистостей. Тобто організаційна культура – це система складових компонентів, що характеризують організацію у її своєрідності та унікальності.

7. Основні *функції* організаційної культури як чинника вибору майбутнього місця роботи: інформаційна, пізнавальна, комунікативна, діагностична акумулятивна, управлінська, формалізуюча та інтегруюча.

8. *Особистість* є носієм власних уявлень про організаційну культуру. Елементи культури особистості впливають на очікування та уявлення про

майбутнє місце роботи та як наслідок формують мотиви вибору організаційної культури.

9. Обираючи майбутнє місце роботи, особистість виступає у якості *суб'єкта вибору*. Ми розглядаємо вибір як внутрішній процес (діяльність) для досягнення певного результату – адекватної організаційної культури майбутнього місця роботи. При цьому процес прийняття рішення відносно організаційної культури майбутнього місця роботи в кожному окремому випадку може бути як вільним (якщо особистість чітко усвідомлює які саме елементи організаційної культури обирає), так і смисловим (коли особистість обирає організаційну культуру, повністю не усвідомлюючи власні суб'єктивні змістовні пріоритети). Ситуацію вибору роботи можна досліджувати як: актуальну, актуально-конфліктну, потенційно-конфліктну та проєктивну.

10. *Професійна соціалізація* особистості розпочинається з пошуку вакантного місця, вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, продовжується адаптацією та ідентифікацією співробітника в організації. Стадіями професійної соціалізації особистості в контексті організаційної культури, що пов'язані з вибором особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи, є: 1) *попередня стадія*, коли особистість лише дізнається про наявність вакансії в організації; 2) *стадія підготовки* характеризується можливістю скласти попереднє уявлення про організаційну культуру; 3) *стадія знайомства* дозволяє особистості оцінити деякі аспекти організаційної культури у процесі спілкування з представниками організації під час серії співбесід; 4) *стадія прийняття рішення* існує за умови, що особистість не самостійно обирає організаційну культуру, вважаючи доречним вислухати експертну оцінку близького оточення.

11. Скласти *попереднє уявлення* про організаційну культуру можна за допомогою елементів інформаційної культури, що формуються за допомогою ЗМІ, особистих контактів, власних умовиводів та спостережень, співбесіди.

12. *Індикаторами* кожного з компонентів організаційної культури, що допоможуть сформуванню попереднього уявлення про організаційну культуру є:

- 1) прояви *іміджу* організації – це зовнішні особливості (поведінка працівників у коридорах, дизайн приміщень тощо);
- 2) *система менеджменту* організації: а) світогляд, місія або філософія та ідеологія; б) організація виробництва чи послуг; в) система комунікацій; г) норми та правила; д) система заохочень та покарань; ж) культура управлінських дій, структура та стиль управління; з) ставлення до нового, змін та ризику;
- 3) формальні цінності та переконання організації: а) структурування часу та простору (графік роботи організації, трудова дисципліна, розподіл простору офісу тощо); б) традиції, ритуали та символи; в) цінності та внутрішні критерії ефективності;
- 4) *неформальні цінності та переконання* організації проявляються у міфах, легендах, героях та антигероях;
- 5) *культури особистостей* організації: а) організаційна структура або суб'єкти організації (персонал); б) структура соціально-психологічних відносин в колективі.

13. Серед *особистісних чинників*, що впливають на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи, особливо виділяються ступінь задоволеності основних потреб та вираженість соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості. Саме усвідомлення власних потреб та установок дозволяє особистості обрати організаційну культуру, що задовольнятиме ці потреби та відповідатиме її установкам.

14. Узагальнена класифікація найпоширеніших у літературі *типологій* організаційної культури розподіляє типи культур відповідно до макрорівня (держава), мезорівня (зовнішнє середовище та організація) та мікрорівня (лише організація). Запропоновано *авторську типологію* організаційної культури та виділення наступних типів організаційної культури: «сім'я», «товариші», «партія» та «асоціація». Відмінність авторської типології від представлених у науковій літературі полягає у її побудові на основі таких

критеріїв як психологічна атмосфера, розподіл влади та вид рекрутингу в організації. Для полегшення особистості проблеми вибору організаційної культури майбутнього місця роботи у представленій нами типології узагальнено основні елементи організаційної культури. Формальні й неформальні цінності та переконання організації, культури особистостей розглядаються через критерій «психологічна атмосфера», система менеджменту умовно розподілена між розглядом критеріїв «рівень влади» та «вид рекрутингу». Нарешті, імідж як складовий елемент організаційної культури можна розглядати за допомогою всіх описаних критеріїв.

15. Згідно *теоретичної моделі вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи* у рамках раціонально-прагматичного підходу вибір розглядається як багатоетапний процес: 1 етап – загальна оцінка ситуації вибору організаційної культури майбутнього місця роботи; 2 етап – аналіз особистістю власних потреб та соціально-психологічних установок; 3 етап – визначення змістовних пріоритетів у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи; 4 етап – аналіз ринку праці та пошук відповідних вакансій у контексті вибору бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи; 5 етап – виявлення елементів домінуючого типу організаційної культури («сім'я», «товариші», «партія», «асоціація»); 6 етап – вибір організаційної культури та прийняття відповідальності за вибір; 7 етап – початок роботи в організації та оцінка правильності зробленого вибору організаційної культури; 8 етап – здійснення нового вибору організаційної культури (у випадку незадоволення попереднім вибором організаційної культури).

16. Результати теоретико-методологічних основ дослідження організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи можуть бути використані методистами та викладачами вищих навчальних закладів при підготовці занять та розробці підручників та інших навчальних матеріалів за тематикою «організаційної культури» та «вибору

майбутнього місця роботи» для підвищення ефективності навчання та поглибленого вивчення навчального матеріалу.

Зміст розділу 1 відображений у наступних публікаціях автора:

1. Станіславська М. В. Культура особистості в контексті організаційної культури під час пошуку майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 31. – С. 108–113.

2. Станіславська М. В. Психологічні особливості організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 32. – С. 324–328.

3. Станіславська М. В. Професійна соціалізація особистості в контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Вісник післядипломної освіти : зб. наук. пр. Ун-т менедж. освіти НАПН України / [редкол.: О. Л. Ануфрієва та ін.]. – Вип. 6 (19) / [голов. ред. В. В. Олійник]. – К. : «АТОПОЛ», 2012. – С. 407–413.

4. Stanislavska M. Theoretical and methodological foundations of organizational culture as a factor of individuals' choice of future place of work / M. Stanislavska // Innovative Trends in the Development of Work and Organizational Psychology in Poland and Ukraine (3rd Polish-Ukrainian Workshop (4 September 2012, Katowice, Poland) : Book of abstracts / ed.: Liudmyla Karamushka, Barbara Kozusznik. – Kyiv ; Katowice, 2012. – P. 79–80.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИКА ВИБОРУ ОСОБИСТІСТЮ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ

У другому розділі дисертації викладено результати емпіричного дослідження організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи. Наведено загальне співвідношення етапів, завдань, методів та методик констатувального етапу дослідження. Проаналізовано результати дослідження особистісних характеристик та показників організаційної культури майбутнього місця роботи. Виявлено вплив соціально-демографічних чинників на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи. Розкрито зв'язок між особистісними характеристиками та вибором показників організаційної культури майбутнього місця роботи. Детально проаналізовано особливості вибору особистістю домінуючого типу культури за авторською типологією у процесі вибору майбутнього місця роботи.

2.1. Мета, завдання, методика та організація констатувального етапу дослідження

Відповідно до загального плану дисертаційного дослідження, другий його етап полягав у проведенні *констатувального експерименту*.

Мета констатувального етапу дослідження: визначення психологічних особливостей організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи.

Відповідно до мети було поставлено такі основні **завдання** констатувального етапу дослідження:

1. Обґрунтувати загальний підхід та комплекс методик для емпіричного дослідження організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи.

2. Проаналізувати особистісні характеристики при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи.

3. Дослідити психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи, виявити вплив соціально-демографічних чинників на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

4. Визначити особливості типології організаційної культури майбутнього місця роботи.

5. Розкрити зв'язок між особистісними характеристиками та показниками бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи.

6. Проаналізувати зв'язок між особистісними характеристиками і типами організаційної культури майбутнього місця роботи.

Обираючи організаційну культуру майбутнього місця роботи, особистість виступає у якості суб'єкта вибору. Тому для дослідження особистості, яка обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи, необхідно зрозуміти які пріоритети визначає для себе людина, обираючи організаційну культуру, які має основні потреби та соціально-психологічні установки.

З іншого боку, у процесі підбору персоналу все більшого значення набувають такі особистісні якості кандидатів як комунікабельність, орієнтація на досягнення результату та увага до процесу виконання роботи, відповідальність, клієнтоорієнтованість на зовнішніх і на внутрішніх (співробітники) клієнтів, здатність планувати роботу, уміння працювати як самостійно, так і в команді, уважність до деталей тощо. Ці показники можна виміряти та проаналізувати, на наш погляд, за допомогою таких шкал як: робота, комунікації, управління, мотивація й мораль, індекс бажаної організаційної культури, потреби (матеріальні, безпеки, соціальні, визнання, самовираження), спрямованість на процес, результат, альтруїзм, егоїзм, працю, свободу, владу або гроші.

Слід відзначити, що проблему діагностики та вивчення організаційної культури російський психолог С. Ліпатов [112] розділяє на два основні

підходи: 1) ідеографічний («розуміючий», «інтерпретативний»), в основі якого лежить використання якісних методів, у тому числі аналіз документів, включене «етнографічне» спостереження, глибокі інтерв'ю тощо; 2) формалізований (кількісний), що характеризується використанням різних стандартизованих опитувальників.

Специфіка нашого дослідження організаційної культури у контексті її вибору особистістю не дає змоги застосовувати перший підхід. Тому для діагностики організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи ми використовували **формалізований підхід**.

Відповідно до визначених завдань констатувальний експеримент проходив у **п'ять етапів**. Кожен із етапів дослідження передбачав використання адекватних методів та методик дослідження. Охарактеризуємо зміст та особливості основних етапів емпіричного дослідження, методів та методик, які використовувалися на кожному із них (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Співвідношення етапів та методик дослідження для вивчення
організаційної культури як чинника вибору особистістю
майбутнього місця роботи**

Етапи дослідження	Показники, що досліджувались	Методики дослідження
<i>1 етап – аналіз особистісних характеристик при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи</i>		
1. Вивчення основних потреб особистості при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи	Ступінь задоволеності потреб особистості при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи: 1. матеріальні потреби; 2. потреби у безпеці; 3. соціальні (міжособистісні) потреби; 4. потреби у визнанні;	Опитувальник «Діагностика ступеня задоволеності основних потреб» В. Скворцова [80; 129; 170, с. 177–181; 171, с. 624–626]

	5. потреби у самовираженні (самореалізації).	
2. Дослідження особливостей соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи	Пари соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи: 1. «процес – результат»; 2. «альтруїзм – егоїзм»; 3. «свобода – влада»; 4. «праця – гроші».	Опитувальник «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної [80; 168; 171, с. 641–648; 259]
2 етап – аналіз психологічних особливостей організаційної культури майбутнього місця роботи		
1. Аналіз показників рівня та сили організаційної культури майбутнього місця роботи	а) Показники рівня бажаної організаційної культури: 1. робота; 2. комунікації; 3. управління; 4. мотивація та мораль; 5. індекс бажаної організаційної культури. б) Сила організаційної культури.	а) Опитувальник «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова [39, с. 151–153; 127, с. 288–290] у модифікації Л. Карамушки, М. Станіславської [80]; б) Опитувальник «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля [80; 127, с. 292–293]
2. Аналіз впливу віку на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи	Вік особистості при виборі вираженості показників організаційної культури майбутнього місця роботи	Опитувальники «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки та М. Станіславської; «Прилучення прийнятих у компанію

Продовження табл.

3. Дослідження впливу статі на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи	Стать особистості при виборі вираженості показників організаційної культури майбутнього місця роботи.	співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля
4. Аналіз впливу соціально-демографічних чинників на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи	Статистичні зв'язки між вираженістю показників організаційної культури майбутнього місця роботи та одночасним впливом віку, статі особистості	
3 етап – визначення особливостей типології організаційної культури майбутнього місця роботи		
Визначення основних типів організаційної культури майбутнього місця роботи	Типи організаційної культури майбутнього місця роботи за авторською типологією [218; 283]	Опитувальники «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки, М. Станіславської; «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля
4 етап – особливості зв'язку між особистісними характеристиками та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи		
1. Дослідження зв'язку між ступенем задоволеності основних потреб та вибором рівня та сили організаційної культури майбутнього місця роботи	Зв'язок між ступенем задоволеності основних потреб та вибором рівня та сили організаційної культури майбутнього місця роботи	Опитувальники «Діагностика ступеня задоволеності основних потреб» В. Скворцова; «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки,

		М. Станіславської; «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля
2. Аналіз зв'язку між вираженими соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та оцінкою рівня та сили організаційної культури майбутнього місця роботи	Зв'язок між вираженими соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та оцінкою рівня та сили організаційної культури майбутнього місця роботи	Опитувальники «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної; «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки та М. Станіславської
<i>5 етап – особливості зв'язку між особистісними характеристиками і типами організаційної культури майбутнього місця роботи</i>		
Дослідження зв'язку між особистісними характеристиками і типами організаційної культури майбутнього місця роботи	а) Зв'язок між розподілом досліджуваних за групами (які обрали певний тип організаційної культури) та ступенем задоволеності основних потреб. б) Зв'язок між виділеними групами та рівнем вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері	Опитувальники «Діагностика ступеня задоволеності основних потреб» В. Скворцова; «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної; «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова у модифікації Л. Карамушки, М. Станіславської; «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля

Перший етап дослідження був спрямований на вивчення особистісних характеристик при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи та включав два підетапи.

Перший підетап передбачав дослідження базових потреб особистості при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи.

Для виконання першого завдання використовувався **метод тестування**, зокрема, стандартизована тестова методика «**Діагностика ступеня задоволеності основних потреб**» **В. Скворцова** [80; 129; 170, с. 177–181; 171, с. 624–626].

Дана методика дозволила виявити відносне задоволення *базових потреб* особистості за гуманістичною теорією А. Маслоу [22]. При створенні тесту автор методики, В. Скворцов, модифікував піраміду потреб А. Маслоу. При цьому науковець замінив фізіологічні потреби, що лежать в основі піраміди, на матеріальні потреби особистості.

В основі даної методики є процедура парних порівнянь (між собою) 15 тверджень, за якими визначався рівень задоволеності кожної потреби порівняно з іншими.

Методика спрямована на діагностику таких потреб як: 1) матеріальні потреби; 2) потреби у безпеці; 3) соціальні (міжособистісні) потреби; 4) потреби у визнанні; 5) потреби у самовираженні (самореалізації).

Так, наприклад, при домінуванні *соціальних потреб* для людини найбільш важливі добрі, дружні відносини в колективі, підтримка колег у робочих питаннях, психологічна атмосфера. За умови провідної *потреби визнання* для такого працівника пріоритетними стимуляторами можуть бути перспектива кар'єрного росту, символи визнання керівництва та поваги колег. Для тих людей, у яких домінує *потреба в самореалізації*, найважливішим стимулятором буде творча праця, непрості професійні завдання, участь у прийнятті рішень тощо.

Результати вивчення базових потреб-мотиваторів показано у вигляді трьох *ступенів задоволеності*: задоволені потреби; частково задоволені потреби; незадоволені потреби.

Дана методика також дозволила конкретизувати головні потреби при підрахунку кількості балів (тобто випадків вибору), що випали на кожне з п'ятнадцяти тверджень. Далі їх необхідно було проранжувати. Номери тверджень, розміщені ієрархічно згідно отриманих балів, і виражали конкретні головні потреби людей. А, отже, можна було виявити деякі критерії вибору особистістю організаційної культури при пошуку майбутнього місця роботи.

Результати даного підетапу констатувального дослідження представлено у підрозділі 2.2.1.

Другий підетап першого етапу констатувального експерименту передбачав вивчення особливостей соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи.

Для виконання даного завдання також використовувався метод *тестування*. Так, дослідження проводилось за допомогою опитувальника *«Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері» О. Потьомкіної* [80; 114; 168; 171, с. 641–648; 259].

Методика використовувалась для діагностики *соціально-психологічних установок* у мотиваційно-потребовій сфері особистості. Дана методика спрямована на визначення ступеня вираженості таких установок як: 1) «процес – результат»; 2) «альтруїзм – егоїзм»; 3) «свобода – влада»; 4) «праця – гроші».

Запропонована методика складається з двох блоків по 40 питань-тверджень кожен. Перший блок аналізує вираженість у респондента «процесу – результату» та «альтруїзму – егоїзму», другий відповідно – «свободи – влади» та «праці – грошей».

Люди, що більше орієнтовані на *процес*, отримують задоволення від самої роботи як діяльності. Вони менше замислюються над досягненням результату, тому часто не встигають закінчити роботу у строк. Їхня процесуальна спрямованість перешкоджає результативності – ними більше рухає інтерес до справи, а для досягнення результату потрібно багато рутинної роботи, негативне відношення до якої вони не можуть побороти. На противагу їм люди, що орієнтуються на *результат*, – одні із самих надійних. Вони можуть досягати результату у своїй діяльності всупереч будь-яким перешкодам та невдачам.

Особи, що орієнтуються на *альтруїстичні цінності*, часто на шкоду собі, заслуговують усілякої поваги. Це люди, про яких варто дбати. Альтруїзм – найцінніша суспільна мотивація, наявність якої відрізняє зрілу людину та приносить їй почуття щастя. При цьому люди з надмірно вираженим *егоїзмом* зустрічаються досить рідко. Відома частка «розумного егоїзму» не може нашкодити людині. Скоріш більше шкодить його відсутність, причому це серед людей «інтелігентних професій» зустрічається досить часто.

Звичайно люди, що орієнтуються на *працю*, увесь час використовують для того, щоб щось зробити, не жаліючи вихідних днів, відпустки тощо. Праця приносить їм більше радості і задоволення, ніж будь-які інші заняття. Провідною цінністю для людей із орієнтацією на *гроші* є прагнення до збільшення свого добробуту. Така орієнтація буває чітко виражена у двох випадках, коли у людини гроші є та коли їх нема.

Для осіб з орієнтацією на *владу* провідною цінністю є вплив на інших, а також на суспільство. Вважається, що така установка більш характерна для чоловіків, ніж для жінок. Дуже часто орієнтація на *свободу* сполучається з орієнтацією на працю, рідше це сполучення «свободи» та «грошей».

Обробка результатів тестової методики дозволила оцінити який з кожної пари мотивів домінував та зробити відповідні висновки стосовно загальної спрямованості респондентів.

З метою аналізу соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи результати також передбачали розподіл досліджуваних на групи, як пропонував автор зазначеної методики [171, с. 648]:

1. Група високомотивованих респондентів з гармонічними орієнтаціями. Усі орієнтації виражені сильно й рівною мірою.

2. Група низькомотивованих досліджуваних, у яких усі орієнтації виражені надзвичайно слабо.

3. Група з дисгармонійними орієнтаціями, у яких деякі орієнтації виражені сильно, а інші можуть навіть бути відсутніми.

Для нашого дослідження ми зробили припущення, що отримані за шкалами методики 1–3 бали показують низький рівень вираженості соціально-психологічної установки, 4–6 балів – відповідно середній та 7–10 балів – високий рівень.

Результати даного підетапу констатувального дослідження знайшли своє відображення у підрозділі 2.2.2.

Другий етап констатувального експерименту був зорієнтований на дослідження психологічних особливостей організаційної культури майбутнього місця роботи та включав чотири підетапи.

Зокрема, на *першому підетані* використовувався метод *тестування* та комплекс методик: «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова [39, с. 151–153; 127, с. 288–290] у модифікації Л. Карамушки, М. Станіславської [80; 212] та «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля [80; 127, с. 292–293].

Тестова методика «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова [39, с. 151–153; 127, с. 288–290] на основі 29 питань-тверджень дає можливість визначити ставлення співробітників до складових культури організації. Це такі можливі складові організаційної культури як: 1. «робота»; 2. «комунікації»; 3. «управління»; 4. «мотивація та мораль»; 5. «індекс організаційної культури».

Враховуючи предмет нашого дослідження, ми використовували *модифікацію* зазначеної методики (*Л. Карамушка, М. Станіславська* [80]). Було змінено текст тверджень таким чином, щоб знеособити питання. Наприклад, якщо в оригіналі подано «1. На *нашому* підприємстві щойно найнятим працівникам надається можливість опанувати спеціальність», то згідно нашої модифікації отримаємо «1. На підприємстві щойно найнятим працівникам надається можливість опанувати спеціальність.». Або «24. Прагнення до праці у нас всіляко заохочується» змінюємо на «24. Прагнення до праці всіляко заохочується» тощо. Твердження №16 («Взаємини працівників з керівництвом гідні високої оцінки») та №21 («Робота для мене цікава») залишені без змін.

Також трансформовано назву шкали «індекс організаційної культури» на «індекс *бажаної* організаційної культури».

Отже, респонденту за десятибальною шкалою пропонувалось визначити власне ставлення, що характеризують культуру організації, у якій він хотів би працювати. Якщо твердження повністю збігалось з його думкою, то опитувані зазначали 10 балів, якщо суперечило – 0 балів тощо.

Методика «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова [127, с. 288–290] створювалась після опитування керівників середньої й вищої ланки управління, які мали визначити характеристики сильної організаційної культури. Тому твердження, яке досліджувані відмічали б меншою кількістю балів, ніж 4, мало свідчити про їх досить негативний професійний досвід у цьому напрямку.

Отримані результати за зазначеними *секціями* (1–4) інтерпретувались в залежності від отриманої кількості балів за наступними показниками: чудово, мажорно, помітна зневіра, тенденція до занепаду. Бали шкали «індекс *бажаної* організаційної культури» свідчили про такі *рівні організаційної культури* як дуже високий, високий, середній та маючий тенденцію до деградації, а також відмічали загальну позитивну спрямованість *бажаної* організаційної культури.

Аналіз сумарних величин, моди та медіани усіх шкал допоміг виявити *узагальнене ставлення* респондентів до організаційної культури майбутнього місця роботи.

Наступна тестова методика *«Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля* [80; 127, с. 292–293] дала змогу дослідити силу бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи. При цьому отримані результати досить органічно доповнювали дані попереднього опитувальника.

Ми погоджуємось з дослідниками (М. Карпентер, Т. Бауер та Б. Ердоган [266]; О. Стеклова [222; 223]), які зазначали, що організаційна культура, незалежно від змісту, стає потужним орієнтиром та регулятором поведінки, якщо має достатню силу. Завдяки сильній організаційній культурі діяльність кожного співробітника спрямована лише на благо організації. Слабка організаційна культура навпаки може сприяти загальній демотивованості персоналу.

Зазначена стандартизована методика містить 16 питань-тверджень. Як і в попередньому опитувальнику, учаснику дослідження пропонувалось проранжувати кожне твердження, але вже за п'ятибальною шкалою, де 1 бал відображав найменше значення, а 5 балів – найбільше значення.

Інтерпретація результатів даної тестової методики полягає в тому, що необхідно поррахувати суму усіх балів, щоб дізнатись силу бажаної організаційної культури. Чим більше балів отримує респондент, тим на більш сильну організаційну культуру він зорієнтований у своєму виборі майбутнього місця роботи. При цьому також маємо для порівняння перелік загальновідомих світових організацій-гігантів, про більшість з яких ходять легенди. Організації розташовані згідно зменшення сили їх організаційних культур – від потужної, середньої до слабкої.

Відповідно до змісту методики та узагальнення отриманих статистичних даних дослідження кожному показнику сили організаційної культури ми додали власну *загальну характеристику*:

- подібна до IBM, P&G, Morgan Garanty – *потужна*;
- подібна до AT&T, Morgan Stanley, Delta Airlines – *висока*;
- подібна до United Airlines, Coca-Cola – *середня*;
- подібна до General Fords, PepsiCo – *помірна*;
- подібна до United Technologies, ІТТ – *низька*;
- подібна до Altari – *слабка*.

Результати даного етапу констатувального дослідження представлено у підрозділі 2.3.1.

Другий підетап другого етапу констатувального дослідження був спрямований на аналіз впливу такого соціально-демографічного чинника як вік на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

З метою подальшого аналізу були побудовані таблиці взаємної спряженості (співзалежності або кростабуляція) між показниками організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних осіб. Далі з метою перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між виділеними показниками були розраховані *критерії узгодженості Пірсона* (Pearson χ^2) [134; 135; 272], *відношення правдоподібності* (Likelihood Ratio) [134; 135; 272] та *точний тест Фішера* (Fisher's Exact Test) [134; 135; 272]. Перехід від критерію узгодженості Пірсона до відношення правдоподібності обумовлений бажанням збільшити надійність припущення про зв'язки між виділеними показниками. При цьому точний тест Фішера дозволив отримати більш коректний аналіз для нашої вибірки.

У випадку перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних осіб для обчислення рівня статистичної значимості ми використовували *метод Монте-Карло* [272]. Отримання точного значення можливо не для будь-яких вихідних даних. В той час як метод Монте-Карло є більш універсальним способом і дозволяє отримати наближене значення *sig.* у будь-яких випадках.

Результати даного підетапу констатувального дослідження знайшли своє відображення у підрозділі 2.3.2.

Третій підетап другого етапу констатувального експерименту був спрямований на дослідження впливу статі на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Тут також аналіз вимагав побудови таблиць взаємної спряженості між показниками організаційної культури майбутнього місця роботи та статтю досліджуваних осіб. Далі з метою перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між зазначеними показниками розраховано **критерії узгодженості Пірсона** (Pearson χ^2), **відношення правдоподібності** (*Likelihood Ratio*) та **точний тест Фішера** (*Fisher's Exact Test*). На даному етапі дослідження ми також використовували *метод Монте-Карло*.

Результати даного підетапу констатувального дослідження представлено в підрозділі 2.3.3.

На **четвертому підетапі** другого етапу констатувального дослідження було проаналізовано зв'язки між вираженістю показників організаційної культури майбутнього місця роботи та соціально-демографічними чинниками за допомогою **методу дисперсійного аналізу одновимірної лінійної моделі** [134; 135; 260; 272].

Результати даного підетапу констатувального дослідження відображено у підрозділі 2.3.4.

Третій етап констатувального експерименту був присвячений розкриттю особливостей типології організаційної культури майбутнього місця роботи.

Для реалізації завдань цього підетапу на основі отриманих раніше даних (другого етапу) з використанням **методів математичної статистики** було проведено **кластерний аналіз за методом двох-крокової логарифмічної функції правдоподібності** [134; 135; 272]. Це дозволило виділити із загальної вибірки чотири групи респондентів та знайти кожній з них відповідність у розробленій нами типології організаційних культур [218;

283]. Таким чином, було умовно визначено який домінуючий тип організаційної культури («сім'я», «товариші», «партія» чи «асоціація») майбутнього місця роботи може обрати особистість.

Результати даного етапу констатувального дослідження відображено у підрозділі 2.4.

Четвертий етап констатувального експерименту передбачав вивчення особливостей зв'язку між особистісними характеристиками та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи. Даний етап дослідження проходив у два підетапи.

Перший підетап четвертого етапу констатувального експерименту був спрямований на пошук та виявлення залежностей між ступенем задоволеності основних потреб та вибором рівня і сили бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи на основі методу математичної статистики – **кореляційного аналізу** (критерій Спірмена (r_s)) [134; 135; 272]. Такий аналіз дав можливість визначити, які з базових потреб особистість враховує при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи.

З метою дослідження зв'язку рівня задоволеності основних потреб та показників організаційної культури ми розділили отримані дані респондентів по кожній з п'яти основних потреб на три групи: задоволені, незадоволені та частково задоволені потреби. Таким чином, у результаті кореляційного аналізу (критерію Спірмена (r_s)) нами було проаналізовано показники п'ятнадцяти груп респондентів.

Результати даного підетапу констатувального дослідження відображено у підрозділі 2.5.1.

На **другому підетані** четвертого етапу констатувального експерименту також за допомогою **кореляційного аналізу** (критерій Спірмена (r_s)) [134; 135; 272]) здійснювалось дослідження зв'язку між вираженими соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та оцінкою рівня та сили бажаної організаційної культури.

Результати зазначеного підетапу констатувального дослідження представлено в підрозділі 2.5.2.

П'ятий етап констатувального експерименту був спрямований на вивчення зв'язку між особистісними характеристиками осіб, що шукають роботу, і типами організаційної культури майбутнього місця роботи.

Насамперед, з метою аналізу були побудовані таблиці взаємної спряженості (співзалежності або кростабуляція) між розподілом досліджуваних за групами (виділеними у результаті кластерного аналізу та описані у підрозділі 2.4) та ступенем задоволеності основних потреб, а також окремо між групами респондентів та рівнем вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері. Наступним кроком були розраховані *критерії узгодженості Пірсона* (Pearson χ^2) [134; 135; 272], *відношення правдоподібності* (Likelihood Ratio) [134; 135; 272] та *точний тест Фішера* (Fisher's Exact Test) [134; 135; 272] для перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між виділеними показниками. Перехід від критерію узгодженості Пірсона до відношення правдоподібності був знову обумовлений бажанням збільшити надійність припущення про зв'язок між виділеними групами та потребами, установками. При цьому точний тест Фішера дозволив отримати більш коректний аналіз для нашої вибірки.

Далі для перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між групами респондентів та рівнем вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері для обчислення рівня статистичної значимості було також доцільно використовувати *метод Монте-Карло*.

Результати даного підетапу констатувального дослідження відображено у підрозділі 2.6.

Слід зазначити, що комплексне використання всіх зазначених методик (Додаток А) дало можливість, на наш погляд, вирішити поставлені в констатувальному етапі дослідження завдання.

Математична обробка даних та графічна презентація результатів здійснювались за допомогою комп'ютерних пакетів статистичних програм *IBM SPSS Statistics* (версія 20) та *MS Excel* (версія 2003). Використовувалися: описова статистика, непараметричні методи аналізу: тести Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Вілка на нормальний розподіл, критерії узгодженості Пірсона, відношення правдоподібності та точний тест Фішера, метод дисперсійного аналізу одновимірної лінійної моделі, кореляційний аналіз (аналіз за ранговими кореляціями Спірмена), кластерний аналіз за методом двох-крокової логарифмічної функції правдоподібності.

Вибірка опитуваних.

У констатувальному етапі дослідження брали участь 234 особи.

Дослідження проводилось протягом 2011–2012 років переважно в місті Києві (93,6%). При цьому незначна кількість опитуваних (6,4%) представляла також інші українські міста.

Респондентами виступали особи, що самостійно обирали майбутнє місце роботи або користувались послугами незалежних організаційних психологів-консультантів. Таким чином, досліджено осіб, ситуацію вибору роботи яких, можна класифікувати як актуальну, актуально-конфліктну, потенційно-конфліктну або проєктивну.

Для проведення констатувального експерименту було досліджено осіб у віці від 18 до 78 років (Додаток Б). За віком опитувані були розподілені таким чином: до 29 років – 36,3% осіб, від 30 до 39 років – 31,6% осіб, від 40 до 49 років – 19,7%, осіб, від 50 років і більше років – 12,4% осіб.

За статтю опитувані були розподілені таким чином: 65,4% респондентів становили жінки та відповідно 34,6% – чоловіки.

2.2. Особистісні характеристики при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Для виконання другого завдання констатувального етапу дослідження було вивчено особистісні характеристики: особливості основних потреб та

соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Результати виконання цього завдання буде наведено в цьому підрозділі.

2.2.1. Особливості потреб особистості при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Емпіричне дослідження особистісних характеристик при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи розпочинаємо з аналізу *ступеня задоволеності основних потреб* особистості. Зауважимо, що про доцільність дослідження потреб на початку роботи з безробітними – однією з досліджуваних нами категорій осіб, що обирають майбутнє місце роботи – наголошувала також В. Колесникова [89].

Далі проаналізуємо отримані нами показники (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Ступінь задоволеності основних потреб респондентами (у % від загальної кількості опитаних)

Ступінь задоволеності основних потреб	Незадоволені	Частково задоволені	Задоволені
Матеріальні потреби	16.7	65.4	17.9
Потреби у безпеці	6.8	77.4	15.8
Соціальні потреби	5.6	53.4	41.0
Потреби у визнанні	11.2	82.8	6.0
Потреби у самовираженні	30.8	55.1	14.1

Як свідчать дані, наведені у таблиці 2.2, майже у половини респондентів (41,0%) *повністю задоволені* лише соціальні потреби. Тому, можливо, можна допустити, що при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи майже кожен другий не буде зважати на

психологічну атмосферу, а буде звертати увагу, у першу інші показники у структурі організаційної культури.

Інші потреби повністю задоволені у незначній кількості опитаних: у 17,9% досліджуваних – матеріальні потреби, у 15,8% досліджуваних – потреби у безпеці, у 14,1% досліджуваних – потреби у самовираженні та у 6,0% досліджуваних – потреби у визнанні.

Результати обробки даних також показали, що у більшості респондентів базові потреби *задоволені частково*: потреби у визнанні – у 82,8% досліджуваних, потреби у безпеці – у 77,4% досліджуваних, матеріальні потреби – у 65,4% досліджуваних, потреби у самовираженні – у 55,1% досліджуваних та соціальні потреби – у 53,4% досліджуваних.

Наступним кроком ми конкретизуємо які саме прагнення виділяють опитувані, усвідомлюючи власні потреби (рис. 2.1, додаток В). Проаналізуємо окремо дані тверджень, що відносяться до кожної групи базових потреб.

Спочатку виділяємо *потреби у визнанні*. Головним прагненням респонденти відмітили твердження №9 «Підвищувати рівень майстерності й компетентності» (вибір у 70,1% випадків). Воно поряд з твердженнями №12 «Забезпечити собі положення впливу» (52,4% випадків вибору) та №1 «Домогтися визнання й поваги» (лише 35,6% випадків вибору) становлять потреби у визнанні. На нашу думку, особистість намагатиметься обирати таку організаційну культуру, що забезпечувала б постійне навчання у рамках майбутнього місця роботи, та у перспективі така людина могла б стати ключовою в організації.

Наступна група тверджень складає *матеріальні потреби*. Досліджувані особливо прагнуть «забезпечити собі матеріальний комфорт» (№8 твердження, вибір у 68,2% випадків). Але не кожен готовий «заробляти на життя» (№4 твердження, 47,3% випадків вибору) та бажає при цьому «купувати гарні речі» (№13 твердження, 40,9% випадків вибору). Це говорить про те, що, на нашу думку, судячи з отриманих даних, при

задоволенні матеріальних потреб особистість головним вважає саме матеріальний комфорт, а не систему оплати праці.

Вибір, %

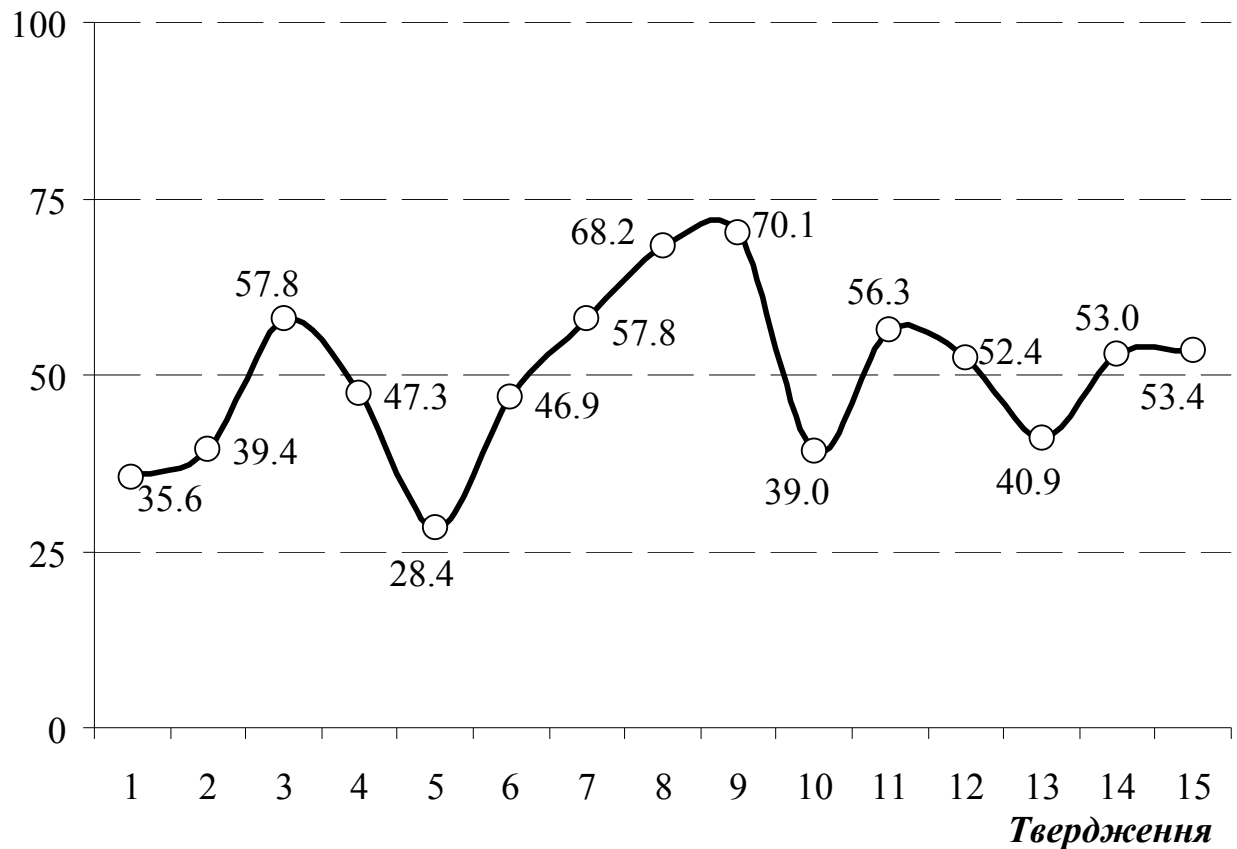


Рис. 2.1. Особливості розподілу прагнень досліджуваних при задоволенні основних потреб

Далі розглянемо групу тверджень, що складають *потреби у безпеці*. Згідно отриманих нами даних на третьому місці в ієрархії є прагнення №3 «Забезпечити собі майбутнє» (57,8% випадків вибору). Дане твердження разом із №6 «Усталити своє положення» (46,9% випадків вибору) та №10 «Уникати неприємностей» (39,0% випадків вибору) становлять потреби у безпеці. Таким чином, можна дійти висновку, що стабільність організації та посади відіграє досить важливу роль при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Прагнення, що складають *потреби у самовираженні*, за результатами аналізу також досить актуальні порівняно з іншими потребами. Дійсно, згідно ранжування випадків вибору складові потреби займають четверте

(№7 «Розвивати свої навички й здібності», 57,8% випадків вибору), п'яте (№11 «Прагнути до нового й незвіданого», 56,3% випадків вибору) та шосте (№14 «Займатися справою, що потребує повної віддачі», 53,0% випадків вибору) місця.

Нарешті, *соціальні потреби*, як вже згадувалось вище, не настільки актуальні. Так, лише одна зі складових набрала більше, ніж 50% – це прагнення №15 «Бути зрозумілим іншими» (53,4% випадків вибору, шосте місце). Інші два твердження згідно ранжування отримали дванадцятье (№2 «Мати теплі відносини з людьми», 39,4% випадків вибору) та останнє, п'ятнадцятье (№5 «Мати гарних співрозмовників», 28,4% випадків вибору) місця. Можливо, соціальні потреби опитувані задовольняються при спілкуванні з близькими та друзями, а не на робочому місці.

Підводячи підсумки, можна констатувати, що головними актуальними потребами при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи є прагнення до постійного навчання та саморозвитку, матеріального комфорту. При цьому спостерігаються досить суперечливі бажання впевненості у майбутньому та прагнення до нового. Трохи менш актуальними залишаються прагнення працювати з повною віддачею, бути впливовою та зрозумілою іншим особою.

У цілому, результати дослідження показали, що спостерігається певна диспропорція щодо ступеня задоволеності потреб в осіб, які здійснювали вибір майбутнього місця роботи. Звертає на себе увагу той факт, що це стосується як потреб першого рівня, «базових» (матеріальних та в безпеці), так і потреб другого рівня, «вищих» потреб (у визнанні та в самореалізації). При цьому впадає в око той факт, що потреби у визнанні є найменш задоволеними. Отже, можна припустити, що особи, які здійснюють вибір майбутнього місця роботи, обиратимуть організаційну культуру, яка б сприяла задоволенню не лише «базових» потреб, але і «вищих» потреб. При

цьому меншу увагу респонденти будуть звертати на організаційну культуру, яка б сприяла задоволенню їх соціальних потреб.

2.2.2. Особливості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

З метою аналізу соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи ми намагались розділити досліджуваних на групи. Проте отримані результати аналізу даних по всій вибірці показали, що кожного респондента можна віднести до групи з дисгармонійними орієнтаціями, коли деякі орієнтації виражені сильно або середньо, а інші можуть бути взагалі відсутніми. При цьому майже третина досліджуваних (27,3%) має низькі або середні показники по кожній шкалі соціально-психологічних установок особистості.

Далі за результатом діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері було виявлено, що у більшості досліджуваних вираженими є установки на «свободу» (81,2%), «працю» та «альтруїзм» (відповідно по 67,1%) (рис. 2.2, додаток Д). Разом з тим, значна кількість опитаних з пари мотивів «процес – результат» обирає у своїй діяльності роботу, спрямовану на «результат» (46,2%) та відповідно 40,2% респондентів – на «процес».

Цікавим, на наш погляд, є той факт, що за результатами іншого дослідження [247], працівники сфери освіти також майже однаково орієнтовані на «результат» (42%) та «процес» (38%).

Зокрема, автори обраної тестової методики зазначають, що установка на «процес і результат» є найбільш оптимальною стратегією поведінки, тобто

у нашому випадку такі дані можуть свідчити, що лише деякі опитувані (13,7%) свідомо обирають організаційну культуру майбутнього місця роботи.

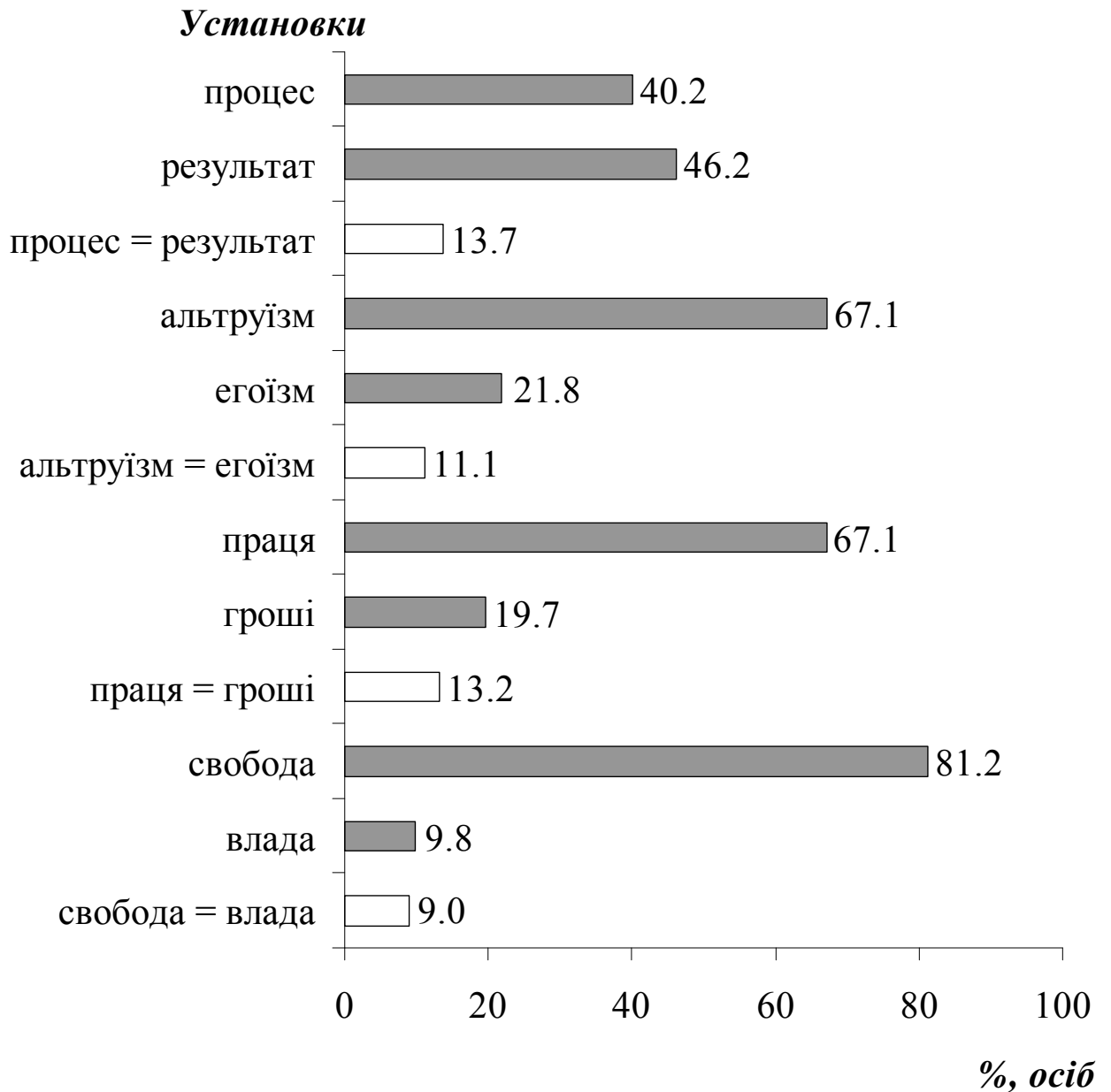


Рис. 2.2. Особливості соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

На рис. 2.2 і далі у ході аналізу на рисунках та у таблицях також продемонстровано *відсутність орієнтації на одну з пари установок*, коли досліджувана особа отримувала однакову кількість балів на кожну з них за результатами визначеної тестової методики. Це умовно показано за

допомогою знаку « \Rightarrow » між парою установок: «процес = результат», «праця = гроші», «альтруїзм = егоїзм» та «свобода = влада».

Наше дослідження також виявило, що власним «егоїзмом» мотивується 21,8% опитаних. Також майже кожен четвертий досліджуваний (19,7%) має установку на «гроші». «Влада» є провідною цінністю майже для кожного десятого респондента (9,8%). При цьому необхідно зазначити, що кількість опитаних з невираженими парами установок не перевищувала 14%.

В цілому, у процесі дослідження виявлено пріоритетність певних соціально-психологічних установок в осіб, які обирають майбутнє місце роботи. Так, показники, отримані в ході аналізу діагностики соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері, дозволяють стверджувати, на наш погляд, що особистість в процесі вибору організаційної культури майбутнього місця роботи буде звертати особливу увагу на вакансію роботодавця, що пропонує певну свободу діяльності в організації з демократичним стилем управління (установки на «свободу» та «альтруїзм») та сприятимуть досягненню реалізації орієнтації на процес та результат роботи. При цьому суттєвим є те, що рівень заробітної плати, зайняття певної посади, що забезпечує владу та реалізацію егоїстичних установок, не відіграватимуть пріоритетної ролі.

Також на основі даних тестування можна припустити, що незначна кількість респондентів все-таки обиратиме організаційну культуру майбутнього місця роботи, що пропонуватиме певну управлінську посаду (установка на «владу») з деякою кількістю підлеглих (установка на «егоїзм»), сподіваючись на більш високий рівень оплати праці (установка на «гроші»).

2.3. Психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи

Для виконання третього завдання констатувального етапу дослідження нами було досліджено психологічні особливості організаційної культури

майбутнього місця роботи. А також проаналізовано вплив таких соціально-демографічних чинників як стать та вік на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи. Результати виконання цього завдання буде наведено в цьому підрозділі.

2.3.1. Показники організаційної культури майбутнього місця роботи

Насамперед, наше дослідження виявило, що більшість респондентів шукає роботу в організації з дуже високим рівнем організаційної культури (табл. 2.3 та 2.4).

Згідно даних, які представлені в таблиці 2.3 можна констатувати, що значна кількість досліджуваних обрала найвищі бали за шкалами бажаної організаційної культури «мотивація й мораль» (78,2%), «робота» (76,5%), «управління» (67,5%) та «комунікації» (64,5%). Це свідчить про те, що при виборі майбутнього місця роботи особистість буде звертати особливу увагу на рівень вираженості даних показників у структурі організаційної культури.

Таблиця 2.3

Оцінка рівня бажаної організаційної культури як чинника вибору майбутнього місця роботи (у % від загальної кількості опитаних)

Оцінка показників організаційної культури	Робота	Комунікації	Управління	Мотивація й мораль
«Чудово»	76.5	64.5	67.5	78.2
«Мажорно»	22.2	30.3	27.8	19.2
«Помітна зневіра»	0.9	3.8	4.3	2.6
«Занепад»	0.4	1.3	0.4	0.0

Подальше дослідження рівня бажаної організаційної культури виявило, що на дуже високий індекс бажаної організаційної культури зорієнтовано 57,7% опитаних, на високий – 38,9% досліджуваних (табл. 2.4). І жоден респондент (0,0%) не зацікавлений у пошуку майбутнього місця роботи з організаційною культурою, що має тенденцію до деградації.

Таблиця 2.4

**Оцінка рівня бажаної організаційної культури
як чинника вибору майбутнього місця роботи
(у % від загальної кількості опитаних)**

Оцінка рівня організаційної культури	Дуже високий	Високий	Середній	Має тенденцію до деградації
Індекс бажаної організаційної культури	57.7	38.9	3.4	0.0

Також необхідно зазначити, що приблизно третина та менше опитаних оцінюють показники бажаної організаційної культури як «мажорно», що підтверджує зацікавлення більшості респондентів саме у високому рівні культури в майбутньому місці роботи. Таким чином, слід відмітити тенденцію, що загалом на позитивну спрямованість бажаного рівня організаційної культури буде звертати увагу переважна більшість респондентів (96,6%).

Наступним кроком проаналізуємо більш докладно такі шкали запропонованої методики як «робота», «комунікації», «управління» та «мотивація й мораль». Можна стверджувати, що, на нашу думку, кожен із наведених показників узагальнює певні складові бажаної організаційної культури.

Так, *шкала «робота»* даної методики поєднує в собі наступні поняття:

1. можливість опанувати спеціальність новим працівникам;
2. можливість опанувати спеціальність усім працівникам;

3. система висування на нові посади;
4. обладнані робочі місця;
5. усе знаходиться під рукою;
6. робота цікава;
7. трудове навантаження оптимальне.

Дослідження перелічених показників доречно було б розпочати із визначення середнього арифметичного, однак відповідно до положень математичної статистики [179] середнє арифметичне значення є адекватною мірою центральної тенденції у вибірці тільки у разі нормального (Гаусова) розподілу ознаки. У нашому випадку спостерігається відхилення розподілу від нормального закону, тому для аналізу ми використаємо медіану, яка застосовується для доволі широкого класу розподілу [114; 134; 135; 179].

Значення медіани за кожним з шести показників дорівнює найвищому балу даної методики (10 балів) (Додаток Е). Це може свідчити про орієнтацію більшості досліджуваних на майбутнє місце роботи, де вони зможуть зростати як професійно, так і за посадою, а також захоплено працювати на добре обладнаному робочому місці, мати зручний графік роботи тощо.

При цьому подальший аналіз шкали «робота» даної методики логічно акцентувати на дослідженні сумарної кількості балів кожної складової шкали (рис. 2.3). Так, ми зможемо проілюструвати наскільки кожне перелічене твердження для опитуваних вагоме відносно максимальних числових показників даної тестової методики.

На рисунку цифрами від 1 до 7 зазначені показники шкали, перераховані вище.

Домінують одразу дві шкали (по 96%): четверта – обладнання робочого місця та шоста – цікава робота для респондентів. Найнижчою кількістю випадків вибору (82,1%) відзначено другу шкалу – можливість опанувати спеціальність усім працівникам. Відповідно інші показники лежать в цьому інтервалі – від 82% до 96%. Тому можна зробити висновок, що усі складові

шкали «робота» відіграють досить важливу роль при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

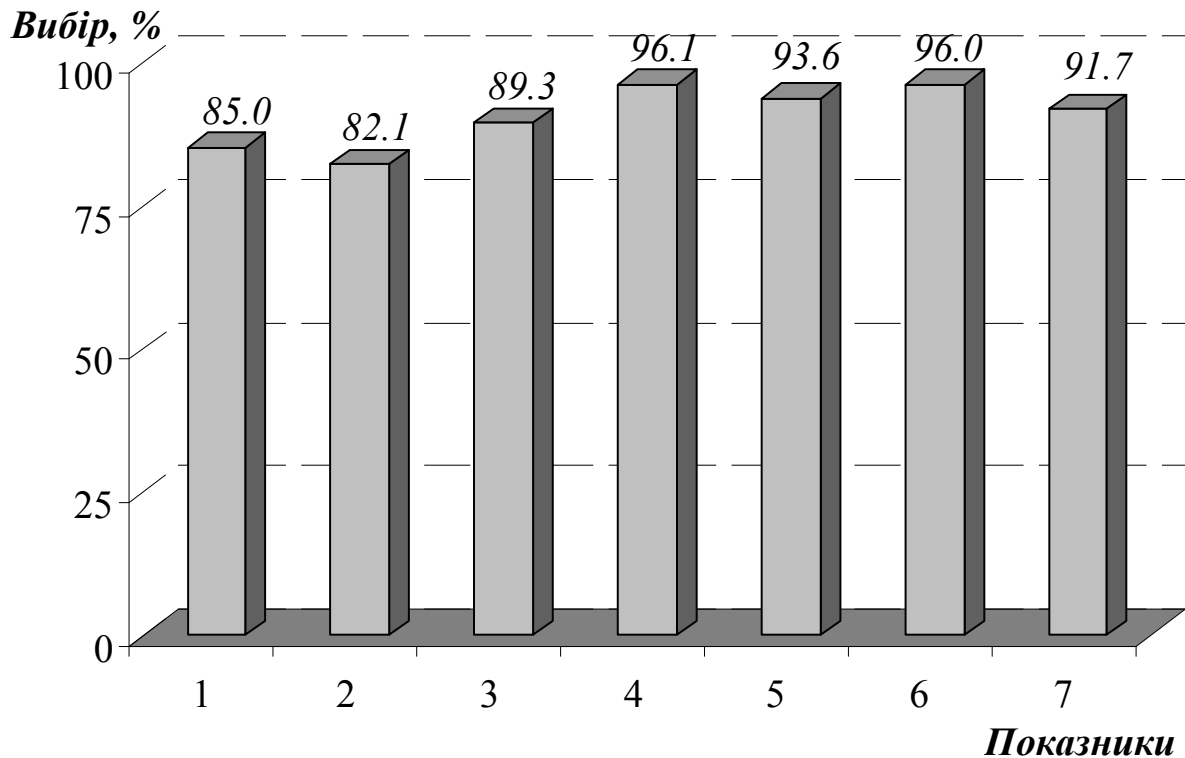


Рис. 2.3. Особливості сумарних показників шкали «робота»

Наступний показник організаційної культури – *шкалу «комунікації»* зазначеної методики – визначають:

1. чіткі інструкції й правила поведінки;
2. налагоджена система комунікацій;
3. різноманітні форми та методи комунікацій;
4. своєчасне отримання внутрішньої інформації;
5. двостороння комунікація;
6. безпосереднє звертання до керівництва.

У процесі статистичної обробки виявлено, що усім показникам шкали «комунікації» медіана також відповідає найвищим балам даної методики (10 балів) (Додаток Е). Таким чином, простежується бажання досліджуваних працювати в організації з високим рівнем комунікаційного зв'язку, де

регламентовані правила поведінки та вітаються різноманітні форми методи комунікацій.

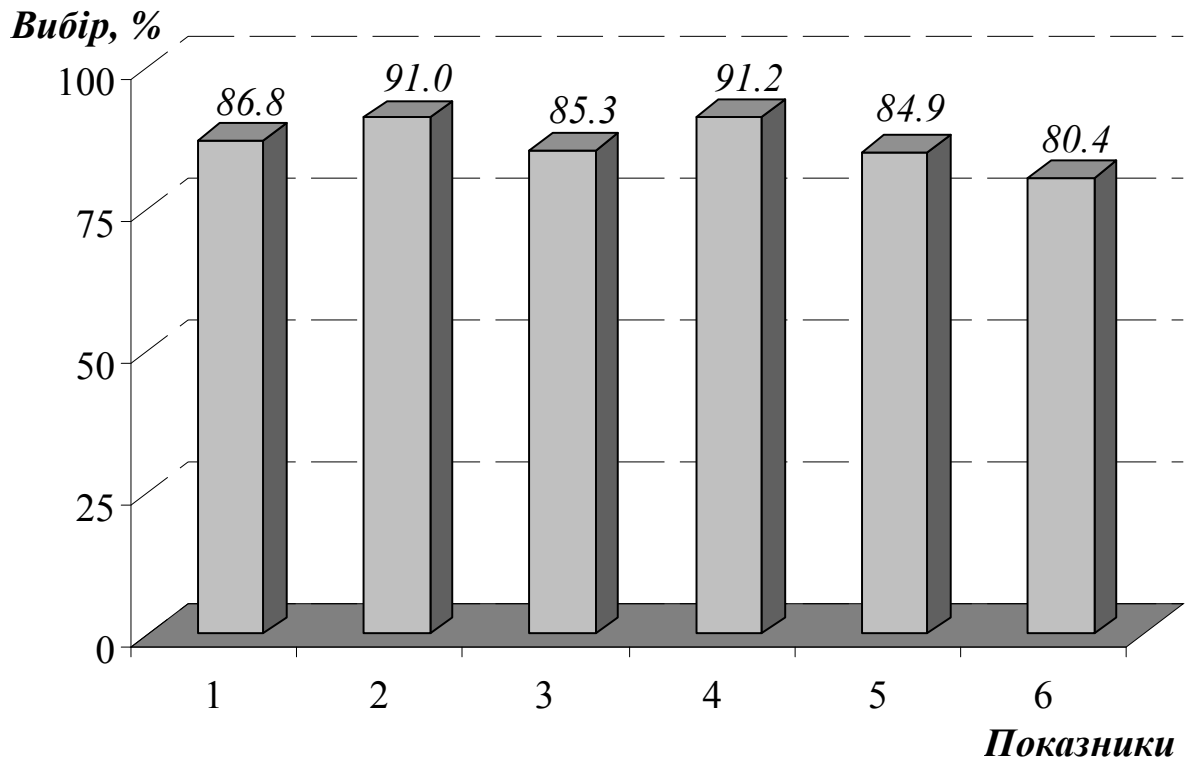


Рис. 2.4. Особливості сумарних показників шкали «комунікації»

Далі було відмічено, що респонденти відзначають для себе переваги компонентів комунікації (рис. 2.4). Так, аналіз сумарних показників кожної шкали показав, що усі значення більше 80,4% (шоста шкала) та знаходяться у діапазоні до 91,2% (четверта шкала).

У цілому, сумарні показники також свідчать про орієнтацію респондентів на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи з високим рівнем комунікації.

Шкала «управління» даної методики характеризується такими можливими складовими організаційної культури як:

1. організація діяльності;
2. своєчасні й ефективні рішення;
3. участь працівників у прийнятті рішень;
4. професійна оцінка діяльності працівників;

5. дисциплінарні заходи можуть застосовуватись як виключення;
6. вирішення конфліктних ситуацій з урахуванням всіх реальностей обстановки;
7. делегування повноважень на нижчі ешелони управління;
8. постійне націлення на нововведення.

Водночас, за результатами даних шкали «управління» (Додаток Е) досліджено медіану зазначених показників (рис. 2.5).

Показники

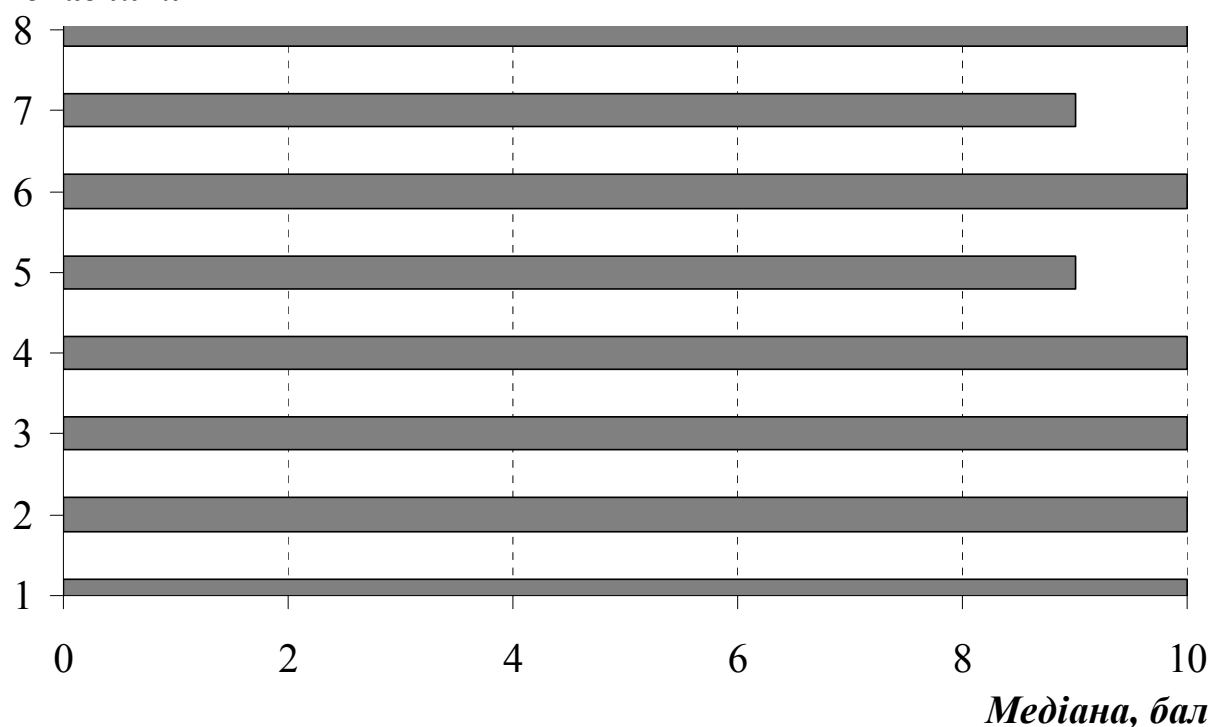


Рис. 2.5. Особливості медіани показників шкали «управління»

Як випливає з даних, наведених на рис. 2.5, респонденти зазначають, що при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи будуть звертати трохи менше уваги (9 балів з можливих 10 балів) на практику делегування повноважень на нижчі ешелони управління та застосування дисциплінарних заходів як виключення. При цьому інші шість компонентів даної шкали залишаються дуже важливими (10 балів). Тобто можна відмітити, що бажана організаційна культура характеризується поряд з іншими показниками чіткою організацією діяльності, ефективними

рішеннями із врахуванням думки працівників, справедливим вирішенням конфліктів, націленням на нововведення тощо.

Згідно даних, що представлено на рис. 2.6, сумарні показники шкали «управління» лежать в інтервалі від 77,7% (сьома шкала) до 92,4% (одразу перша та друга шкали). Тому можна стверджувати, що організаційна культура майбутнього місця роботи має характеризуватись також високою культурою управління.

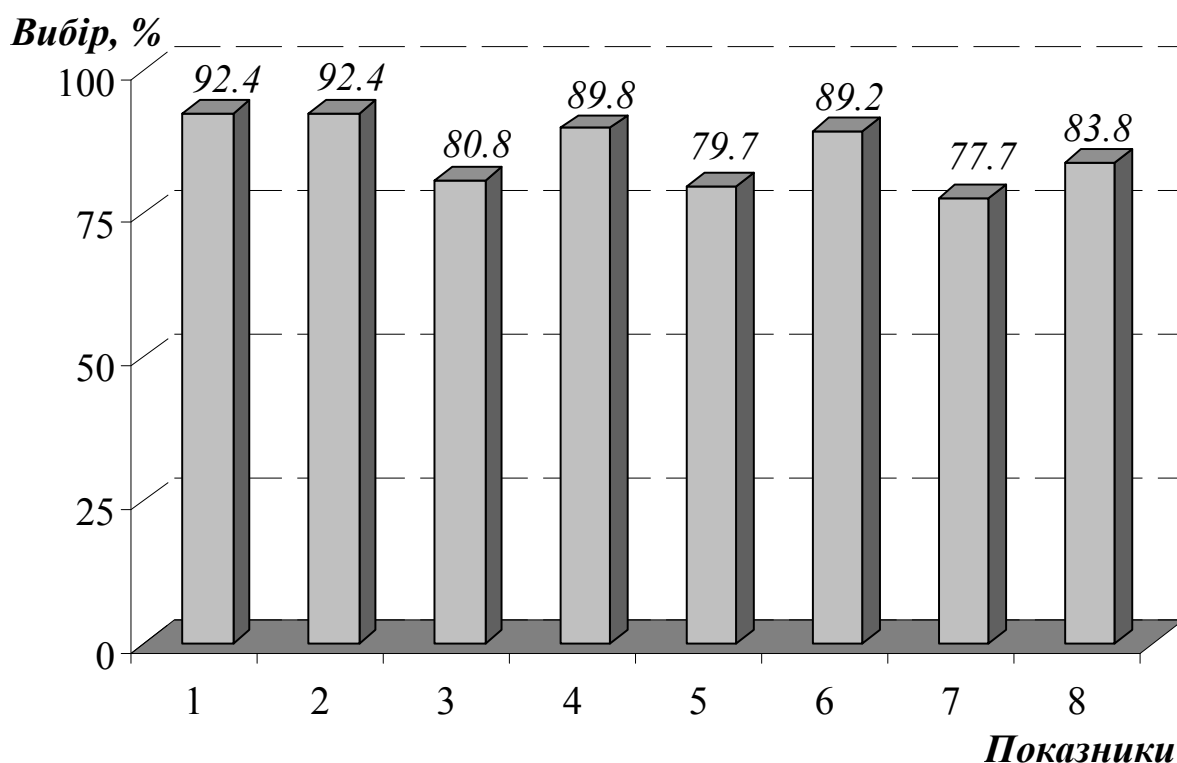


Рис. 2.6. Особливості сумарних показників шкали «управління»

Нарешті, *шкалу «мотивація й мораль»* даної методики характеризують:

1. задовільна система заробітної плати;
2. заохочення ініціативи;
3. гарні взаємини працівників;
4. висока оцінка взаємин працівників з керівництвом;
5. увага до індивідуальних відмінностей працівників;
6. заохочення до праці;

7. кооперація й взаємоповага між працівниками;
8. відчуття працівниками гордості за свою організацію.

Зокрема, констатовано медіану описаних показників у найвищих балах методики (10 балів) (Додаток Е). Тому можна стверджувати, що у більшості досліджуваних усі можливі складові організаційної культури, виділені за шкалою «мотивація й мораль», відіграють дуже важливу роль у виборі майбутнього місця роботи.

Подальший аналіз показав, що шкала «мотивація й мораль» даної тестової методики також, як і три попередні шкали, характеризується високими сумарними показниками (рис. 2.7).

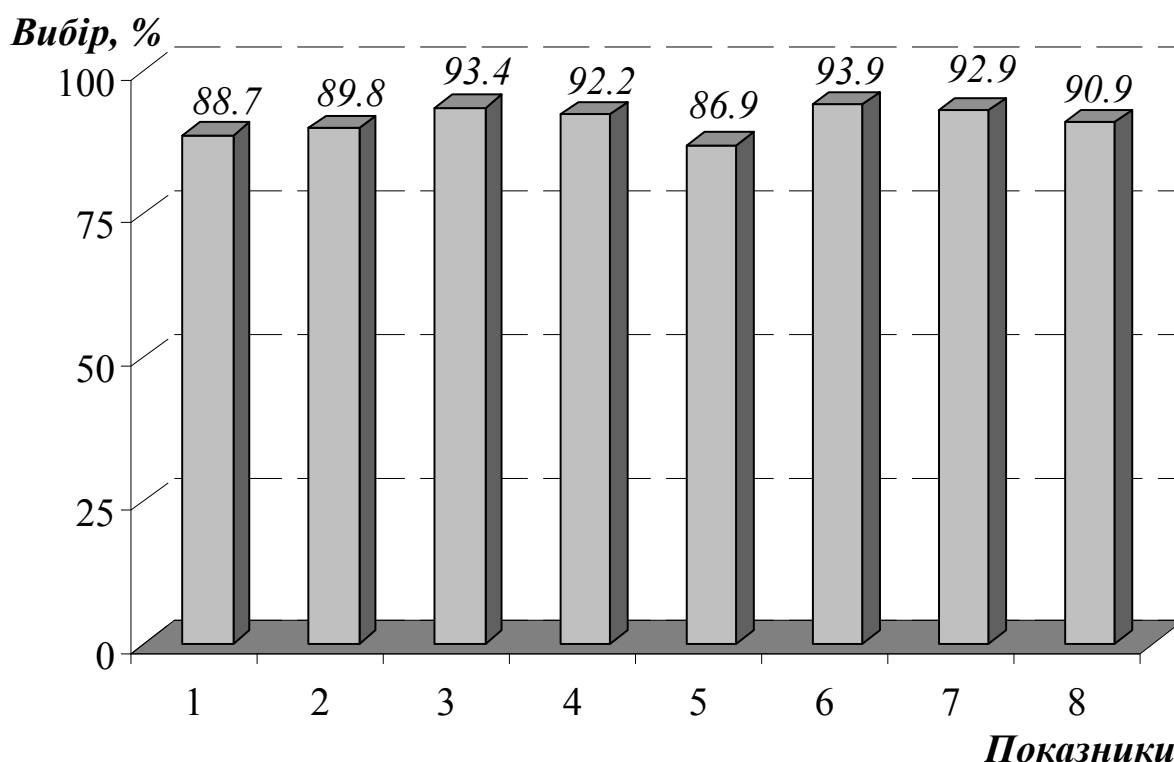


Рис. 2.7. Особливості сумарних показників шкали «мотивація й мораль»

Згідно рисунку значення показників шкал знаходяться у діапазоні від 86,9% (п'ята шкала) до 93,9% (шоста шкала). Зазначимо, що такий важливий компонент організаційної культури як система заробітної плати (перша шкала) отримав лише 88,7% випадків вибору.

Отримані нами дані про рівень заробітної плати збігаються з результатами досліджень Е. Майклса зі його колегами [115; с. 80–82] та С. Малкової [120], наведеними у I розділі дисертаційного дослідження. Також виявлений результат даної шкали органічно доповнює зазначений вище показник «матеріальні потреби» (рис. 2.1).

Таким чином, аналіз сумарних величин усіх шкал даної методики допоміг виявити узагальнений стан оцінки рівня бажаної організаційної культури респондентів. Обираючи організаційну культуру майбутнього місця роботи, особистість звертатиме увагу, у першу чергу, на організацію з гарними взаєминами та підтримкою між працівниками та керівництвом, заохочування ініціативності тощо.

Також, необхідно зазначити, що за кожним показником усіх чотирьох шкал мода дорівнює найвищим балам даної методики (10 балів), та при цьому стандартне відхилення знаходиться у діапазоні від 1,186 до 3,043 (Додаток Е). Тобто можна стверджувати, що найчастіше досліджувані при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи обирають найбільш значущі характеристики, орієнтуючись на організацію з сильною організаційною культурою.

Подібні результати відносно сили організаційної культури майбутнього місця роботи отримано і за наступною тестовою методикою *«Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля* [80; 127, с. 292–293] (рис. 2.8).

Загалом можна констатувати, що значна частина досліджуваних (43,2%) обиратиме місце роботи з сильною організаційної культурою подібною до сили культур відомих «AT&T», «Morgan Stanley» та «Delta Airlines». Разом з тим, 22,6% опитаних зорієнтовані на середню за силою організаційну культуру, як в організаціях «United Airlines» і «Coca-Cola». Майже п'ята частина досліджуваних (19,7%) шукатиме потужну організаційну культуру, як в «IBM», «P&G» та «Morgan Garantu». Бажають працювати в подібних, помірних за силою культурах, організаціях «General

Fords» та «PepsiCo» 10,3% респондентів. Та на низьку (подібну до «United Technologies» та «ІТТ») й слабку (подібну до «Altari») за силою організаційну культуру у своєму виборі орієнтується незначна кількість опитаних – відповідно 3,4% та 0,9%.

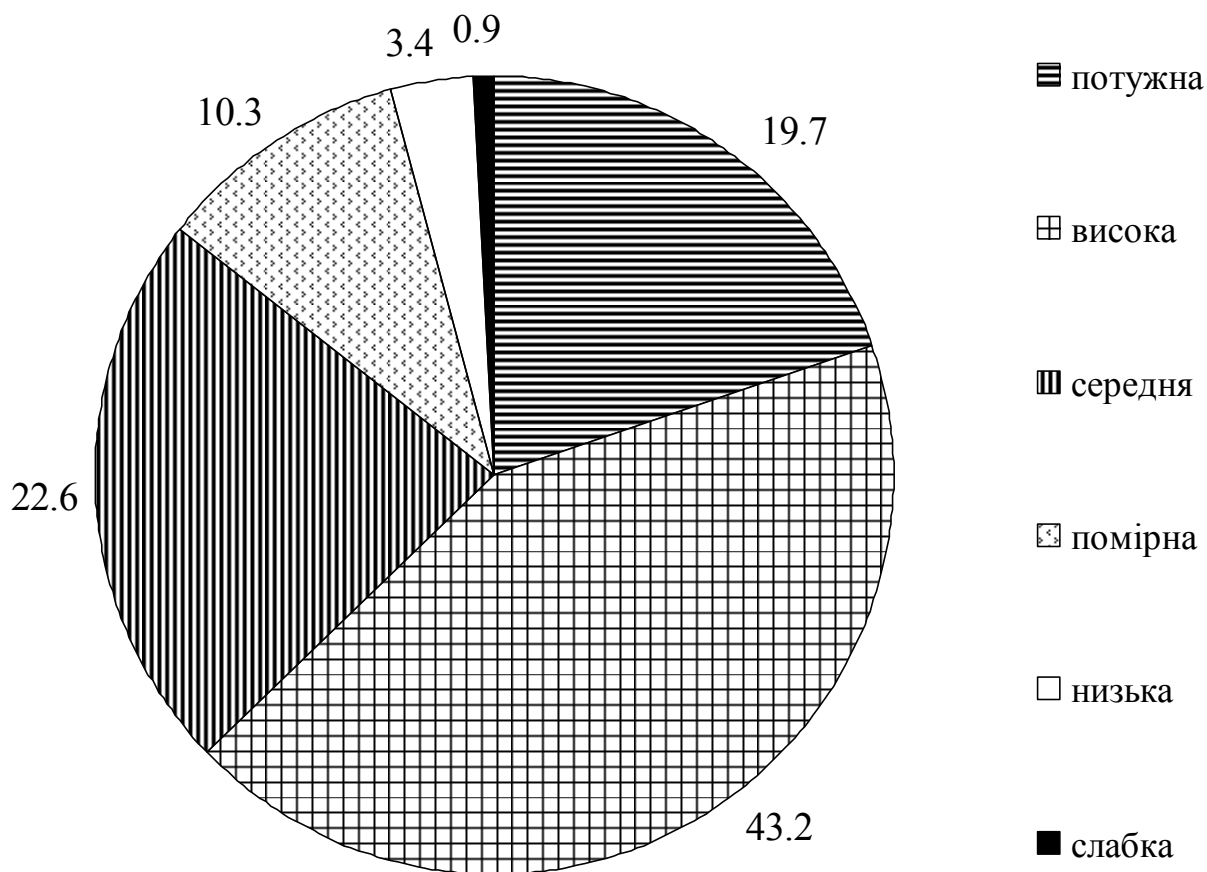


Рис. 2.8. Особливості розподілу сили організаційної культури майбутнього місця роботи (у % від загальної кількості опитаних)

На основі отриманих даних можна засвідчити, що більшість досліджуваних (62,9%) при виборі майбутнього місця роботи шукатимуть організацію потужною та високою за рівнем силою організаційної культури. Тобто вони готові відповідати іміджу організації власним, поділяти цінності, переконання та інші елементи організаційної культури, якщо так робитиме більшість співробітників організації (ознака сильної організаційної культури). При цьому незначна кількість респондентів (4,3%) не готова

поділяти організаційну культуру майбутнього місця роботи, тому, на наш погляд, не зацікавлена у вакансіях процвітаючих організацій.

Слід зазначити, що результати нашого аналізу сили організаційної культури як чинника вибору майбутнього місця роботи певною мірою також підтверджують дослідження американського кадрового Інтернет-порталу «Glassdoor», користувачі якого щорічно обирають найкращих роботодавців (Annual list of the 50 best companies to work for). У 2014 році вибірка становила майже 500 000 респондентів.

Отже, згідно отриманих даних [284], надаючи характеристику найкращим роботодавцям, опитувані зазначали, що це організації, що дійсно дбають про працівників; що в них працюють розумні, талановиті та працьовиті люди; що культура та/або середовище приголомшливі тощо. Таким чином, автори дослідження зробили висновок, що респонденти найкращими працедавцями обирали організації з міцною привабливою організаційною культурою.

В цілому, отримані результати дослідження за показниками двох зазначених тестових методик, на нашу думку, свідчать про високий рівень домагань респондентів. Дослідження показало, що більшість опитуваних обиратиме високий рівень та сильну організаційної культури майбутнього місця роботи.

2.3.2. Вплив віку на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

Дослідження з використанням методів описової статистики виявило, що вибір організаційної культури майбутнього місця роботи залежить від такого соціально-демографічного чинника як вік особистості. Далі розглянемо вплив цього фактору на особливості вираженості окремих складових бажаної організаційної культури.

Так, у результаті аналізу показника «робота» визначено, що при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи більшість респондентів незалежно від їхнього віку була орієнтована на високий рівень даного показника (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Зв'язок між вираженістю рівня роботи та віком при виборі
організаційної культури майбутнього місця роботи (у %)**

Вік	Робота				Усього
	<i>тенденція до занепаду</i>	<i>помітна зневіра</i>	<i>мажорно</i>	<i>чудово</i>	
від 18 до 29 років	0.0	0.0	21.2	78.8	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.0	7.7	28.6	36.3
від 30 до 39 років	0.0	1.4	18.9	79.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.4	6.0	25.2	31.6
від 40 до 49 років	0.0	2.2	23.9	73.9	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.4	4.7	14.6	19.7
від 50 і більше років	3.5	0.0	31.0	65.5	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.4	0.0	3.9	8.1	12.4
Усього	0.4	0.9	22.2	76.5	100.0

Отже, як видно з таблиці 2.5, у віці від 18 до 29 років та від 30 до 39 років майже 80% досліджуваних обирає організаційну культуру, сподіваючись на найвищий рівень показника «робота» («чудово» за шкалою методики). Стаючи старшими, 73,9% респондентів у віці від 40 до 49 років також обиратимуть даний показник. Та при досягненні 50 і більше років високий рівень показника «робота» обиратиме 65,5% опитаних, при цьому майже третина у цьому віці погодиться на середній рівень показника «робота» («мажорно» за шкалою методики).

У рамках аналізу бажаного рівня *комунікацій* як складової організаційної культури майбутнього місця роботи констатовано, що незалежно від віку більшість респондентів обиратиме високий рівень комунікацій (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Зв'язок між вираженістю рівня комунікацій та віком при виборі
організаційної культури майбутнього місця роботи (у %)**

Вік	Комунікації				Усього
	<i>тенденція до занепаду</i>	<i>помітна зневіра</i>	<i>мажорно</i>	<i>чудово</i>	
від 18 до 29 років	2.3	7.1	36.5	54.1	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.8	2.6	13.3	19.7	36.3
від 30 до 39 років	1.3	1.4	25.7	71.6	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.4	0.44	8.1	22.6	31.6
від 40 до 49 років	0.0	4.4	23.9	71.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.9	4.7	14.1	19.7
від 50 і більше років	0.0	0.0	34.5	65.5	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.0	4.3	8.1	12.4
Усього	1.3	3.9	30.3	64.5	100.0

Як свідчать дані, представлені у таблиці 2.6, 54,1% опитаних у віці від 18 до 29 років прагнуть до високого рівня комунікацій («чудово» за шкалою методики) та 36,5% респондентів розглядатимуть середній рівень комунікацій («мажорно» за шкалою методики). Майже 72% досліджуваних у віці від 30 до 39 років (71,6%) та від 40 до 49 років (71,7%) також обиратимуть високий рівень комунікацій у структурі організаційної культури майбутнього місця роботи. При цьому з віком кількість чоловік, що орієнтовані на високий рівень комунікацій, зменшується до 65,5% (опитані

старші за 50 років) та відповідно зростає кількість чоловік, що обиратимуть також середній рівень комунікацій.

Наступним проаналізованим показником у структурі впливу віку на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи є вираженість рівня *управління* при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Зв'язок між вираженістю рівня управління та віком при виборі
організаційної культури майбутнього місця роботи (у %)**

Вік	Управління				Усього
	<i>тенденція до занепаду</i>	<i>помітна зневіра</i>	<i>мажорно</i>	<i>чудово</i>	
від 18 до 29 років	1.2	5.9	34.0	60.1	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.4	2.1	12.0	21.8	36.3
від 30 до 39 років	0.0	1.4	21.6	77.0	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.4	6.8	24.4	31.6
від 40 до 49 років	0.0	6.5	21.7	71.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	1.3	4.3	14.1	19.7
від 50 і більше років	0.0	3.5	37.9	58.6	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.4	4.7	7.3	12.4
Усього	0.4	4.3	27.8	67.5	100.0

У процесі дослідження зв'язку віку та бажаного рівня управління встановлено, що більше половини респондентів шукатимуть високий рівень управління при виборі майбутнього місця роботи. Аналіз таблиці 2.7 також показує, що більше за інших зацікавлені у високому рівні управління досліджувані у віці від 30 до 39 років (77,0%). На найвищий показник управління при виборі майбутнього місця роботи звертатимуть увагу 71,7%

опитаних у віці від 40 до 49 років, 60,1% – у віці від 18 до 29 років та відповідно 58,6% у віці від 50 і більше років. При цьому 37,9% респондентів будуть задоволені середнім рівнем управління на майбутньому місці роботи.

Щодо вираженості рівня *мотивації й моралі*, то згідно результатів аналізу найбільше зацікавлені у високому рівні даного показника при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи досліджувані у віці від 30 до 39 років – це 85,1% осіб у цій віковій категорії (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Зв'язок між вираженістю рівня мотивації й моралі та віком при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи (у %)

Вік	Мотивація й мораль				Усього
	<i>тенденція до занепаду</i>	<i>помітна зневіра</i>	<i>мажорно</i>	<i>чудово</i>	
від 18 до 29 років	0.0	1.2	21.2	77.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.4	7.7	28.2	36.3
від 30 до 39 років	0.0	2.7	12.2	85.1	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.9	3.9	26.9	31.6
від 40 до 49 років	0.0	6.5	21.7	71.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	1.3	4.3	14.1	19.7
від 50 і більше років	0.0	0.0	27.6	72.4	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.0	3.4	9.0	12.4
Усього	0.0	2.6	19.2	78.2	100.0

Разом з тим, виявлено, що більшість досліджуваних у кожній з вікових категорій очікуватиме на високий рівень мотивації й моралі при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Це 77,7% опитаних у віці від 18 до 29 років, 72,4% респондентів у віці від 50 і більше років та відповідно 71,7% чоловік у віці від 40 до 49 років.

Як і для попередніх описаних складових організаційної культури, майже третина респондентів (27,6%) старших за 50 років будуть задоволені середнім рівнем мотивації й моралі на майбутньому місці роботи. Можливо, це пов'язано з тим, що, на наш погляд, в Україні часто у поважному віці складніше знайти нову роботу, ніж у молодому. Або, можна припустити, що з віком особистість менше звертає увагу на організаційну культуру, більш зосереджуючись на власній сім'ї, здоров'ї, хобі тощо. Безумовно, виявлена тенденція заслуговує окремого дослідження, а виділена вікова група більш пильної уваги при проведенні психологічного консультування з метою успішного вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Далі проаналізуємо рівень *індексу бажаної організаційної культури*, який можна назвати узагальненим показником чотирьох попередніх, розглянутих вище. Виявлено, що для індексу бажаної організаційної культури характерні в основному дуже високі й високі значення показника для усіх виділених вікових категорій (рис. 2.9). Таим чином, можна відмітити тенденцію до вибору особистістю загальної позитивної спрямованості організаційної культури майбутнього місця роботи. Так, жоден респондент незалежно від віку не обиратиме організаційну культуру, що «має тенденцію до деградації». А також виділено незначну кількість опитаних, які погодяться на середній рівень організаційної культури місця роботи.

При цьому дуже високий рівень бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи обиратимуть 68,9% досліджуваних у віці від 30 до 39 років, а високий – відповідно лише 28,4% осіб. Для вікових груп від 40 до 49 років та від 50 і більше років характерні подібні результати – більше половини опитаних прагнуть до дуже високого рівня бажаної організаційної культури. Це 56,5% чоловік у віці від 40 до 49 років та 55,2% чоловік у віці від 50 і більше років. Дослідженні також виявило, що молоді люди від 18 до 29 років обиратимуть як дуже високий (49,4% респондентів), так і високий

(48,2% респондентів) рівень бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи.

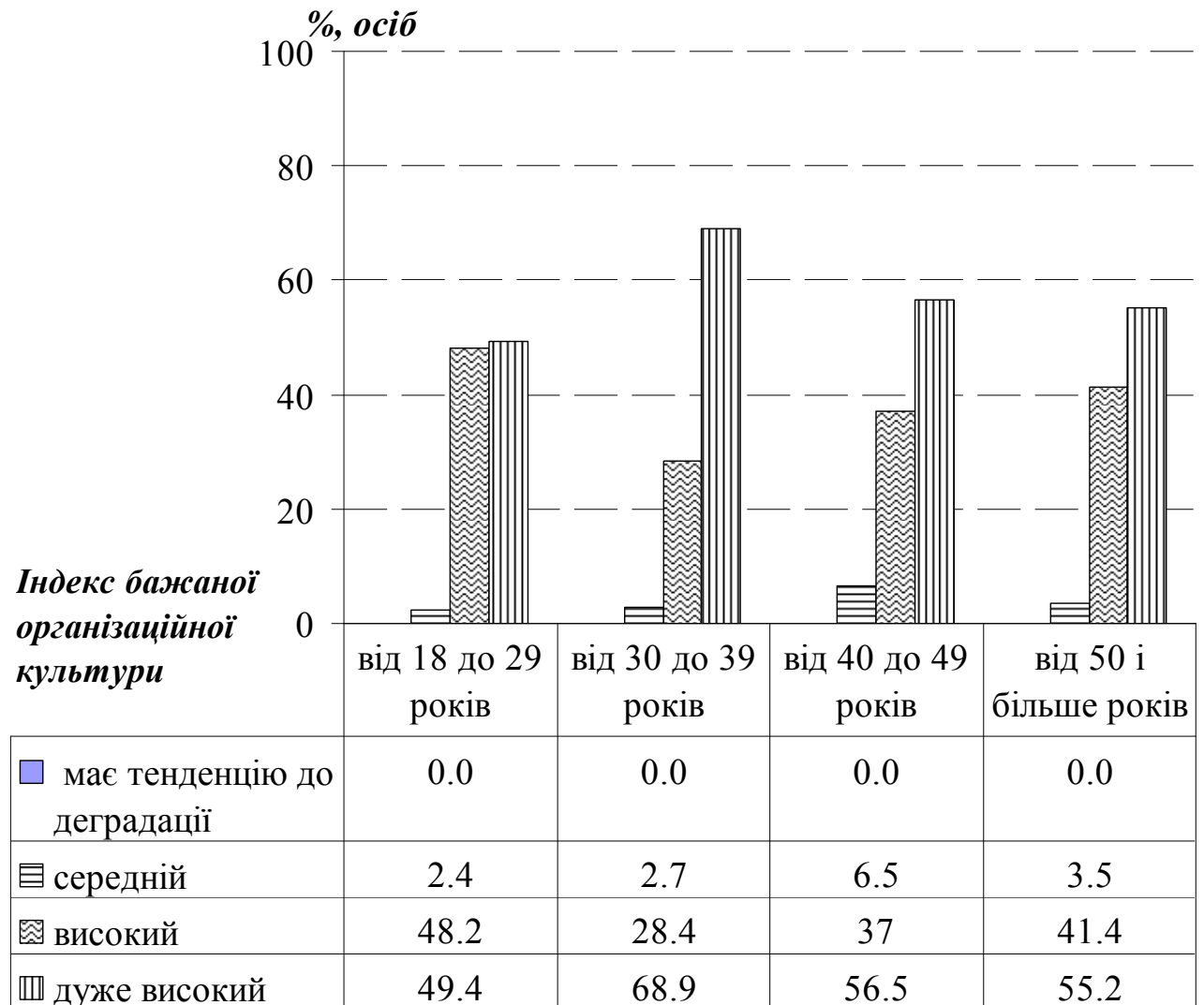


Рис. 2.9. Зв'язок між рівнем бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи та віком при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

З метою подальшого статистичного аналізу були побудовані таблиці взаємної спряженості між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних осіб (Додаток Ж). Таким чином, з метою перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між виділеними показниками розраховано критерії узгодженості Пірсона ($Pearson \chi^2$) [134; 135; 272], відношення правдоподібності (*Likelihood Ratio*) [134; 135; 272] та точний тест Фішера (*Fisher's Exact Test*) [134; 135; 272]

(Додаток Ж). У випадку перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних осіб для обчислення рівня статистичної значимості ми використовували *метод Монте-Карло* [272] (Додаток Ж).

Результат значення критерію відношення правдоподібності між рівнем *комунікацій* та віком респондентів при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи складає *Likelihood Ratio*=13,031 при ступенях свободи $df=9$. При цьому отриманий рівень значущості ($sig.=0,161$; $p=0,2$) вказує на 80% вірогідності наявності зв'язку між виділеними показниками.

Розрахунок критерію відношення правдоподібності між рівнем *мотивації й моралі* та віком досліджуваних показав, що фактичне значення критерію правдоподібності *Likelihood Ratio*=8,526 при $df=9$ та $sig.=0,202$, що більше критичного значення $\chi^2_{кр}(9)=7,841$ при $p=0,25$. Таким чином, виявлено 75% вірогідності наявності зв'язку між виділеними показниками.

Розрахунок рівня *роботи* ($sig.=0,435 > p=0,05$), рівня *управління* ($sig.=0,299 > p=0,05$) та віку при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи не виявив статистично значимого зв'язку.

Для *індексу бажаної організаційної культури* та віку респондентів результат критерію відношення правдоподібності становить *Likelihood Ratio*=8,269 при $sig.=0,219$. Так як критичне значення критерію $\chi^2_{кр}(6)=7,841$ для $p=0,25$, тобто менше фактично отриманого. Це вказує на вірогідність наявності зв'язку між виділеними показниками на рівні 75%.

Отже, дослідження показало, що вік особистості особливо впливає на вибір нею комунікації, мотивації й моралі як складових організаційної культури майбутнього місця роботи. Також можна дійти висновку про вплив віку на вибір організаційної культури в цілому, на що вказує показник «індекс бажаної організаційної культури».

Наступним кроком проаналізуємо вплив віку на вибір *сили організаційної культури* майбутнього місця роботи.

Дослідження показників сили організаційної культури дозволяють стверджувати, що при виборі майбутнього місця роботи у кожній віковій групі пріоритетним є висока за силою організаційна культура, тоді як потужна за силою привертає увагу десь до чверті досліджуваних (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Зв'язок між силою організаційної культури майбутнього
місця роботи та віком (у %)**

Вік	Сила організаційної культури						Усього
	<i>слабка</i>	<i>низька</i>	<i>помірна</i>	<i>середня</i>	<i>висока</i>	<i>потужна</i>	
від 18 до 29 років	1.2	4.7	10.6	20.0	43.5	20.0	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.4	1.7	3.9	7.3	15.8	7.3	36.3
від 30 до 39 років	0.0	0.0	5.4	21.6	48.7	24.3	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.0	1.7	6.8	15.4	7.7	31.6
від 40 до 49 років	2.2	4.4	13.0	32.6	32.6	15.2	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.4	0.9	2.6	6.4	6.4	3.0	19.7
від 50 і більше років	0.0	0.0	17.2	17.2	44.8	20.7	100.0
<i>від загальної кількості опитаних</i>	0.0	0.0	2.1	2.1	5.6	2.6	12.4
Усього	0.9	2.6	10.3	22.7	43.2	20.5	100.0

Представлені у таблиці дані свідчать, що обиратимуть високу за силою організаційну культуру, подібною за силою до таких організацій як «АТ&Т», «Morgan Stanley» і «Delta Airlines», 48,7% опитаних у віці від 30 до 39 років, 44,8% респондентів у віці від 50 і більше років та 43,5% досліджуваних у віці від 18 до 29 років. Зокрема, майже третина досліджуваних осіб (32,6%) у віці від 40 до 49 років поряд зі згаданою високою за силою організаційною культурою прагнуть до організацій з середньою за силою культурою, подібною до культур в таких організаціях як «United Airlines» та «Coca-Cola».

Значення критерію відношення правдоподібності між *силою організаційної культури* та віком досліджуваних складає *Likelihood Ratio*=9,546 при ступенях свободи $df=15$ (Додаток Ж). При цьому отриманий рівень значущості ($sig.=0,190$; $p=0,2$) вказує на 80% вірогідності наявності зв'язку між виділеними показниками, фактичне значення більше критичного $\chi^2_{кр}(15)=19,311$.

Очевидно, що вік особистості впливає на вибір сили організаційної культури майбутнього місця роботи. Загалом з розглянутого дослідження впливу віку особистості на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи можна дійти висновку, що переважна більшість досліджуваних у кожній з виділених нами вікових категорій спрямовує свій пошук на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи, що характеризується досить високими показниками рівня та сили. Відмічено також, на наш погляд, позитивну тенденцію, що організації, рівень культури яких близький до деградації та рівень сили яких слабкий або низький (тобто організаційні культури, що за силою подібні до таких організацій як «United Technologies», «ІТТ» або «Altari»), майже не привертатимуть увагу особистості незалежно від її віку у процесі вибору майбутнього місця роботи.

2.3.3. Вплив статі на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

У рамках подальшого дослідження з використанням методів описової статистики було визначено, що серед соціально-демографічних факторів стать також впливає на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи (рис. 2.10).

Аналіз представлених на рисунку результатів дає можливість стверджувати, що жінки дещо більше за чоловіків очікуватимуть високий рівень («чудово» за шкалою методики) кожного з виділених *складових організаційної культури*.

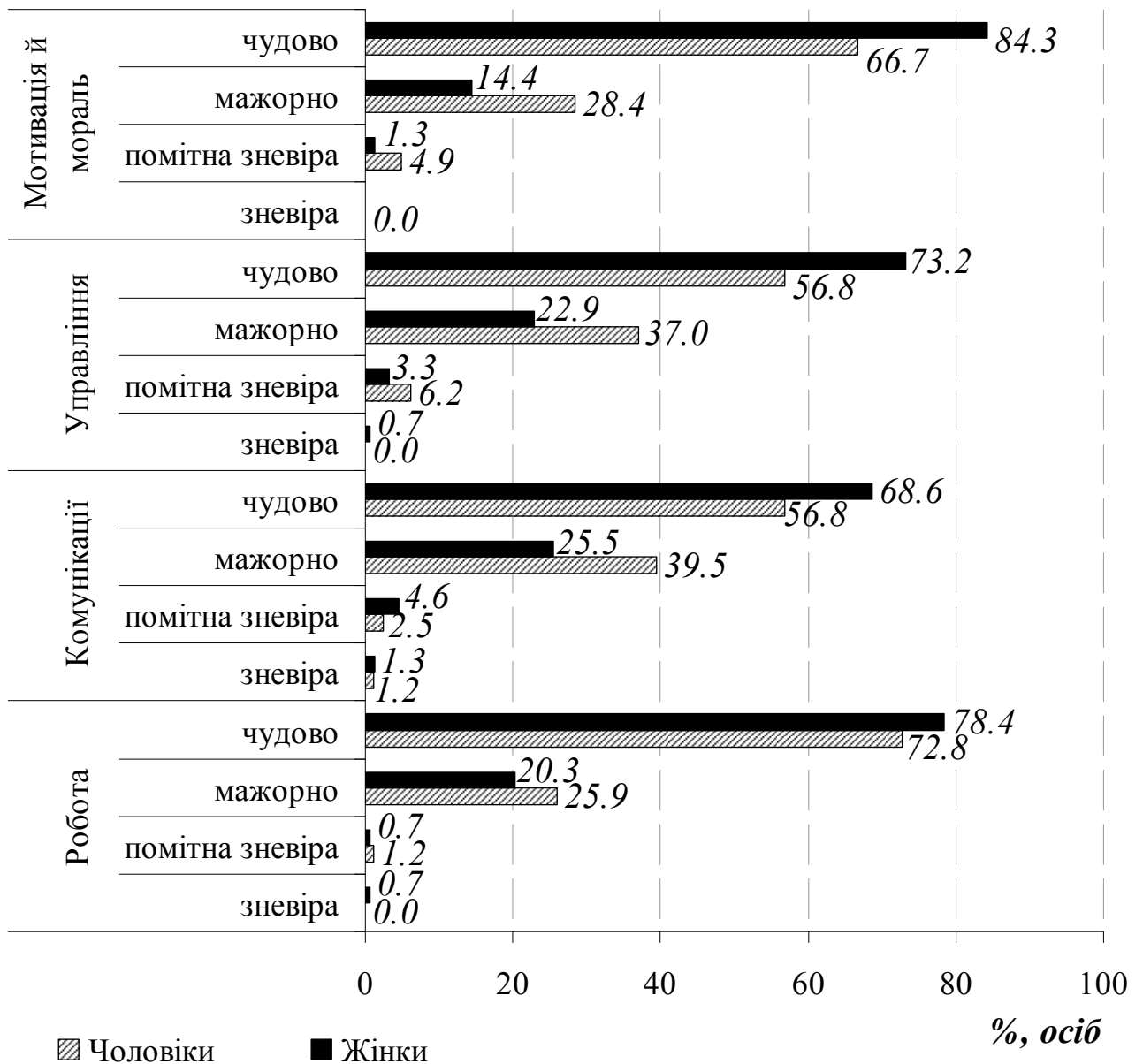


Рис. 2.10. Зв'язок між показниками рівня організаційної культури та статтю при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

Отже, згідно рис. 2.10 можемо констатувати, що «чудовий» рівень *мотивації й моралі* обиратиме 84,3% жінок поряд з 66,7% чоловіків, *роботи* – 78,4% жінок поряд з 72,8% чоловіків, *управління* – 73,2% жінок поряд з 56,8% чоловіків, *комунікації* – 68,6% жінок поряд з 56,8% чоловіків. Також у рамках дослідження відмічено, що чоловіки дещо більше порівняно з жінками обиратимуть у майбутньому середній рівень («мажорно» за шкалою методики) кожного з виділених показників організаційної культури.

Для більш змістовного аналізу даного рисунку, доцільно виявити наявність статистичного зв'язку між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних. Таким чином, були побудовані таблиці взаємної спряженості між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та статтю досліджуваних осіб (Додаток 3). Потім для перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між виділеними показниками були розраховані критерії узгодженості Пірсона (*Pearson χ^2*) [134; 135; 272], відношення правдоподібності (*Likelihood Ratio*) [134; 135; 272] та точний тест Фішера (*Fisher's Exact Test*) [134; 135; 272] (Додаток 3).

У випадку перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між показниками рівня організаційної культури майбутнього місця роботи та віком досліджуваних для обчислення рівня статистичної значимості ми використовували *метод Монте-Карло* [272] (Додаток 3).

Отже, проаналізуємо результат критерію відношення правдоподібності між рівнем *мотивації й моралі* та статтю досліджуваних, що складає *Likelihood Ratio*=9,846 при ступенях свободи *df*=2. Оскільки критичне значення критерію для зазначеного рівня значущості $\chi^2_{кр}(2)=7,815$ менше фактично отриманого, то можна говорити про наявність зв'язку. При цьому отриманий рівень значущості (*sig.*=0,007; *p*=0,05) вказує на 95% вірогідності наявності зв'язку між виділеними показниками.

Розрахунок критерію відношення правдоподібності між рівнем *управління* та статтю респондентів показав *Likelihood Ratio*=7,687 при *sig.*=0,053. В той же час критичне значення критерію $\chi^2_{кр}(3)=6,251$ при *p*=0,1, таким чином, фактичне значення більше критичного. На цій підставі ми можемо зробити висновок про наявність зв'язку між зазначеними показниками на рівні 90%.

Також розрахунок критерію правдоподібності для відношення між рівнем *комунікації* та статтю досліджуваних виявив з вірогідністю у 80% наявність зв'язку. Фактичне значення становить *Likelihood Ratio*=5,134 при *sig.*=0,162 та більше критичного значення $\chi^2_{кр}(3)=4,642$ при *p*=0,2.

Між рівнем *роботи* та статтю досліджуваних не виявлено статистично значимого зв'язку ($sig.=0,569 > p=0,05$).

З розглянутого можна зробити висновок, що стать особистості впливає на вибір таких показників рівня організаційної культури майбутнього місця роботи як мотивація й мораль, управління та комунікації.

Щодо наступного, узагальненого показника, – *індексу бажаної організаційної культури*, то тут безпосередньо можна констатувати незначну перевагу жінок у виборі дуже високого рівня організаційної культури майбутнього місця роботи: 60,8% опитаних жінок порівняно з 51,9% чоловіків (рис. 2.11).

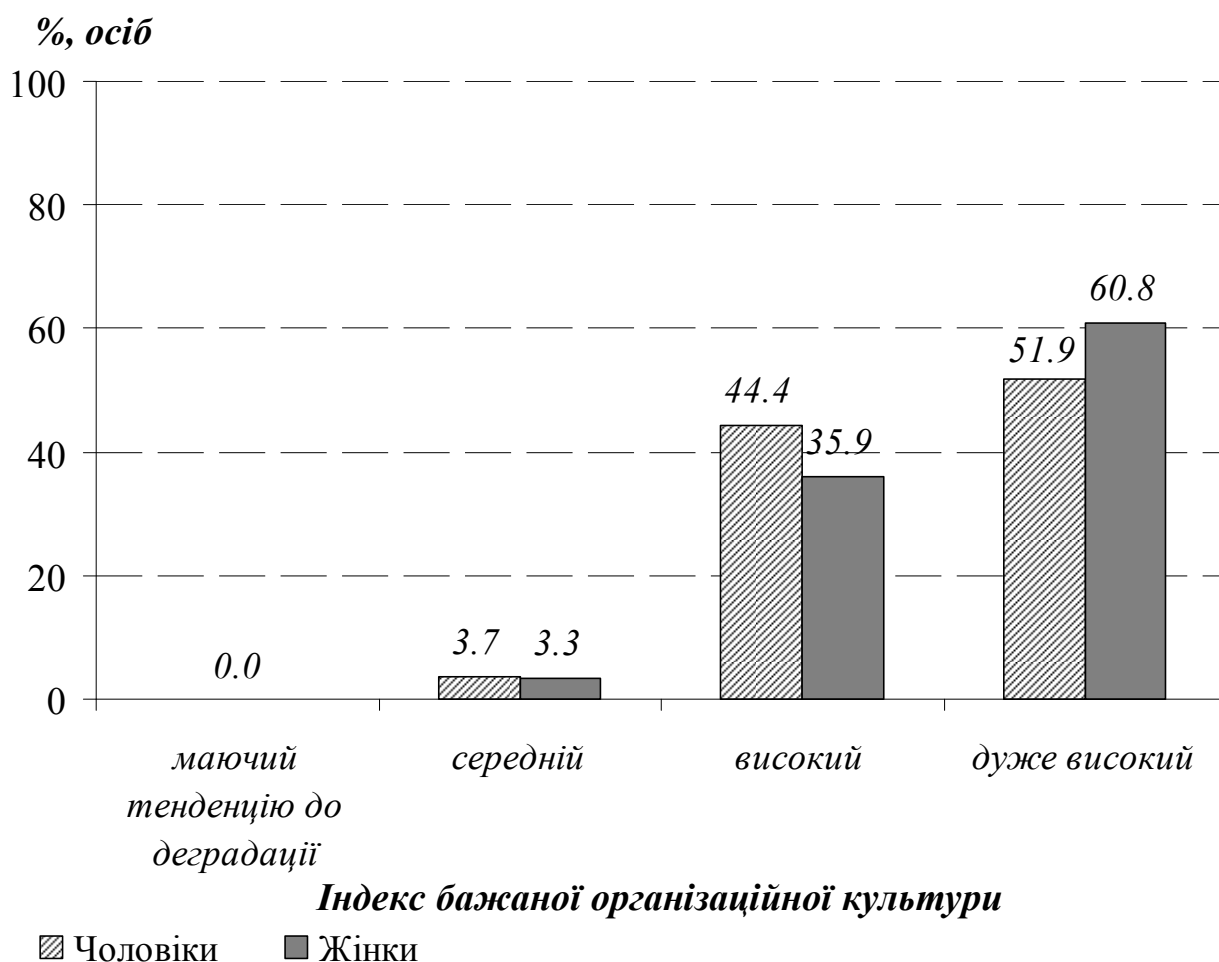


Рис. 2.11. Зв'язок між рівнем індексу бажаної організаційної культури та статтю при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

При цьому високий рівень організаційної культури майбутнього місця роботи зацікавив 44,4% респондентів чоловіків та відповідно 35,9% жінок, середній – відповідно 3,7% чоловіків та 3,3% жінок. Також можна констатувати, що жоден опитаний незалежно від статі не був зацікавлений у власному виборі низького рівня організаційної культури, тобто такої, що має тенденцію до деградації. Проте далі було виявлено, що між індексом бажаної організаційної культури та статтю немає статистично значимого зв'язку ($sig.=0,419 > p=0,05$).

Дослідження *сили організаційної культури* встановило, що майже половина опитаних жінок (45,1%) та чоловіків (39,5%) прагнуть обрати високу за силою організаційну культуру майбутнього місця роботи, подібну за силою до «AT&T», «Morgan Stanley» і «Delta Airlines» (рис. 2.12).

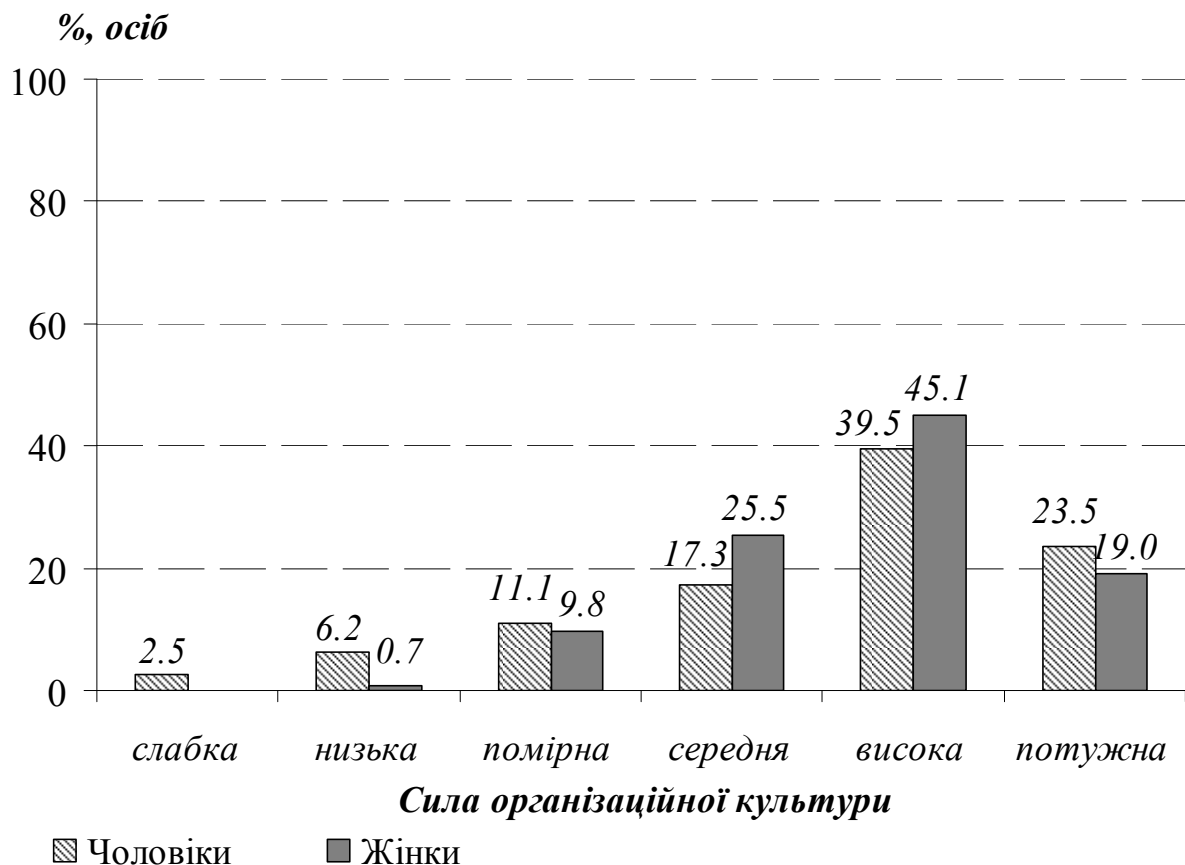


Рис. 2.12. Зв'язок між силою організаційної культури та статтю при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи

Майже кожен четвертий досліджуваний чоловік обиратиме середній (25,5%) або потужний (23,5%) рівень сили організаційної культури майбутнього місця роботи. Зокрема, вибір потужної та середньої за силою організаційної культури майбутнього місця роботи виявлено для меншої кількості респондентів жіночої статі. Так, 19,0% опитаних жінок обиратимуть потужну культуру майбутнього місця роботи подібну за силою до легендарних «IBM», «P&G», «Morgan Garanty». 17,3% досліджуваних жінок згодні на середню, подібну за силою до «United Airlines» та «Coca-Cola» організаційну культуру майбутнього місця роботи.

Необхідно відмітити позитивну тенденцію, що на слабку та низьку за силою організаційну культуру майбутнього місця роботи, тобто подібну за силою до культур в «Altari» та відповідно «United Technologies», «ІТТ», у своєму виборі звертатимуть увагу до 0,7% жінок та 8,7% чоловіків.

Нарешті, для відношення правдоподібності між силою організаційної культури майбутнього місця роботи та статтю респондентів отримано значення критерію правдоподібності *Likelihood Ratio*=12,741 при $df=5$ та $sig.=0,026$ (Додаток 3). Так як фактичне значення більше критичного $\chi^2_{кр}(5)=11,070$ при $p=0,05$, то можна зробити висновок про наявність статистично значимого зв'язку на рівні 95% між даними показниками.

Відтак, узагальнюючи сказане, можна констатувати, що стать особистості впливає на вибір показників рівня та сили організаційної культури майбутнього місця. Наше дослідження показало, що більшість досліджуваних незалежно від статі прагне до досить високого рівня та сили організаційної культури. При цьому жінки дещо частіше за чоловіків прагнуть до високого рівня виділених складових організаційної культури майбутнього місця роботи.

2.3.4. Зв'язок між вираженістю показників організаційної культури майбутнього місця роботи та соціально-демографічними чинниками

Аналіз отриманих даних *методом дисперсійного аналізу одновимірної лінійної моделі* [114; 134; 135; 272] дозволив дослідити зв'язки між

вираженістю показників організаційної культури майбутнього місця роботи та соціально-демографічними чинниками.

Результати дослідження не встановили наявності статистично значимих зв'язків між показником *«робота»* та статтю чи віком респондентів (Додаток К). Таким чином, можна зробити висновок, що при виборі рівня показника *«робота»* як складової організаційної культури, на наш погляд, власна стать чи вік суттєво не впливають на рішення особистості щодо майбутнього місця роботи.

У процесі подальшого аналізу виявлено статистично значимий зв'язок на рівні $p < 0,05$ між показником *«комунікації»* та віком опитаних ($sig.=0,016$) (рис. 2.13, Додаток К).

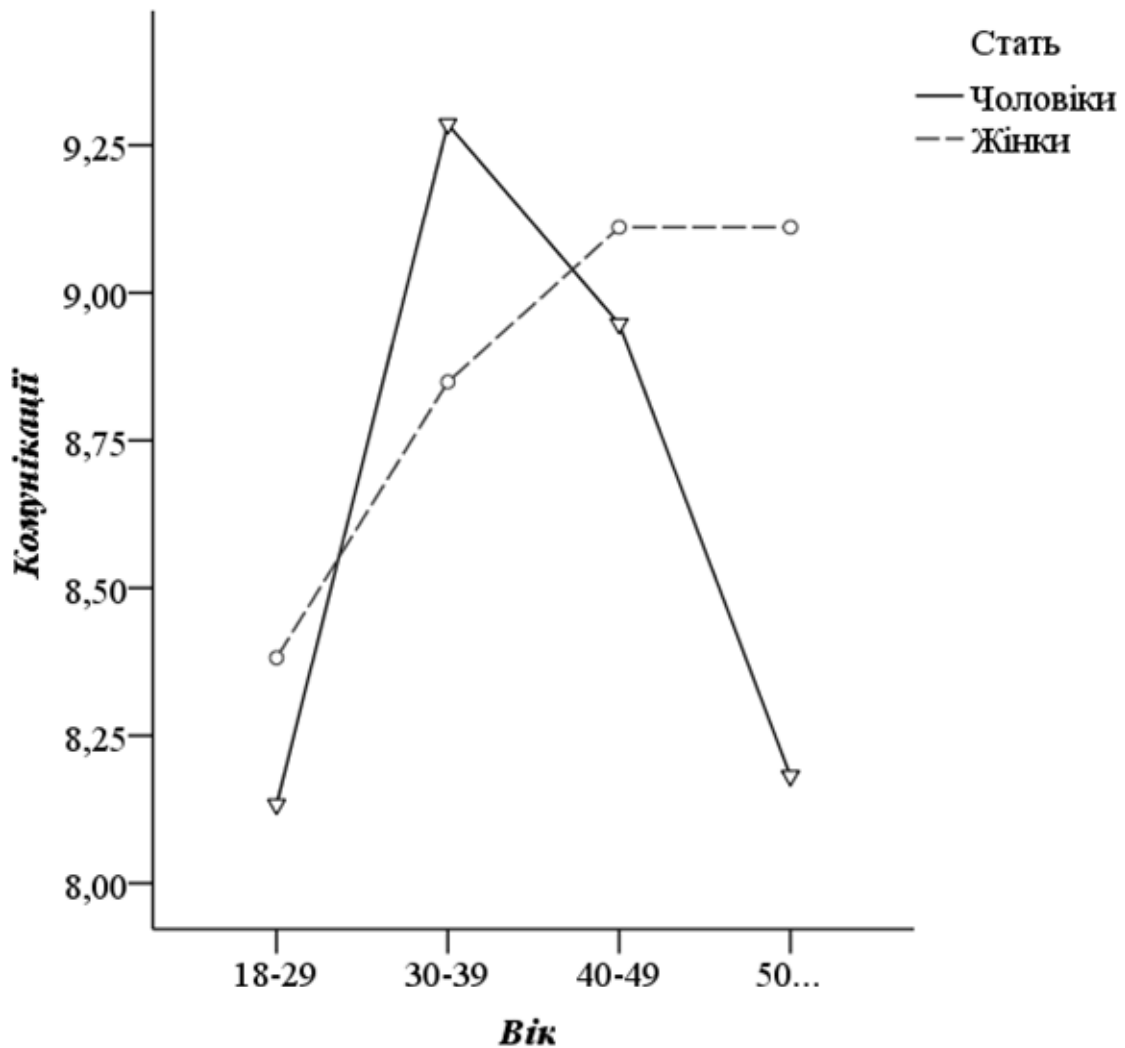


Рис. 2.13. Вплив соціально-демографічних чинників на вираженість рівня комунікацій при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Отримані дані свідчать, що з віком вираженість вибору параметру рівня комунікацій у жінок зростає. При цьому у чоловіків показники вибору рівня комунікацій зростають лише у віці від 30 до 39 років, після чого вираженість даного індикатору спадає.

Таким чином, на нашу думку, у жінок з віком поступово підвищується прагнення до більш якісної комунікації на робочому місці, що відображається на виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. У чоловіків подібна тенденція спостерігається лише до 30–39 років, потім на вираженість рівня комунікацій вони звертають трохи менше уваги.

Дослідження впливу соціально-демографічних чинників на вираженість рівня *управління* також виявило статистично значимі зв'язки на рівні $p < 0,05$ між показником «управління» та віком ($sig.=0,084$), а також статтю респондентів ($sig.=0,022$) (Додаток К). З метою наочності отриманих результатів був побудований графік (рис. 2.14).

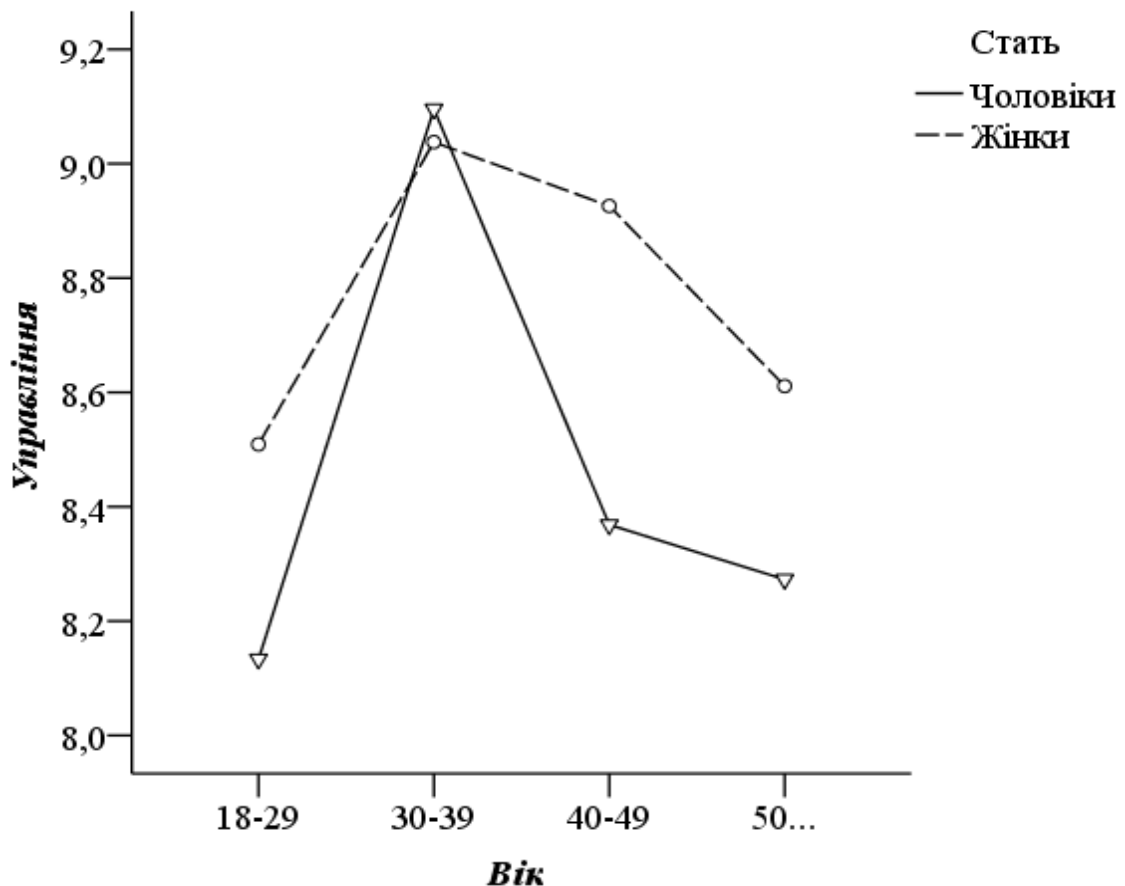


Рис. 2.14. Вплив соціально-демографічних чинників на вираженість рівня управління при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Отримані дані демонструють, що і чоловіки, і жінки в певні вікові періоди подібним чином оцінюють бажаний рівень управління при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Зокрема, у жінок очікування стосовно вираженості рівня управління вищі, ніж у чоловіків (за виключення віку від 30 до 39 років, коли цей показник майже збігається для кожної статі). Також необхідно зазначити, що до 30–39 років, досліджувані незалежно від статі позитивно оцінюють високий рівень управління як складову організаційної культури майбутнього місця роботи, потім з віком спостерігається падіння рівня даного показника.

Аналіз зв'язку між вираженістю рівня *мотивації й моралі* при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи та статтю показало, що існує зв'язок на рівні $p < 0,05$ ($sig. = 0,004$). При цьому результати дослідження не підтвердили статистично значущий зв'язок між рівнем мотивації й моралі та віком опитаних (рис. 2.15; Додаток К). Отже, можна зробити висновок, що на вибір рівня мотивації й моралі вік особистості суттєвим чином не впливає.

Дійсно, рис. 2.15 ілюструє вплив саме статі на вибір рівня мотивації й моралі. Для жінок характерним є прагнення до більш яскраво вираженого високого рівня мотивації й моралі (9,3 бали в середньому із максимальних 10 балів за шкалою методики) незалежно від віку. Таким чином, можна констатувати, що високий рівень даного показника є дуже важливим для жінок при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи.

Щодо вираженості рівня мотивації й моралі у чоловіків при виборі організаційної культури можна відмітити, що кожен новий віковий період у їхньому професійному житті супроводжується переглядом поглядів на очікуваний рівень зазначеного показника на майбутньому місці роботи.

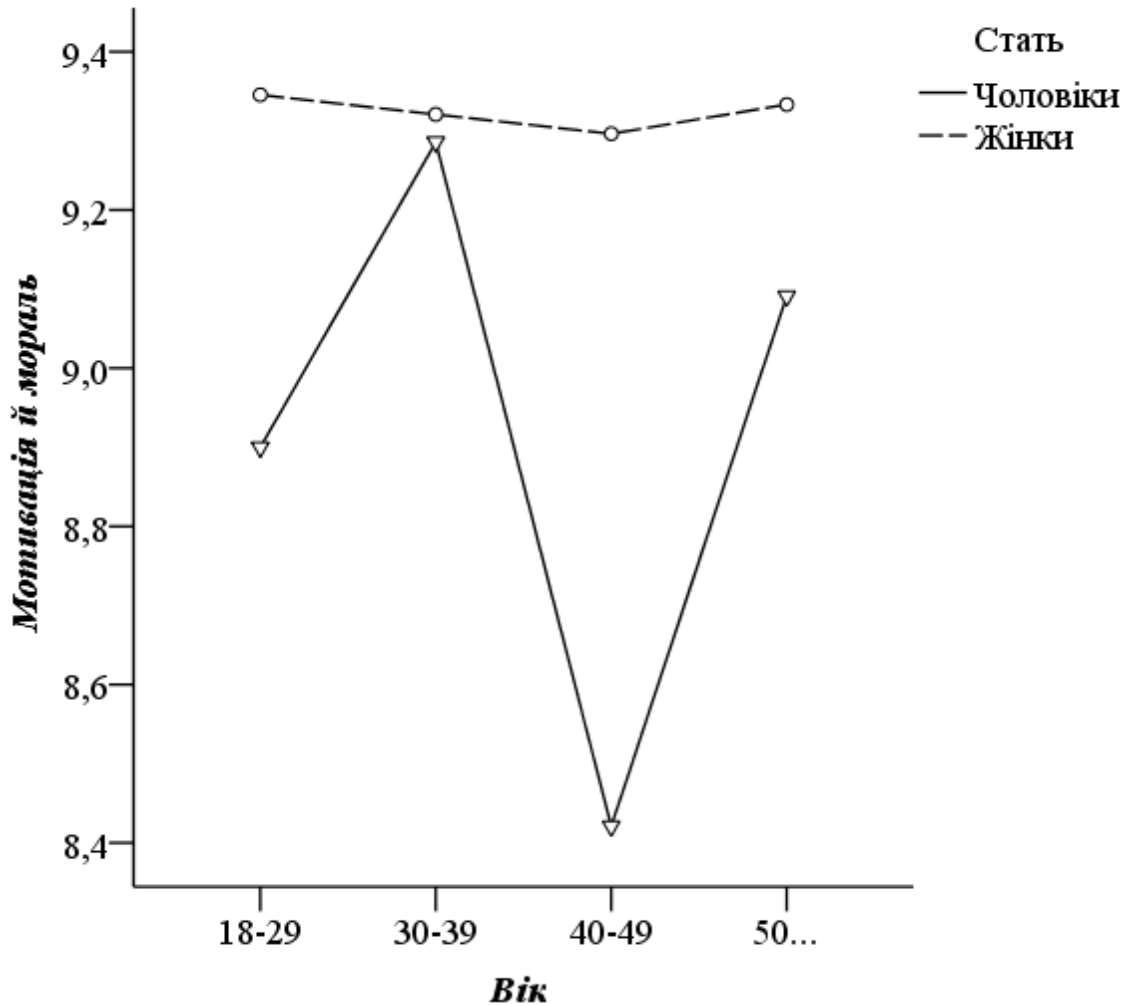


Рис. 2.15. Вплив соціально-демографічних чинників на вираженість рівня мотивації й моралі при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

У процесі подальшого дослідження також виявлено слабкий статистично значимий зв'язок на рівні $p < 0,1$ між **індексом бажаної організаційної культури** та віком ($sig.=0,095$) (рис. 2.16; Додаток К).

Водночас стать суттєвим чином не впливає на індекс бажаної організаційної культури при виборі, оскільки аналіз даних не показав статистично значущого зв'язку між цими показниками.

Отже, на рис. 2.16 наочно представлено зростання рівня бажаної організаційної культури у респондентів у віці від 30 до 39 років, подальше падіння рівню – у респондентів у віці від 40 до 49 років та можлива різниця поглядів у виборі опитаних чоловіків та жінок, старших за 50 років.

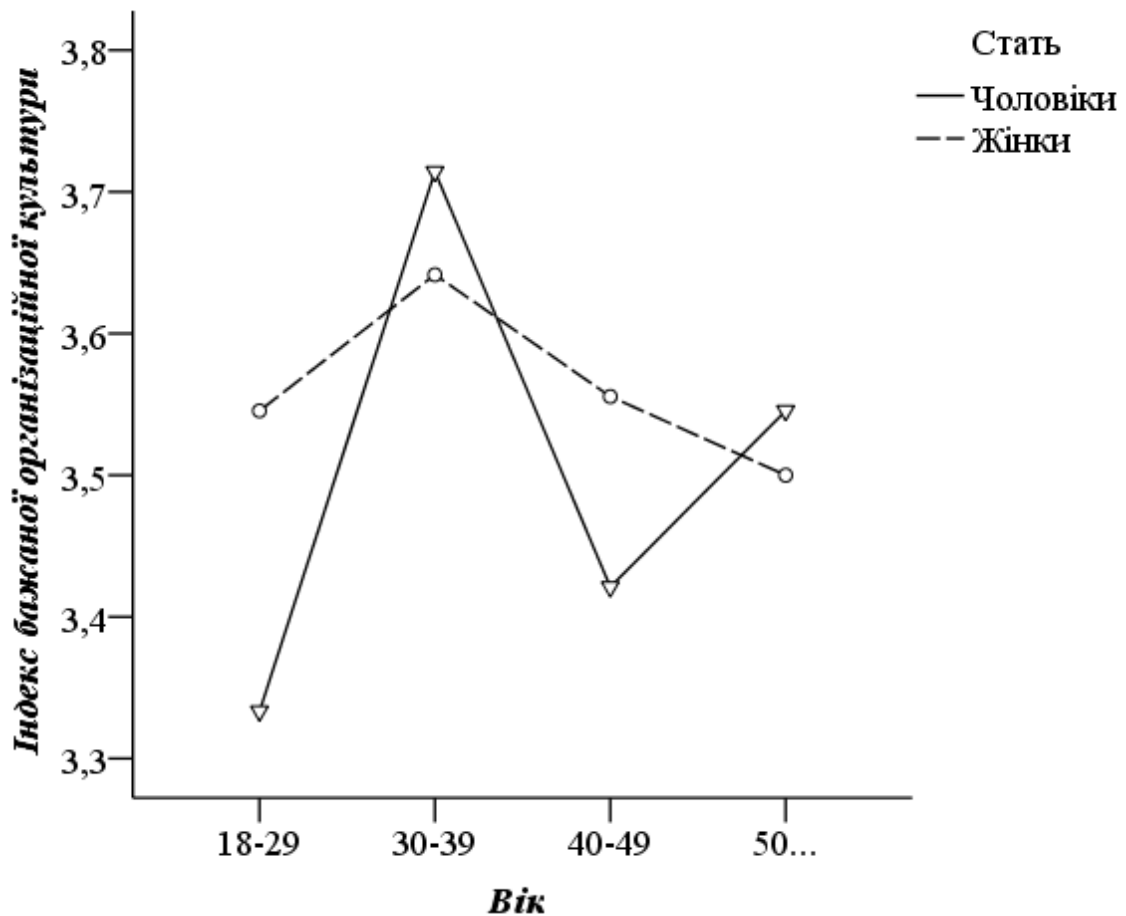


Рис. 2.16. Вплив соціально-демографічних чинників на вираженість рівня бажаної організаційної культури при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Якщо порівняти отримані нами дані з дослідженням Л. Карамушки та О. Винославської [175] – оцінку персоналом освітніх організацій рівня розвитку основних компонентів організаційної культури, – то виявляється, що респонденти трохи по-різному сприймають організаційну культуру, представниками якої вони є, та проаналізований вище узагальнений показник рівня (індекс) організаційної культури майбутнього місця роботи.

Так, згідно результатів зазначеного дослідження «у жінок з віком... спостерігається позитивна динаміка щодо оцінки рівня розвитку «індекса організаційної культури», з деяким, майже непомітним зниженням оцінки

після 50 років. В той же час, у чоловіків, з віком... діагностується негативна динаміка, з деяким її підвищенням рівня оцінки після 50 років» [175, с. 95].

Узагальнюючи сказане, можна дійти висновку, що прагнення досліджуваних до того чи іншого рівня бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи може кардинально змінюватись протягом усього трудового життя.

У рамках подальшого аналізу слід відмітити також наявність статистично значимого зв'язку на рівні $p < 0,05$ між силою організаційної культури та віком ($sig.=0,023$), його відсутність між статтю респондентів (рис. 2.17; Додаток К).

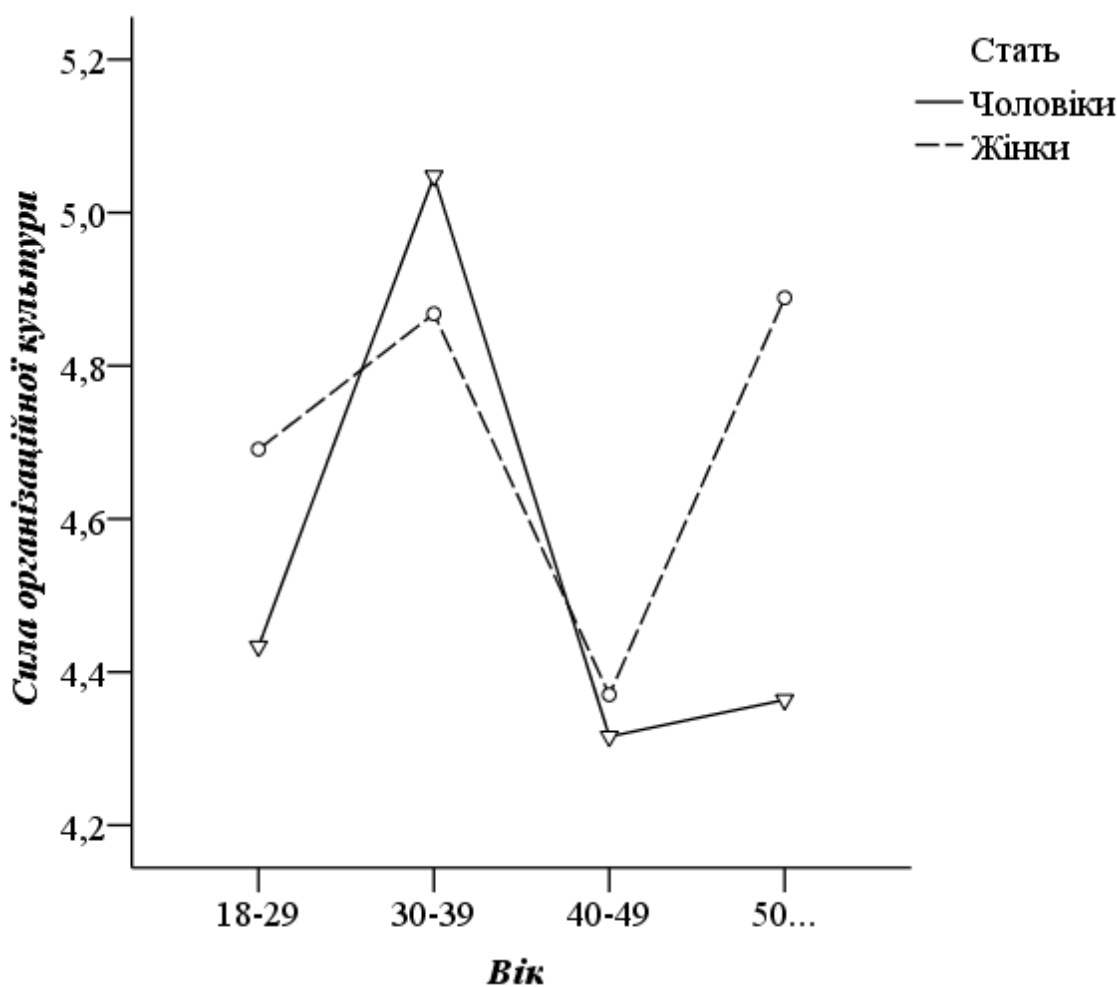


Рис. 2.17. Вплив соціально-демографічних чинників на вираженість сили організаційної культури при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи

Як свідчать дані, представлені на рис. 2.17, як чоловіки, так і жінки у певний період свого життя чомусь обиратимуть той рівень сили організаційної культури, що суперечитиме їх попередньому вибору. Цікаво, що така тенденція вибору особистістю сили організаційної культури майбутнього місця роботи подібна до вибору також загального рівня (індексу) бажаної організаційної культури (рис. 2.16).

В цілому, можна підсумувати, що результати даного етапу дослідження виявили, що, на нашу думку, з віком особистість, змінюючись сама, змінює власні пріоритети при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Зокрема, така зміна поглядів частіше залежить саме від віку, хоча стать особистості також відіграє певну роль. Треба також зауважити, що не завжди цей процес зміни поглядів протікає для кожного однаково усвідомлено, тому ми вважаємо доцільним використання індивідуального психологічного консультування у процесі вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

2.4. Особливості типології організаційної культури майбутнього місця роботи

Для виконання четвертого завдання констатувального етапу дослідження нами було визначено основні типи організаційної культури майбутнього місця роботи за авторською типологією. Результати виконання цього завдання буде наведено в цьому підрозділі.

У рамках дослідження типології організаційної культури майбутнього місця роботи проведено *кластерний аналіз за методом двох-крокової логарифмічної функції правдоподібності* [134; 135; 272] усереднених показників організаційної культури майбутнього місця роботи. Результатом кластерного аналізу стало виділення із загальної вибірки чотирьох кластерів (табл. 2.10). Даним кластерам було знайдено відповідність у нашій типології організаційних культур [218; 283].

**Розподіл усереднених показників організаційної культури
майбутнього місця роботи за кластерами**

Показники організаційної культури		Кластери			
		1	2	3	4
Рівень організаційної культури	<i>Робота</i>	10	9	8	7
	<i>Комунікації</i>	10	9	7	5
	<i>Управління</i>	10	9	7	5
	<i>Мотивація й мораль</i>	10	9	8	6
	<i>Індекс бажаної організаційної культури</i>	284	255	214	159
Сила організаційної культури		61	56	51	43

Так, при дослідженні виділених кластерів чітко видно, що для кожного з них характерні власні усереднені показники кожного з показників за методиками: «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова (модифікація Л. Карамушки, М. Станіславської) [80] та «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля [80; 127, с. 292–293]. Це може свідчити про психологічні особливості організаційних культур, що відібрані в кластери [219; 220].

Згідно наведених у таблиці 2.10 даних, *першому кластеру* відповідають високі (показник «Сила організаційної культури» за тестовою методикою «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури» Р. Паскаля) та дуже високі усереднені показники (усі шкали методики «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова (модифікація Л. Карамушки, М. Станіславської)). Даний кластер відповідає, на нашу думку, організаційній культурі майбутнього місця роботи типу *«асоціація»*, для якої є значущість особистості. До цього кластеру належить

майже половина досліджуваних (44,1%), з них 29,1% опитаних жінок та 15,0% чоловіків від загальної кількості респондентів.

Для **другого кластеру** характерними є дещо менш високі усереднені показники за шкалами «робота», «комунікації», «управління», «мотивація й мораль» (9 із 10 можливих балів), «індекс бажаної організаційної культури» (255 із можливих 290 балів) та «сила організаційної культури» (56 із можливих 80 балів). Другий кластер відповідає, на нашу думку, організаційній культурі майбутнього місця роботи типу **«товариші»**, що визначає панування дружніх відносин та високий рівень командної роботи. За результатами аналізу даний кластер обрали 26,5% опитаних жінок та 8,1% чоловіків від загальної кількості досліджуваних, тобто всього 34,6% респондентів.

Також бачимо, що **третій кластер** визначають мажорні показники за шкалами «робота», «комунікації», «управління», «мотивація й мораль» та «сила організаційної культури», хоча залишається високим «індекс бажаної організаційної культури» (214 балів із можливих 290 балів). Зазначений кластер підпадає, на нашу думку, під опис організаційної культури майбутнього місця роботи типу **«сім'я»**, для якої характерне співставлення із сімейними стосунками та дещо авторитарне управління. Даний кластер представляє 9,8% чоловіків та 7,3% жінок від загальної кількості респондентів, що становить 17,1% опитаних.

Разом з тим, **четвертий кластер** характеризується вже більш низькими показниками, що може свідчити, на нашу думку, про напружену атмосферу з авторитарним керівництвом та пануючою бюрократією як основними характеристиками організаційної культури майбутнього місця роботи типу **«партія»**. Також четвертий кластер має найменш чисельну групу прихильників (4,3%): 2,6% жінок та 1,7% чоловіків від загальної кількості опитаних. Нагадаємо, що за результатами тільки однієї з

проаналізованих вище методик (рис. 2.17) також лише 4,3% респондентів обиратимуть майбутнє місце роботи зі слабкою організаційною культурою.

Зміну параметрів з метою ілюстрації показано у вигляді рис. 2.18, на якому побудовано графік для кожного кластеру згідно нормалізованих значень показників.

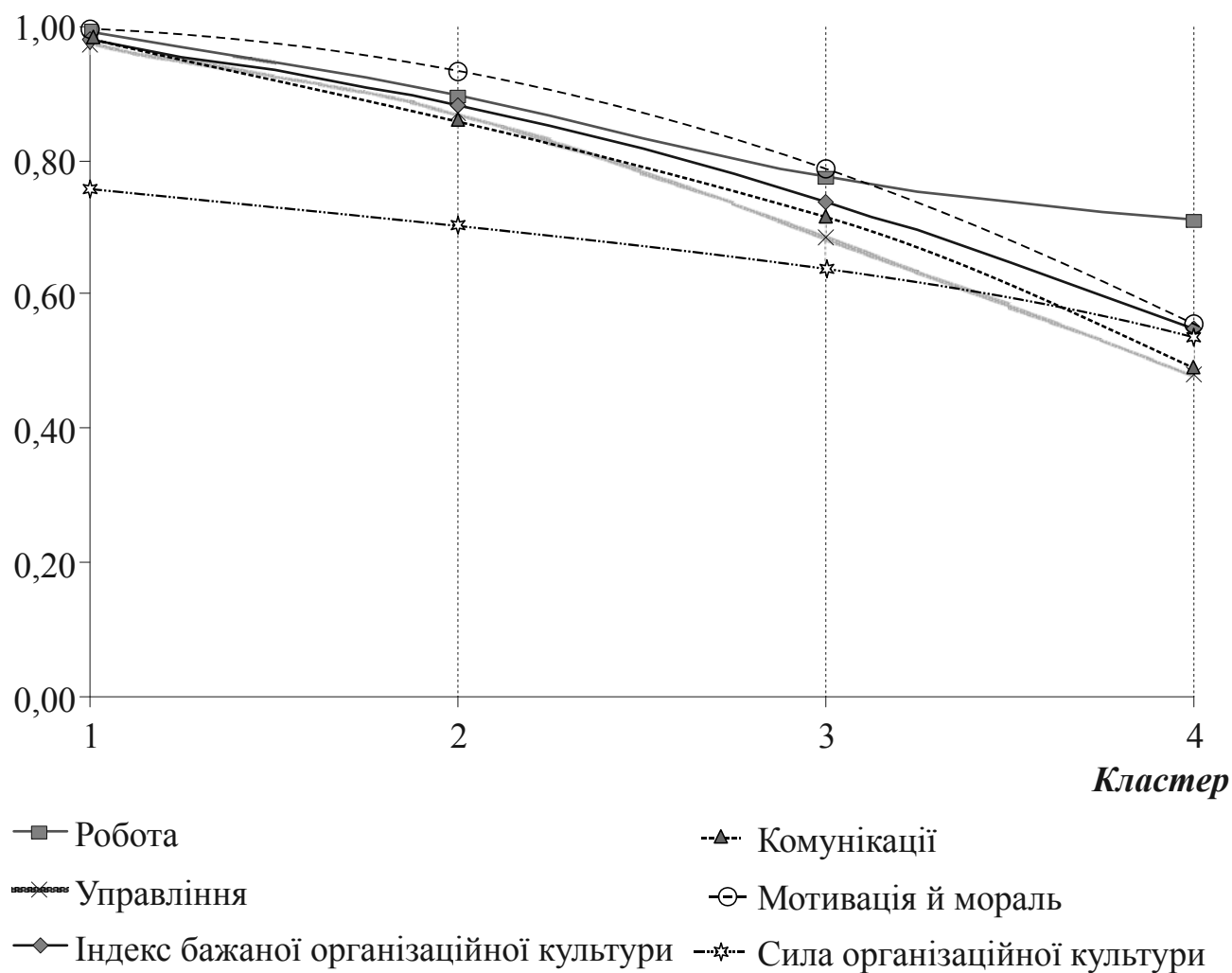


Рис. 2.18. Особливості зміни показників бажаної організаційної культури між виділеними групами досліджуваних (кластерами)

На підставі аналізу рисунку можна зробити, на наш погляд, такі висновки:

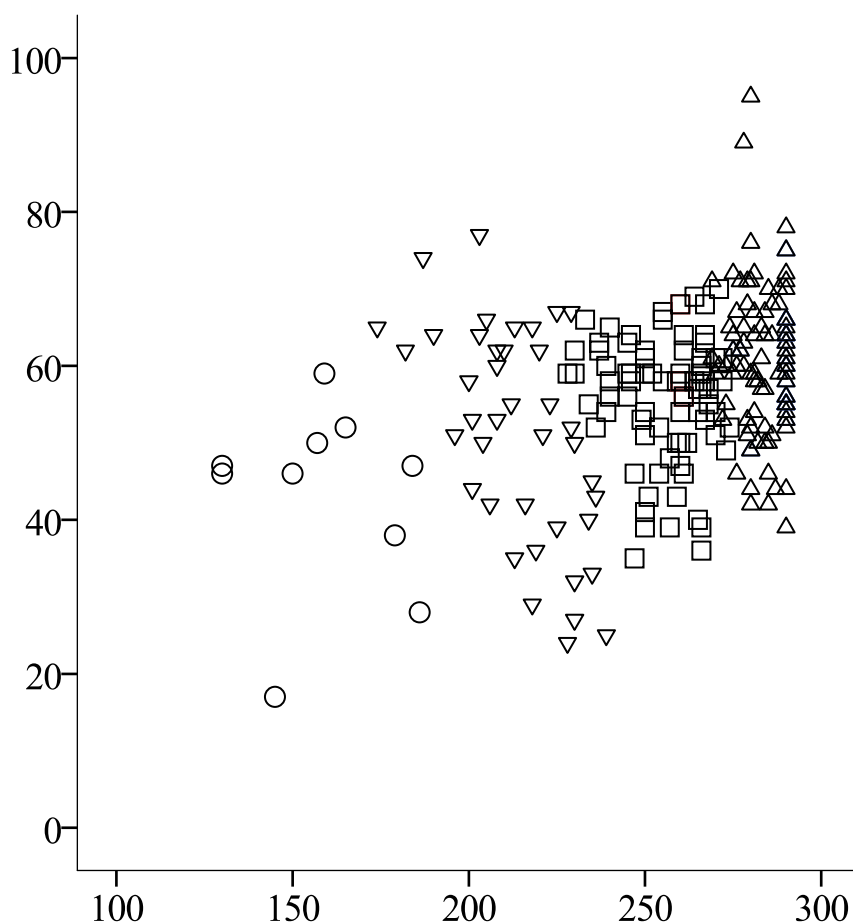
1. Ріст показників за методикою «Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова (модифікація Л. Карамушки, М. Станіславської) супроводжується відповідним ростом показника методики «Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури»

Р. Паскаля. Це може означати, що дані показники організаційної культури досить тісно пов'язані.

2. При цьому відмічаємо, що показники «робота», «комунікації», «управління», «мотивація й мораль» та «індекс бажаної організаційної культури» змінюються досить узгоджено.

Розподіл респондентів за групами (кластерами) на основі усереднених (узагальнених) показників «індекс бажаної організаційної культури» та «сила організаційної культури» представлений у вигляді рис. 2.19.

Сила організаційної культури



Індекс бажаної організаційної культури

- △ – 1 кластер – тип «асоціація» ▽ – 3 кластер – тип «сім'я»
 □ – 2 кластер – тип «товариші» ○ – 4 кластер – тип «партія»

Рис. 2.19. Розподіл досліджуваних за кластерами (типами) на основі узагальнених показників «індекс бажаної організаційної культури» та «сила організаційної культури»

Так, за результатами процедури кластеризації, на нашу думку, спостерігається зміна уявлень людини про бажану організаційну культуру майбутнього місця роботи. Тому що на будь-яку роботу як таку впливають і рівень управління, й певні комунікації, існуючі мотивації та мораль в організації тощо. Разом з тим, зміна лише одного показника тягне за собою зміну інших, змінюючи у результаті тип організаційної культури майбутнього місця роботи. При цьому аналіз рисунку дозволив відмітити позитивну тенденцію прагнення респондентів до більш продуктивних, на наш погляд, типів організаційних культур у процесі вибору майбутнього місця роботи.

Підводячи підсумки, можна констатувати, що особи, які шукають роботу, орієнтуються переважно на організаційну культуру, яка характеризується позитивною, сприятливою психологічною атмосферою, досить демократичним стилем управління, підтримкою колег та можливостями для спільної командної роботи тощо. Тобто спостерігається позитивна тенденцію прагнення респондентів до більш продуктивних типів організаційних культур у процесі вибору майбутнього місця роботи, до яких, як уже зазначалось, відносяться такі організаційні культури як «асоціація» та «товариші».

2.5. Особливості зв'язку між особистісними характеристиками та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи

Для виконання п'ятого завдання констатувального етапу дослідження нами було досліджено зв'язки між особистісними характеристиками осіб, що шукають роботу, та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи. Результати виконання цього завдання буде наведено в цьому підрозділі.

2.5.1. Зв'язок між ступенем задоволеності основних потреб та вибором рівня і сили організаційної культури майбутнього місця роботи

Отримані дані за всіма шкалами запропонованих методик ми проаналізували за допомогою критерію узгодженості Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Вілка [114; 134; 135; 272] та виявили, що розподіл змінних не відповідає нормальному (Додаток Л). Тому у нашій роботі використовувались лише непараметричні методи аналізу, зокрема, аналіз за ранговими кореляціями Спірмена [134; 135].

З метою виявлення зв'язків між основними потребами та вибором рівня та сили бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи нами було проведено кореляційний аналіз за критерієм Спірмена (r_s) [134; 135; 272] (табл. 2.11, додаток М).

Таблиця 2.11

Зв'язок між основними потребами та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції (r_s))

	Матеріальні потреби	Потреби у безпеці	Соціальні потреби	Потреби у визнанні	Потреби у самовираженні
<i>1. Рівень організаційної культури</i>					
Робота	-0.031	0.026	0.033	0.022	-0.039
Комунікації	-0.040	-0.051	0.037	-0.053	0.063
Управління	-0.038	0.040	-0.012	0.027	-0.006
Мотивація й мораль	-0.054	0.043	0.065	-0.012	-0.036
Індекс бажаної організаційної культури	-0.058	0.014	0.033	-0.023	0.024
<i>2. Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури</i>					
Сила організаційної культури	0.002	-0.107	0.026	-0.139*	0.186**

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Так, у результаті дослідження такого зв'язку було виявлено відсутність статистично значущих зв'язків між основними потребами та показниками *рівня організаційної культури* майбутнього місця роботи. Отже, можна говорити про те, що, на нашу думку, рівень задоволеності основних потреб суттєвим чином не впливає на вибір особистістю бажаного рівня організаційної культури майбутнього місця роботи.

Щодо показника *«сила організаційної культури»*, то тут ми спостерігаємо обернений статистично значущий кореляційний зв'язок з потребами у визнанні ($r_s = -0,139$; $p < 0,01$), а також позитивний – з потребами у самовираженні ($r_s = 0,186$; $p < 0,05$). Суть цього зв'язку полягає в тому, що чим вищим є показник «потреби у визнанні», тим менше особистість зацікавлена у сильній організаційній культурі. А також по мірі зростання потреб у самовираженні має зростати вибір досліджуваними сильною організаційною культурі майбутнього місця роботи.

Разом з тим, було також виявлено, що з іншими основними потребами статистично значущого зв'язку немає.

Отримані дані свідчать, на нашу думку, про те, що обираючи організаційну культуру майбутнього місця роботи, особистість враховує потреби вищого рівня – у визнанні та у самовираженні, незважаючи на матеріальні, соціальні та потреби у безпеці. Разом з тим, відсутність зв'язку між основними потребами та показниками рівня бажаної організаційної культури може свідчити про те, що особистість не завжди усвідомлює свої потреби та пов'язує їх з вибором майбутнього місця роботи.

З метою дослідження впливу рівня задоволеності основних потреб на зв'язки між іншими показниками ми розділили отримані дані респондентів по кожній з основних потреб на три групи: *задоволені*, *незадоволені* та *частково задоволені потреби* (згідно показників табл. 2.2). Таким чином, за допомогою кореляційного аналізу за критерієм Спірмена (r_s) було проаналізовано показники 15 груп респондентів.

Результати дослідження (табл. 2.12, додаток Н) виявили позитивний статистично значущий зв'язок між силою бажаної організаційної культури та незадоволеними *потребами у безпеці* ($r_s=0,604$; $p<0,05$). Тобто зі зростанням показника «сила бажаної організаційної культури» має зростати рівень незадоволених потреб у безпеці або навпаки. Нагадаємо, що загальна вибірка не показала наявності статистично значущого зв'язку між показниками організаційної культури та потребами у безпеці. Це може свідчити про те, що у людини з незадоволеними потребами у безпеці може спостерігатись бажання працювати в організації з сильною організаційною культурою, що піклується про своїх працівників та створює у них відчуття захищеності (задовольняє потребу безпеки).

Таблиця 2.12

Зв'язок між задоволеністю деяких основних потреб та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції (r_s))

	Незадоволені потреби у безпеці	Частково задоволені потреби у визнанні	Незадоволені потреби у самовираженні
<i>1. Рівень організаційної культури</i>			
Робота	-0.296	0.164*	-0.290*
Комунікації	-0.19	0.085	-0.189
Управління	-0.431	0.051	-0.134
Мотивація й мораль	-0.132	0.070	-0.156
Індекс бажаної організаційної культури	-0.411	0.093	-0.149
<i>2. Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури</i>			
Сила організаційної культури	0.604*	-0.142	0.072

* $p<0.05$

Дослідження групи респондентів з частково задоволеними *потребами у визнанні* виявило позитивний статистично значущий зв'язок між показником рівня бажаної організаційної культури – роботою ($r_s=0,164$; $p<0,05$ (Додаток Н)). Зауважимо, що дійсно для задоволення потреби у визнанні особистість можливо буде спрямовувати свій вибір на організаційну культуру, що сприятиме реалізації її здібностей.

Нарешті, дослідження респондентів за ступенем задоволеності *потреб у самовираженні* показало наявний статистично значущий зв'язок між незадоволеними потребами у самовираженні та показником роботи, що характеризує рівень організаційної культури ($r_s=-0,290$; $p<0,05$ (Додаток Н)). Це вказує на те, що особи, які мають незадоволені потреби у самовираженні, менше орієнтуються у власному виборі майбутнього місця роботи на таку складову бажаної організаційної культури як «робота».

Разом з тим, не виявлено зв'язку між іншими потребами різного ступеню задоволеності та показниками бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи. Отримані дані, на наш погляд, можуть свідчити про те, що особистість є носієм власних уявлень про організаційну культуру, при цьому не завжди звертаючи увагу на ступінь задоволеності власних потреб.

2.5.2. Зв'язок між соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та вибором рівня і сили організаційної культури майбутнього місця роботи

За допомогою кореляційного аналізу (критерій Спірмена (r_s)) [114; 134; 135; 272] було здійснено дослідження зв'язку між вираженими соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та оцінкою рівня та сили бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи (табл. 2.13 та 2.14, додаток П).

**Зв'язок між вираженими установками «процес – результат»,
«альтруїзм – егоїзм» та показниками бажаної організаційної культури
майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції (r_s))**

	Соціально-психологічні установки					
	процес	результат	процес = результат	альтруїзм	егоїзм	альтруїзм = егоїзм
<i>1. Рівень організаційної культури</i>						
Робота	-0.023	0.096	-0.140	0.068	0.137	0.142
Комунікації	-0.016	0.008	-0.125	0.060	0.130	0.206
Управління	0.033	0.060	-0.035	0.018	0.095	0.107
Мотивація й мораль	0.047	0.060	-0.150	0.035	0.269	-0.063
Індекс бажаної організаційної культури	0.065	0.056	-0.133	0.030	0.137	0.105
<i>2. Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури</i>						
Сила організаційної культури	0.226*	-0.002	0.152	0.088	-0.147	0.000

* $p < 0.05$

Так, статистична обробка показала, що існує статистично значущий зв'язок на рівні $p < 0,05$ між силою бажаної організаційної культури та вираженою установкою на «процес» ($r_s = 0,226$). Звідси випливає, що зі зростанням показника «сила бажаної організаційної культури» має зростати установка на «процес». Узагальнюючи, можна дійти висновку, що особистість з вираженою установкою на «процес» обиратиме високий рівень сили організаційної культури майбутнього місця роботи.

Окрім того, як видно із наведених у таблиці 2.14 даних, дослідження виявило статистично значущий зв'язок на рівні $p < 0,01$ між невираженою

установкою на «свободу» чи «владу» та складовою рівня організаційної культури – роботою ($r_s=0,567$), а також індексом бажаної організаційної культури ($r_s=0,477$). На цій підставі можна зазначити, що з ростом показника «невиражена установка на «свободу» чи «владу» має зростати «робота», а також «індекс бажаної організаційної культури». Такі дані можуть говорити про те, що, на нашу думку, досліджувані, які не усвідомлюють власну установку «свободу» чи «владу», прагнуть більш високого рівня «роботи» та загального рівня організаційної культури при пошуку майбутнього місця роботи.

Таблиця 2.14

**Зв'язок між установками на «свободу – владу», «праця – гроші»
та показниками бажаної організаційної культури
майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції (r_s))**

	Соціально-психологічні установки					
	праця	гроші	праця = гроші	свобода	влада	свобода = влада
<i>1. Рівень організаційної культури</i>						
Робота	0.080	-0.087	-0.051	-0.018	-0.019	0.567**
Комунікації	-0.072	-0.125	-0.290	0.060	-0.044	0.192
Управління	-0.052	-0.051	-0.319	0.077	-0.037	0.291
Мотивація й мораль	0.042	-0.149	-0.189	-0.047	0.005	0.265
Індекс бажаної організаційної культури	0.032	-0.104	-0.269	0.026	-0.051	0.477*
<i>2. Прилучення прийнятих у компанію співробітників до її організаційної культури</i>						
Сила організаційної культури	0.051	-0.055	0.061	0.178*	0.101	-0.147

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Результат аналізу показує й статистично значущий зв'язок на рівні $p < 0,05$ між силою організаційної культури та вираженою установкою на «свободу» ($r_s = 0,178$), тобто ріст одного з показників викликає зростання іншого. Таким чином, на наш погляд, обираючи майбутнє місце роботи, респонденти сподіваються, що чим сильніша організаційна культура, тим більше свободи отримуватимуть співробітники.

Між іншими показниками не було виявлено статистично значущого зв'язку, тому можна зробити висновок, що інші соціально-психологічні установки у мотиваційно-потребовій сфері суттєво не впливають на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

В цілому, можна констатувати, що «чуттєвими» до потреб та установок особистості є такі показники організаційної культури як «робота», «індекс бажаної організаційної культури» та «сила організаційної культури». Отримані дані дослідження, на наш погляд, свідчать про те, що особистість є носієм власних уявлень про організаційну культуру, тому часто обирає культуру згідно уявлень, а не ступеню вираженості установок.

2.6. Особливості зв'язку між особистісними характеристиками і типами організаційної культури майбутнього місця роботи

Для виконання шостого завдання констатувального етапу дослідження нами було досліджено зв'язки між особистісними характеристиками осіб, що шукають роботу, і типами організаційної культури майбутнього місця роботи. Результати виконання цього завдання буде наведено в цьому підрозділі.

При співвідношенні результатів виділення типів організаційної культури майбутнього місця роботи з особистісними характеристиками досліджуваних можна було відмітити певні тенденції (табл. 2.15 та 2.16). У представлених далі таблицях цифрами від одного до чотирьох позначено групу (кластер) респондентів, які згідно даних нашого аналізу обрали організаційну культуру

майбутнього місця роботи певного типу: 1 – «асоціація», 2 – «товариші», 3 – «сім'я», 4 – «партія».

Таблиця 2.15

Особливості розподілу за групами (кластерами) ступеню задоволеності основних потреб досліджуваних (у % від загальної кількості опитаних)

Група	Ступінь задоволеності основних потреб	Матеріальні потреби	Потреби у безпеці	Соціальні потреби	Потреби у самовираженні	Потреби у визнанні
1	задоволені	20.4	16.5	37.9	10.7	7.8
	частково задоволені	64.1	70.9	56.3	58.3	84.5
	незадоволені	15.5	12.6	5.8	31.1	7.8
2	задоволені	16.0	17.3	45.7	18.5	3.7
	частково задоволені	67.9	80.2	46.9	56.8	77.8
	незадоволені	16.0	2.5	7.4	24.7	18.5
3	задоволені	12.5	10.0	37.5	15.0	7.5
	частково задоволені	62.5	87.5	62.5	45.0	85.0
	незадоволені	25.0	2.5	0.0	40.0	7.5
4	задоволені	30.0	20.0	50.0	10.0	0.0
	частково задоволені	70.0	80.0	40.0	50.0	90.0
	незадоволені	0.0	0.0	10.0	40.0	10.0

Так, згідно особливостей розподілу за групами (кластерами) ступеню задоволеності основних потреб досліджуваних, наведених у таблиці 2.15, у першій групі опитаних, які обрали організаційну культуру майбутнього місця роботи типу *«асоціація»*, більшості респондентів притаманне часткове задоволення основних потреб.

Подібні результати із частковим задоволення базових потреб у більшості респондентів отримані і в другій групі – організаційній культурі типу *«товариші»*. Та при цьому для даної групи виявилось характерним

відносно задоволення соціальних потреб майже у половини досліджуваних осіб (45,7%).

Щодо третьої групи респондентів, які надають перевагу при виборі майбутнього місця роботи організаційній культурі типу «*сім'я*», то тут також спостерігалось у більшості опитаних часткове задоволення основних потреб. Зокрема, необхідно зазначити, що у цій групі не має жодної особи із незадоволеними соціальними потребами (у 37,5% респондентів ці потреби задоволені), та у значної частини респондентів (40,0%) відзначено, що потреби у самовираженні незадоволені.

Групу з організаційною культурою майбутнього місця роботи типу «*партія*» можна визначити за відсутністю осіб із повністю задоволеними потребами у визнанні та абсолютно незадоволеними потребами у безпеці та матеріальними. При цьому у кожної другої особи (50,0%) повністю задоволені соціальні потреби. Щодо інших потреб, то вони для більшості опитаних задоволені частково.

Зазначимо, у дослідженні особливостей соціально-психологічної адаптації безробітних О. Невоєнна та Я. Сінгуцька припускають, що безробітні взагалі «не бачать шляхів задоволення власних потреб» [136, с. 126]. Зауважимо, досліджувана нами категорія людей, що шукають роботу, включає не лише безробітних, а й осіб, що наразі працюють або одночасно працюють й навчаються новій спеціальності, та обирають нове місце роботи, але такий висновок безумовно заслуговує уваги.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що на основі інформації лише про ступінь задоволеності базових потреб особистості досить важко прийняти рішення про тип організаційної культури майбутнього місця роботи, який психолог може рекомендувати клієнту після тестування. Тому ми продовжуємо дослідження аналізом наявності статистичного зв'язку між виділеними показниками.

На цій підставі були побудовані таблиці взаємної спряженості між розподілом досліджуваних за групами (за методом кластерного аналізу) та

ступенем задоволеності базових потреб. Потім для перевірки параметричної гіпотези про наявність зв'язку між зазначеними показниками були розраховані критерії узгодженості Пірсона (*Pearson χ^2*) [134; 135; 272], відношення правдоподібності (*Likelihood Ratio*) [134; 135; 272] та точний тест Фішера (*Fisher's Exact Test*) [134; 135; 272].

Перейдемо до розгляду наявності зв'язку між розподілом досліджуваних за групами та ступенем задоволеності **основних потреб** (Додаток Р).

Розрахунок критерію правдоподібності для відношення між розподілом досліджуваних за групами та ступенем задоволеності **потреб у безпеці** виявив з вірогідністю у 90% наявність зв'язку. Фактичне значення становить *Likelihood Ratio*=12,257 при *sig.*=0,056 та більше критичного значення $\chi^2_{кр}(6)$ =10,645 при *p*=0,1.

Наступним кроком проаналізуємо відношення між розподілом респондентів за групами та ступенем задоволеності **соціальних потреб**. Фактичне значення критерію правдоподібності *Likelihood Ratio*=7,957 при *df*=6 та *sig.*=0,241, що більше критичного значення $\chi^2_{кр}(6)$ = 7,841 при *p*=0,25, що вказує на наявність зв'язку 75%.

Нарешті, для відношення між розподілом досліджуваних за групами та ступенем задоволеності **потреби у визнанні** отримано значення критерію правдоподібності *Likelihood Ratio*=8,010 при *df*=6 та *sig.*=0,237. Так як фактичне значення більше критичного $\chi^2_{кр}(6)$ =7,841 при *p*=0,25, то можна зробити висновок також про наявність зв'язку 75%.

Між розподілом респондентів за групами та **матеріальними потребами** не виявлено статистично значимого зв'язку (*sig.*=0,323 > *p*=0,05). А також між виділеними групами та **потребами у самовираженні** немає зв'язку (*sig.*=0,482 > *p*=0,05).

Викладене вище дозволяє нам стверджувати, що в залежності від ступеню задоволеності потреб у безпеці, у визнанні та соціальних потреб

особистість може обирати той або інший домінуючий тип організаційної культури майбутнього місця роботи.

Наступним кроком пропонуємо аналіз розподілу по кластерам рівня вираженості соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребовій сфері (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Особливості розподілу рівня вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері досліджуваних за групами (кластерами) (у % від загальної кількості опитаних)

Група	Рівень вираженості установки	Соціально-психологічні установки			
		процес	результат	альтруїзм	егоїзм
1	відсутність	0.0	0.0	1.0	1.9
	низький	11.7	6.8	12.6	54.4
	середній	43.7	46.6	35.0	34.0
	високий	44.7	46.6	51.5	9.7
2	відсутність	0.0	0.0	0.0	2.5
	низький	7.4	11.1	23.5	49.4
	середній	54.3	40.7	40.7	35.8
	високий	38.3	48.1	35.8	12.3
3	відсутність	0.0	5.0	2.5	0.0
	низький	17.5	5.0	22.5	45.0
	середній	32.5	55.0	35.0	42.5
	високий	50.0	35.0	40.0	12.5
4	відсутність	0.0	0.0	0.0	0.0
	низький	0.0	10.0	40.0	50.0
	середній	50.0	70.0	30.0	30.0
	високий	50.0	20.0	30.0	20.0
		свобода	влада	гроші	праця
1	відсутність	0.0	8.7	1.9	1.0
	низький	9.7	46.6	66.0	28.2
	середній	31.1	32.0	22.3	44.7
	високий	59.2	12.6	9.7	26.2

Продовження табл.

2	відсутність	0.0	6.2	4.9	0.0
	низький	9.9	38.3	65.4	27.2
	середній	37.0	44.4	19.8	54.3
	високий	53.1	11.1	9.9	18.5
3	відсутність	0.0	0.0	12.5	0.0
	низький	5.0	50.0	35.0	20.0
	середній	35.0	35.0	45.0	67.5
	високий	60.0	15.0	7.5	12.5
4	відсутність	0.0	10.0	10.0	0.0
	низький	0.0	70.0	50.0	50.0
	середній	50.0	10.0	30.0	50.0
	високий	50.0	10.0	10.0	0.0

Згідно представлених у таблиці даних, респонденти, яких привабила організаційна культура майбутнього місця роботи типу «асоціація», мали низький рівень соціально-психологічної установки на «егоїзм» (54,4%) порівняно з високим рівнем соціально-психологічної установки на «альтруїзм» (51,5%).

При цьому було відмічено приблизно однакову кількість осіб з високим рівнем установок на «процес» (44,7%) та «результат» (46,6%). Аналіз також показав, що даний тип організаційної культури обирали досліджувані з високим рівнем установки на «свободу» (59,2%), що можна співвіднести з низьким рівнем установки на «владу», яку мають майже половина досліджуваних цієї групи (46,6%). Особливо необхідно зазначити низьку вираженість установки на «гроші» (66,0%), тому що, на наш погляд, для прихильників даного типу організаційної культури рівень заробітку хоч і важливий, та, насамперед, в особистості домінують інші цінності (установки на «свободу» та «альтруїзм»).

Для другої групи з типом організаційної культури майбутнього місця роботи «товариші» характерним є орієнтація майже половини опитаних на «результат» (48,1%) та відповідно лише 38,3% респондентів мали високий

рівень установки на «процес». Також низький рівень установки на «егоїзм» виявлено у кожного другого досліджуваного у цій групі (49,4%). Знову ж спостерігаємо високий рівень установки на «свободу» (53,1%) та низький рівень орієнтації на «гроші» (65,4%) у даній групі.

Щодо організаційної культури майбутнього місця роботи типу «*сім'я*», яка представлена у третій групі, то дослідження виявило високий рівень установки на «процес» у половини опитаних (50,0%) порівняно з високим рівнем орієнтації на «результат» майже у третини респондентів (35,0%) у даній групі. При цьому високий рівень установки на «альтруїзм» у 40,0% досліджуваних поєднується з низьким рівнем установки на «егоїзм» у 45,0% опитаних. Також кожен другий, обираючи даний тип культури, має низький рівень установки на «владу» (50,0%) та високий рівень установки на «свободу» (60,0%).

Досить яскравими виявились показники рівня вираженості соціально-психологічних установок для найменш чисельної групи респондентів, яких приваблює організаційна культура майбутнього місця роботи типу «*партія*». Так, отримані дані свідчать про наявність у половини опитаних цієї групи високого рівня установки на «процес» та низький рівень установок на «егоїзм», «гроші» та «працю» (відповідно по 50,0% осіб) поряд з низькою орієнтацією досліджуваних на «альтруїзм» (40%) та «владу» (70%). Хоча й виявлено половину групи респондентів (50,0%) з високим рівнем вираженості установки на «свободу».

Далі проаналізуємо наявність статистичного зв'язку між розподілом досліджуваних за групами та рівнем вираженості *соціально-психологічних установок* у мотиваційно-потребовій сфері (Додаток С). Для обчислення рівня статистичної значимості (*sig.*) використано метод Монте-Карло [272].

Значення критерію відношення правдоподібності між розподілом досліджуваних за групами та вираженістю рівня установки на «*процес*» складає *Likelihood Ratio*=8,69 при ступенях свободи *df*=6. При цьому отриманий рівень значущості (*sig.*=0,192; *p*=0,2) вказує з похибкою у 20% на

вірогідність наявності зв'язку між виділеними показниками. Відносно велика похибка може бути пояснена як тенденція до наявності зв'язку.

Наступним проаналізуємо результат критерію відношення правдоподібності між розподілом респондентів за групами та вираженістю рівня установки на **«результат»**, що складає *Likelihood Ratio*=13,803 при ступенях свободи $df=9$. Оскільки критичне значення критерію для зазначеного рівня значущості $\chi^2_{кр}(9)=13,79$ менше фактично отриманого, то можна говорити про наявність зв'язку. При цьому отриманий рівень значущості ($sig.=0,130$; $p=0,13$) вказує на 87% вірогідності наявності зв'язку між виділеними показниками.

Результат розрахунку точного тесту Фішера (*Fisher's Exact Test*=12,266; $sig.=0,160$) між розподілом досліджуваних за групами та вираженістю рівня установки на **«альтруїзм»** показав з похибкою у 20% на вірогідність наявності зв'язку між даними показниками. Зокрема, критичне значення критерію $\chi^2_{кр}(9)=12,242$ (при $p=0,2$), тобто $\chi^2_{кр} < \chi^2_{ф}$.

Для вираженості рівня установки на **«працю»** результат критерію відношення правдоподібності становить *Likelihood Ratio*=14,140 при $sig.=0,088$. Так як критичне значення критерію $\chi^2_{кр}(9)=13,288$ для $p=0,15$, тобто менше фактично отриманого. Це вказує на вірогідність наявності зв'язку між виділеними показниками на рівні 85%.

Розрахунок критерію відношення правдоподібності між розподілом респондентів за групами та вираженістю рівня установки на **«владу»** показав *Likelihood Ratio*=13,378 при $sig.=0,146$. В той же час критичне значення критерію $\chi^2_{кр}(9)=13,288$ для $p=0,15$, таким чином фактичне значення більше критичного, і ми можемо зробити висновок про наявність зв'язку між виділеними показниками також на рівні 85%.

Нарешті, результати розрахунку точного тесту Фішера між розподілом досліджуваних за групами та вираженістю рівня установки на **«гроші»** показали такі значення: *Fisher's Exact Test*=19,731 при $sig.=0,010$. Визначено критичне значення $\chi^2_{кр}(9)=18,794$, тобто менше фактично отриманого. У

даному випадку виявлено безумовний зв'язок на високому рівні статистичної значущості ($sig.=0,010 < p=0,05$), тобто з вірогідністю 99% можна говорити про наявність зв'язку.

Між виділеними групами респондентів та вираженістю рівня установок на «*егоїзм*» ($sig.=0,904 > p=0,05$) та «*свободу*» ($sig.=0,636 > p=0,05$) не виявлено статистично значимого зв'язку.

Отже, дослідження показало, що в залежності від рівня вираженості таких соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері як «процес», «результат», «альтруїзм», «праця», «влада» та «гроші» особистість може обирати певний домінуючий тип організаційної культури майбутнього місця роботи.

У цілому, результати дослідження розподілу опитаних на групи за типами організаційної культури майбутнього місця роботи та аналіз особистісних характеристик показали відсутність дуже чіткої, безумовної градації. На наш погляд, визначення рекомендованого типу організаційної культури для кожної особистості лише на основі тестування відносного рівня задоволеності базових потреб та вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері є досить непростим завданням для психолога.

До такого висновку також спонукало й те, що чимало дослідників, зокрема, Т. Галкіна [39], М. Дікусарова [50], О. Креденцер [103] та ін., звертали увагу, що виділення в організації певного типу організаційної культури за будь-якою типологією є складним завданням. Зазвичай в організації присутні особливості деяких типів культур одночасно, і власне типологія дозволяє виявити певні тенденції в організації.

Узагальнюючи сказане, нам видається, що особистість може обирати організаційну культуру майбутнього місця роботи, спираючись на декілька типів культури, але обов'язково визначити для себе основні аспекти пріоритетного, домінуючого типу організаційної культури. При цьому завданням психолога на етапі тестування, на наш погляд, є формування

загальних рекомендацій, які можна дещо уточнити у процесі подальшого психологічного консультування особистості.

Висновки до розділу 2

1. Головними актуальними потребами при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи є прагнення до постійного навчання та саморозвитку, матеріального комфорту. При цьому відмічено досить суперечливі бажання досліджуваних осіб у впевненості в майбутньому та прагнення до нового. Менш актуальним виділено прагнення працювати з повною віддачею, бути впливовою та зрозумілою іншим особою.

2. Обираючи організаційну культуру майбутнього місця роботи, особистість, на наш погляд, у першу чергу буде звертати увагу на вакансію роботодавця, що пропонує певну свободу діяльності в організації з ліберальним стилем управління (установки на «свободу» та «альтруїзм»). При цьому, можливо, рівень заробітної плати не відіграватиме такої великої ролі як посада та функціональні обов'язки на ній (установки на «працю», «процес» та «результат»). Також незначна кількість респондентів все-таки обиратиме організаційну культуру, що пропонуватиме певну управлінську посаду (установка на «владу») з деякою кількістю підлеглих (установка на «егоїзм»), сподіваючись на більш високий рівень оплати праці (установка на «гроші»).

3. Переважна більшість респондентів очікуватиме на загальну позитивну спрямованість бажаного рівня організаційної культури. Виявлено, що кожна складова рівня організаційної культури дуже важлива для досліджуваних, про що свідчать високі числові значення показників. Тобто з поміж інших організаційних культур у процесі пошуку майбутнього місця роботи особистість обиратиме організацію з гарними взаєминами і підтримкою між працівниками та керівництвом, заохочуванням ініціативності, чіткою організацією діяльності, ефективними рішеннями із

врахуванням думки працівників, справедливим вирішенням конфліктів, націленням на нововведення, де вони зможуть зростати як професійно, так і за посадою, захоплено працювати на добре обладнаному робочому місці, мати зручний графік роботи тощо.

4. Дослідження показало, що значна кількість досліджуваних при виборі майбутнього місця роботи шукатимуть організацію з потужним та високим рівнем організаційної культури. При цьому лише до чверті опитаних зорієнтовані на середню за силою організаційну культуру як в організаціях «United Airlines» та «Coca-Cola». Незначна група респондентів не готова поділяти організаційну культуру майбутнього місця роботи, тому не зацікавлена у вакансіях процвітаючих організацій.

5. Виявлено, що вибір організаційної культури майбутнього місця роботи залежить від соціально-демографічних чинників: віку та статі особистості. Це знайшло відображення у наступному:

5.1. Вік особистості особливо впливає на вибір нею комунікацій, мотивації й моралі як складових організаційної культури майбутнього місця роботи. Також можна дійти висновку про вплив віку на вибір організаційної культури в цілому, на що вказують показники «індекс бажаної організаційної культури» та «сила організаційної культури».

5.2. Для вибору рівня бажаної організаційної культури характерні в основному дуже високі й високі значення показників для усіх виділених вікових категорій. Дуже високий рівень бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи обиратимуть більшість досліджуваних у віці від 30 до 39 років, а високий – менше третини опитаних. Для вікових груп від 40 до 49 років та від 50 і більше років характерні подібні результати – більше половини опитаних прагнуть до дуже високого рівня бажаної організаційної культури. Дослідженні також виявило, що молоді люди від 18 до 29 років майже однаково обиратимуть як дуже високий, так і високий рівень бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи.

5.3. При виборі майбутнього місця роботи у кожній віковій групі пріоритетним є висока за силою організаційна культура, тоді як потужна за

силою привертає увагу до чверті досліджуваних. Отримані дані свідчать, що обиратимуть організаційну культуру подібною за силою до культур таких організацій як «AT&T», «Morgan Stanley» і «Delta Airlines» майже половина опитаних у кожній виділеній віковій категорії. Зокрема, близько третини респондентів у віці від 40 до 49 років поряд зі згаданою високою за силою організаційною культурою прагнуть до організацій подібних за силою до «United Airlines» та «Coca-Cola».

5.4. Стать особистості особливо впливає на вибір таких показників рівня організаційної культури майбутнього місця роботи як мотивація й мораль, управління та комунікації.

5.5. Жінки дещо більше за чоловіків очікуватимуть на високий рівень кожного зі складових організаційної культури майбутнього місця роботи. Проте чоловіки скоріше обиратимуть середній рівень кожного з виділених показників організаційної культури.

5.6. Майже половина опитаних жінок та чоловіків прагнуть обирати високу за силою організаційну культуру майбутнього місця роботи подібну за силою до «AT&T», «Morgan Stanley» і «Delta Airlines». Зокрема, чверть та менше досліджуваних жінок й чоловіків згодні на середню, подібну за силою до «United Airlines» та «Coca-Cola» організаційну культуру майбутнього місця роботи; приблизно така ж кількість досліджуваних жінок та чоловіків обиратимуть потужну культуру подібну за силою до легендарних «IBM», «P&G», «Morgan Garanty».

6. Метод дисперсійного аналізу показав потужні зв'язки між вираженістю показників організаційної культури майбутнього місця роботи та соціально-демографічними чинниками та дозволив зробити наступні припущення:

6.1. У жінок з віком поступово підвищується прагнення до більш якісної комунікації на робочому місці, що відображається на виборі організаційної культури. У чоловіків подібна тенденція спостерігається лише до 30–39 років, потім на вираженість рівня комунікації вони звертають дещо менше уваги.

6.2. Як чоловіки, так і жінки в певні періоди свого життя подібним чином оцінюють бажаний рівень управління при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Зокрема, у жінок очікування стосовно вираженості рівня управління вищі, ніж у чоловіків (за виключення віку від 30 до 39 років, коли цей показник майже збігається для кожної статі).

6.3. Для жінок характерним є прагнення до більш яскраво вираженого високого рівня мотивації й моралі незалежно від віку. Для чоловіків можна відмітити, що кожен новий віковий період супроводжується переглядом поглядів на очікуваний рівень мотивації й моралі на майбутньому місці роботи.

6.4. Незалежно від статі у певний період свого життя особистість обиратиме той рівень сили організаційної культури, що суперечитиме її попередньому вибору. Така тенденція вибору особистістю сили організаційної культури майбутнього місця роботи також подібна до вибору рівня бажаної організаційної культури.

7. За результатами кластерного аналізу виділено чотири типи організаційних культур майбутнього місця роботи (за авторською типологією). Перший кластер відповідає типу «асоціація», другий – типу «товариші», третій – типу «сім'я» та четвертий – типу «партія», отже можна відмітити позитивну тенденцію прагнення особистості до більш продуктивних, на наш погляд, типів організаційних культур у процесі вибору майбутнього місця роботи.

8. Кореляційний аналіз дозволив виявити, що при виборі сили організаційної культури майбутнього місця роботи особистість враховує потреби вищого рівня – у визнанні та у самовираженні, незважаючи на матеріальні, у безпеці та соціальні потреби. Хоча, можливо, особистість не завжди чітко усвідомлює свої актуальні потреби та не пов'язує їх з вибором організаційної культури майбутнього місця роботи.

9. Дослідження зв'язків між соціально-психологічними установками у мотиваційно-потребовій сфері та показниками організаційної культури

зафіксувало, що при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи особистість з вираженою установкою на «процес» обиратиме високий рівень сили організаційної культури майбутнього місця роботи. Респонденти, які не усвідомлюють власну установку на «свободу» чи «владу», прагнуть більш високого рівня «роботи» та загального рівня організаційної культури. Та чим сильніша організаційна культура майбутнього місця роботи, тим більше свободи отримуватимуть співробітники. Інші соціально-психологічні установки суттєво не впливають на вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

10. Аналіз відповідності типів організаційної культури майбутнього місця роботи особистісним характеристикам респондентів – відносного рівня задоволеності базових потреб та вираженості соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері – показав наявність загальних тенденцій до вибору певних типів організаційної культури. Виявлено, що залежно від ступеня задоволеності потреб у безпеці, у визнанні та соціальних потреб, від рівня вираженості таких соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері як «процес», «результат», «альтруїзм», «праця», «влада» та «гроші», особистість може обирати певний домінуючий тип організаційної культури майбутнього місця роботи. Для точних рекомендацій доречним, на нашу думку, окрім тестування є застосування індивідуального психологічного консультування особистості.

11. Результати констатуючого експерименту, на нашу думку, свідчать про те, що зазвичай особистість прагне до більш продуктивних типів організаційної культури майбутнього місця роботи. Проте в рамках нашого дослідження емпіричних даних виявилось недостатньо, щоб в майбутньому лише за результатами тестування психолог з упевненістю міг рекомендувати на яку організаційну культуру слід звернути увагу особистості при виборі майбутнього місця роботи. Тому бажано тестові методики поєднувати з подальшим індивідуальним психологічним консультуванням особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

12. Дані аналізу емпіричного дослідження, на наш погляд, доцільно враховувати організаційним психологам для психодіагностики кандидатів у процесі підбору персоналу, а також викладачам вищих навчальних закладів при підготовці занять за темами організаційної культури та вибору майбутнього місця роботи.

Зміст розділу 2 відображений у наступних публікаціях автора:

1. Станіславська М. В. Організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні : тези І Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (29 черв. – 2 лип. 2011 року, м. Кам'янець-Подільський) / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – С. 66–67.

2. Станіславська М. В. Комплекс методик для дослідження особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / Л. М. Карамушка, М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2012. – Вип. 33. – С. 61–66.

3. Станіславська М. В. Діагностичний інструментарій для дослідження особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Управління в освіті : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., (18–19 квіт. 2013 р., м. Львів) / [відп. ред. Л. Д. Кизименко]. – Львів : Вид-во «Тріада Плюс», 2013. – С. 248–249.

4. Станіславська М. В. Аналіз основних потреб особистості при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко

(гол. ред.) та ін.]. – Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 37. – С. 23–27.

5. Карамушка Л. М. Особливості основних потреб особистості при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи / Л. М. Карамушка, М. В. Станіславська // Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу : тези ІХ Міжнар. конф. з організаційної та економічної психології Всеукр. конгр. з організаційної та економічної психології, (30–31 трав. 2013 р., м. Київ) / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Алчевськ : ДонДТУ, 2013. – С. 88–90.

6. Станіславська М. В. Аналіз соціально-психологічних установок особистості у контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу : тези ІХ Міжнар. конф. з організаційної та економічної психології Всеукр. конгр. з організаційної та економічної психології, (30–31 трав. 2013 р., м. Київ) / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Алчевськ : ДонДТУ, 2013. – С. 100–101.

7. Станіславська М. В. Психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Сучасні проблеми гуманітарної науки і практики: філософський, психологічний та соціальний вимір : зб. наук. пр. / [заг. ред. проф. Н. Є. Завацької]. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – С. 229–231.

8. Станіславська М. В. Психологічні аспекти типології організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка, Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. – Вип. 27. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2015. – С. 557–568.

РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК ВИД ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ОСОБИСТОСТІ У ВИБОРІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО МІСЦЯ РОБОТИ

У третьому розділі представлено особливості формувального експерименту. Окрему увагу приділено обґрунтуванню та аналізу складових моделі індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи. Показано деякі особливості процесу індивідуального психологічного консультування особистості у рамках розробленої моделі. Досліджено ефективність проведеного індивідуального психологічного консультування особистості.

3.1. Мета, завдання та організація формувального етапу дослідження

Спираючись на завдання нашого дисертаційного дослідження та враховуючи результати констатувального експерименту, нами було визначено мету та завдання третього етапу дослідження, спрямованого на проведення *формувального експерименту*.

Мета формувального етапу дослідження полягала у визначенні особливостей індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Відповідно до поставленої мети було визначено **завдання** формувального етапу дослідження:

1. Розробити й обґрунтувати модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

2. Дослідити особливості процесу впровадження індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

3. Проаналізувати ефективність проведеного індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Гіпотеза формульованого етапу дослідження базується на припущенні, що застосування спеціальної моделі індивідуального психологічного консультування може полегшити особистості вибір організаційної культури майбутнього місця роботи.

Складна політична ситуація України відображається сьогодні на усіх сферах життя суспільства. На наш погляд, ринок праці ще кілька років тому, після економічної кризи 2008 року, переформатувався з панування особистості на диктатуру роботодавця. Людина, шукаючи майбутнє місце роботи, частіше усвідомлює, що зараз здебільшого обирає не вона, а представники організацій, які висувають нові вимоги до потенційного співробітника. Зокрема, менеджери організацій все частіше роблять акцент на відповідності існуючій організаційній культурі. З необхідністю такого тестування погоджуються також науковці [31; 68; 95; 99; 100; 108; 194; 196; 208; 230; 245; 271].

Зокрема, для успішного працевлаштування особистості необхідне усвідомлення бажаної організаційної культури, що, на наш погляд, що пов'язано зі ступенем задоволення її актуальних базових потреб та соціально-психологічних установок. У результаті особистість зможе успішно пройти тестування (співбесіду) на відповідність організаційній культурі майбутнього місця роботи та розпочинати процес адаптації в організації.

Слід зауважити, що, насамперед, вибір організаційної культури майбутнього місця роботи передбачає активність самої особистості, врахування її основних потреб, інтересів та соціально-психологічних установок. З одного боку, організаційна культура привертає увагу, якщо

формальні цінності та переконання організації знаходять відгук в особистості, співпадають з її спрямованістю тощо. З іншого – менеджери з підбору персоналу намагаються знайти на вакантне місце такого потенційного співробітника, який би органічно «доповнив» культуру.

Психологічна допомога у період пошуку майбутнього місця роботи здатна зробити такий вибір успішним як для особистості, так і відповідно для її майбутнього роботодавця, який отримує надійного співробітника. Таким чином, на наш погляд, робота психолога на мікрорівні (особистість) одразу знаходить відображення на мезорівні (організації), та у результаті має позитивний вплив на макрорівні (держава).

Про актуальність психологічної консультативної допомоги саме при здійсненні вибору також наголошувала українська дослідниця В. Вінс [34]. Окрім того, результати нашого констатувального етапу дослідження довели недостатність використання лише психологічної діагностики на основі комплексу стандартизованих методик [80] при виборі особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Аналіз сучасних зарубіжних та вітчизняних літературних джерел показує, що зазвичай дослідники під **психологічним консультуванням** розуміють процес надання психологічної допомоги психічно здоровій людині для досягнення нею цілей особистісного або професійного розвитку (Т. Бонд [262], П. Грент [264], Л. Карамушка [157; 227], І. Малкіна-Пих [119], М. Марценюк [124], Р. Немов [137], К. Серебрякова [188] та ін.).

Згідно даного теоретичного підходу у контексті дисертаційного дослідження *психологічне консультування* доцільно розглядати, на наш погляд, як *спеціально організований процес взаємодії психолога з особистістю, що обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи*. Отже, у нашому випадку психологічне консультування – це психологічна допомога, що сприяє усвідомленню особистістю ступеню задоволення актуальних базових потреб та соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері з *метою* розуміння власних прагнень та подальшого вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

За *формою проведення* наше психологічне консультування було індивідуальним, за *видом* – діловим. *Методом* психологічного консультування було інтерв'ю. *Предметом взаємодії* виступав внутрішній світ клієнта: основні потреби та установки особистості, її уявлення про організаційну культуру майбутнього місця роботи, що відповідала б цим потребам та установкам. У процесі консультування передбачався вплив на особистість за допомогою прийомів, що розкривали актуальні й потенційні можливості та прагнення клієнта.

Також необхідно зазначити, що психологічне консультування здійснювалась протягом однієї зустрічі психолога з клієнтом, відносилось до *короткострокової* психологічної допомоги. Таким чином, робота психолога-консультанта з клієнтом була максимально спрямована згідно принципу «тут і тепер» («тут і зараз»).

Вибір індивідуального психологічного консультування також дозволив психологу контролювати процес в залежності від темпу клієнта та реакції особистості на деякі прийоми консультування. Зокрема, наше психологічне консультування базувалось на теоретичних і практичних дослідженнях не лише у сфері організаційної та консультативної психології. У нашій моделі радше використовувався інтегративний підхід [27; 119; 124; 137; 148; 162; 181; 188; 246; 262-264; 276; 287 та ін.].

Учасниками формульованого етапу дослідження стали 20 осіб, з них 50,0% становили чоловіки та відповідно 50,0% – жінки. За віком досліджувані були розподілені таким чином: від 18 до 29 років – 30,0% чоловік, від 30 до 39 років – 25,0% чоловік, від 40 до 49 років – 25,0%, чоловік та від 50 років і старше – 20,0% чоловік.

У рамках нашого дослідження індивідуальне психологічне консультування проводилось протягом 2014 року в місті Києві.

Виконуючи *перше завдання* формульованого етапу дослідження, далі представимо модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи [214] (рис. 3.1.).

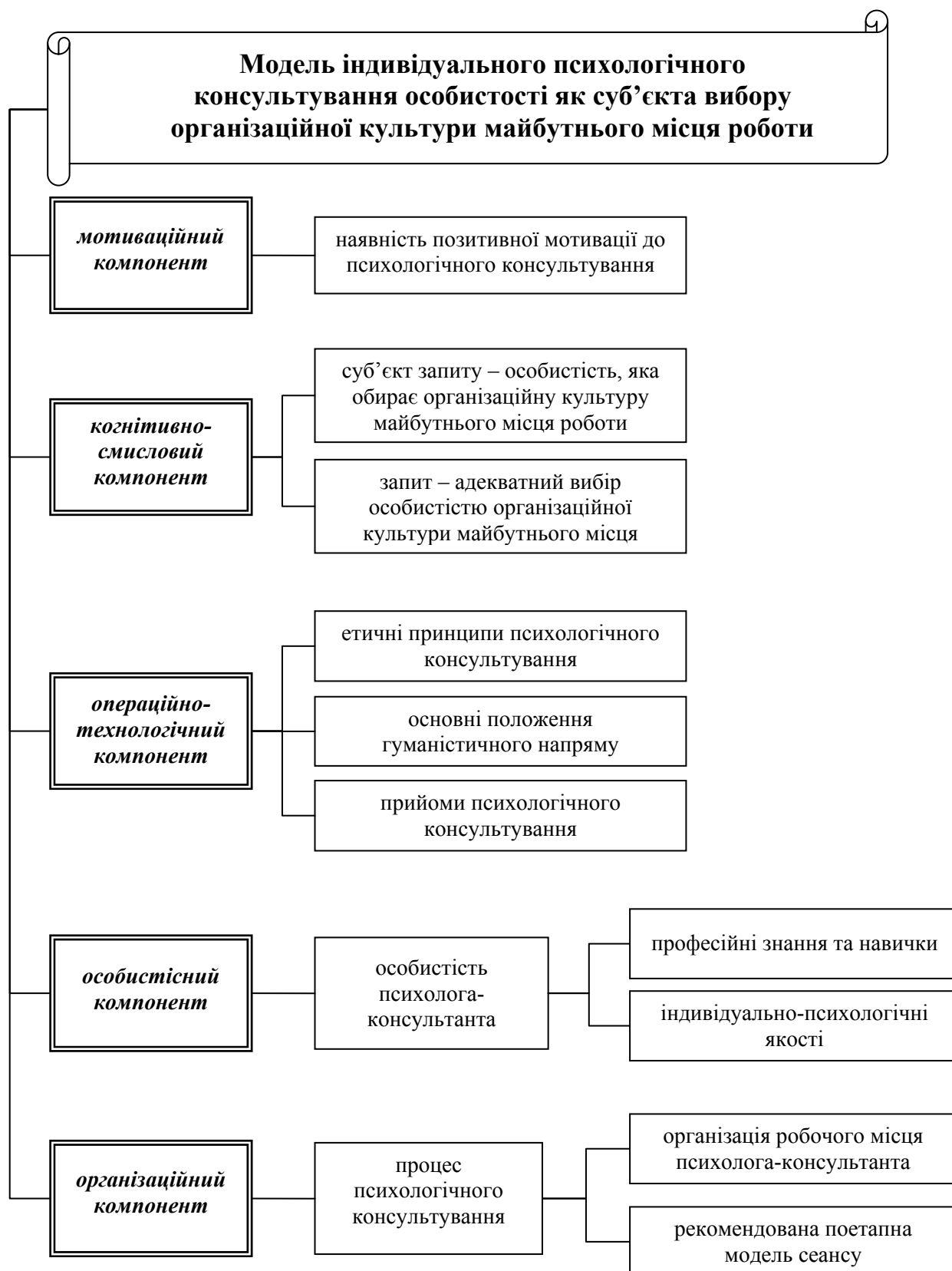


Рис. 3.1. Модель індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи

Базуючись на загальній моделі психолого-організаційного консультування Л. Карамушки [157; 227], **модель** індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, на наш погляд, має бути такою:

- мотиваційний компонент;
- когнітивно-смісловий компонент;
- операційно-технологічний компонент;
- особистісний компонент;
- організаційний компонент.

Таким чином, беручи за основу підхід Л. Карамушки, ми наповнили кожен компонент моделі автора уточненим змістом відповідно до предмету нашого дисертаційного дослідження. Розглянемо кожен з виділених компонентів моделі докладніше у наступному підрозділі 3.2.

3.2. Модель психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи

У рамках виконання першого завдання формувального етапу дослідження проаналізуємо **модель** індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Розроблена у контексті теми дослідження модель на основі загальної моделі психолого-організаційного консультування Л. Карамушки [157; 227] розглядає на практиці індивідуальне психологічне консультування як системний процес, де кожен компонент взаємодоповнює інший. Отже, проаналізуємо кожен з виділених компонентів моделі докладніше.

Мотиваційний компонент моделі передбачає, *по-перше*, що мотивація особистості до індивідуального психологічного консультування має бути позитивною, тому що кожен бажає обрати саме таку організаційну культуру, де йому було б добре та комфортно працювати невизначено довгий термін.

Але досвід автора роботи менеджером з персоналу та наших колег свідчить, що мотивація на отримання психологічної допомоги у процесі вибору майбутнього місця роботи не є чітко вираженою або може бути взагалі відсутньою.

Така ситуація зумовлена, на наш погляд, специфікою індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, зокрема, необхідністю аналізу певних аспектів особистісних та професійних якостей, життєвого досвіду особистості, професійного резюме тощо.

Можливо, витоки проблеми мотивації до отримання індивідуального психологічного консультування лежать у нашому менталітеті – часто суспільством не вітається отримання психологічної допомоги у разі особистих «незначних проблем». Психологічна допомога – досить розповсюджене явище для Заходу, але, на жаль, не для України. Також власний досвід автора дослідження та наших колег [90; 166] свідчить про досить поширене стереотипне уявлення про роль психолога в сучасному суспільстві як лікаря, який може допомогти клієнту лише медикаментозно, або як екстрасенса, який наперед знає що саме думає клієнт тощо.

Тому позитивній мотивації до індивідуального психологічного консультування сприятиме, на наш погляд, розв'язання інформаційного питання – ознайомлення з можливостями психологічної науки, пропаганда громадськості методів психологічної допомоги у засобах масової інформації, соціальних мережах тощо.

По-друге, виділення мотиваційного компоненту в моделі індивідуального психологічного консультування зумовлено необхідністю підвищення позитивної мотивації клієнта до свідомого вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Робота з «невмотивованим клієнтом» може виявитись складною для психолога-консультанта та навіть призвести до «синдрому професійного вигорання». Тож деякі науковці пропонують застосовувати «терапію

реальності» та приймати клієнта «таким, яким він є, тобто як незацікавлену в консультуванні людину» [156, с. 173]. Безумовно, такий підхід сприяв встановленню партнерської взаємодії з клієнтом, бо така взаємодія вкрай необхідна для проведення ефективного сеансу індивідуального психологічного консультування.

Доречним також є виявлення психологом причин відсутності мотивації у клієнта, аби їх подалати під час процесу індивідуального психологічного консультування.

З метою формування та/або підвищення мотивації до свідомого вибору організаційної культури психолог-консультант апелювала до власного досвіду та деяких досліджень колег [31; 68; 95; 99; 108; 115; 230; 271], розповідала чому саме організаційна культура як чинник вибору майбутнього місця роботи відіграє важливе значення, формувала адекватне уявлення про феномен організаційної культури в цілому. Отже, головним чином підвищенню мотивації сприяла інформація: чому саме організаційна культура відіграє таке велике значення не лише при виборі майбутнього місця роботи, а й взагалі як атрибут будь-якої організації може впливати на виконання функціональних обов'язків, кар'єру особистості тощо. Тобто ми використовували таку задачу психологічного консультування як «проблемне інформування клієнта» [73].

Відповідно до *когнітивно-сислового компоненту* моделі суб'єктом запиту індивідуального психологічного консультування виступає особистість, яка обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи.

Наш досвід показує, що особистість намагається зрозуміти чи цікава їй вакансія часто майже інтуїтивно, не розуміючи, що лежить в основі бажання чи небажання обирати ту чи іншу організаційну культуру майбутнього місця роботи. Якщо у людини добре розвинена інтуїція, то такий вибір може бути вірним. У протилежному випадку особистість буде намагатись працювати в організації з неприйнятною для неї культурою (що може призвести, на наш погляд, до погіршення настрою та загального життєвого тону, і навіть до

психосоматичних захворювань у майбутньому) або звільнюватись протягом незначного терміну роботи в організації та розпочинати вибір майбутнього місця роботи знову й знову.

Когнітивно-смісловий компонент моделі передбачає формулювання *запиту* психологом-консультантом разом з клієнтом. У контексті нашого дослідження під запитом розуміється адекватний вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Особливо треба підкреслити необхідність чіткого розділення реального запиту та того, що озвучує особистість перед або на початку консультаційного процесу. Наш досвід та аналіз спеціалізованої психологічної літератури [90; 119] показав, що часто це два різних запити. Виявлення реального запиту – дуже важливий аспект, бо подальша ефективність індивідуального психологічного консультування особливо залежить від майстерності психолога-консультанта та правильного формулювання запиту разом з клієнтом.

Згідно *операційно-технологічного компоненту* моделі ми пропонуємо проводити індивідуальне психологічне консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи згідно положень гуманістичного напрямку в психології [28; 90; 91; 174; 263; 276; 287], відповідно до якого психолог-консультант має безумовне позитивне відношення до клієнта, підтримує його здібності та право на самовизначення. Ми поділяємо підхід засновника даного напрямку К. Роджерса [181], який вважав, що люди за своєю суттю раціональні, соціалізовані, спрямовані уперед та реалістичні.

Також наше консультування базувалось на загальноприйнятих етичних принципах психологічного консультування (відповідальність, анонімність та конфіденційність, прийняття клієнта, повага, відкритість, доброзичливість тощо), на доцільність використання яких вказували Т. Бонд [262], І. Булах з колегами [90], І. Малкіна-Пих [119], Дж. МакЛеод [276], Р. Немов [137], Ю. Приходько [172], К. Серебрякова [188], С. Соловійова [174] та ін.

Під час проведення інтерв'ю психолог-консультант використовував відкриті й закриті питання, різноманітні техніки: «відбиття почуттів», «переказ», «саморозкриття» та інші прийоми, що дозволяють клієнтові проаналізувати ступінь задоволеності власних потреб, вираженість соціально-психологічних установок та у результаті допомагають особистості усвідомити елементи домінуючого типу організаційної культури майбутнього місця роботи.

Таким чином, під час сеансу консультування можуть використовуватись такі основні *прийоми* психологічного консультування [90; 125; 148; 157; 174; 276]:

- *Закриті запитання* – це з'ясування або уточнення конкретних фактів, згаданих клієнтом або передбачуваних психологом-консультантом у ході процесу консультування;

- *Відкриті запитання* – це можливість зосередити увагу клієнта на певному аспекті його досвіду, задати напрямок певному відрізку консультативної бесіди. Відкриті питання також сприяють більш глибокому усвідомленню відповіді на поставлене психологом-консультантом запитання;

- *Заохочення* – це мінімальний засіб для підтримки викладу клієнтом власної історії або ж повторення психологом-консультантом останніх двох–трьох слів клієнта, що надалі заохочує його до продовження розповіді;

- *Підтримка* – це підбадьорення психологом-консультантом клієнта в момент сумніву або нерішучості, вираження йому симпатії або надії на плідну співпрацю під час консультаційної бесіди;

- *Перефразування* або, інакше кажучи, повернення суті когнітивного змісту висловлення клієнта у більш стислій та ясній формі. Це дає можливість особистості поглянути з іншого боку на власну ситуацію вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, сприяє поглибленню обговорення й розумінню сказаного. Окрім того, також здійснюється «зворотній зв'язок» психологом-консультантом на висловлювання клієнта;

- *Інтерпретація* – це процес нового пояснення психологом-консультантом внутрішніх переживань або певних зовнішніх подій клієнта, пов'язування між собою розрізнених ідей, емоційних реакцій і вчинків тощо;
- *Узагальнення* – це висловлення, що у короткій фразі збирає разом основні ідеї розповіді клієнта, встановлює тим самим певну послідовність або підсумовує результат, досягнутий у ході певного відрізка або всього процесу індивідуального психологічного консультування;
- *Інформаційне повідомлення* – це надання психологом-консультантом інформації у формі пояснень, «зворотного зв'язку», викладу думок за власною ініціативою або у відповідь на питання клієнта;
- *Саморозкриття* або вираження власних почуттів психолога-консультанта – розділення із клієнтом власного досвіду, наприклад, надання інформації про свій тернистий шлях отримання професійного досвіду, а також безпосереднє вираження у відносинах з ним почуттів, бажань, ідей або фантазій, що виникають у ході консультаційної бесіди. При цьому у ході інтерв'ю підтримується атмосфера довіри, і таким чином клієнту легше усвідомити власні переживання, а психологу-консультанту зрозуміти суть реального запиту особистості.
- *Конфронтація* – це реакція психолога-консультанта, у якій проявляється протистояння захисним маневрам або ірраціональним уявленням клієнта, які він не усвідомлює або не піддає зміні. Конфронтація допомагає виявити розбіжності між різними елементами психічного досвіду.
- *Парадоксальна реакція* – це результат створення психологом-консультантом несподіваної перспективи, заклик до альтернативного, нерідко до прямо протилежного очевидного та раціонального для клієнта сприйняття конкретної ситуації або способу реагування на неї.
- *Концентрація* або відображення почуттів – це прояснення психологом-консультантом емоційного змісту, що допомагає клієнту зрозуміти власні почуття. Зі свого боку психолог-консультант також показує, що приймає почуття клієнта.

Індивідуальне психологічне консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи розгорталось за такими *напрямами*:

- психологічна діагностика особистості як носія власних уявлень про організаційну культуру майбутнього місця роботи;
- консультаційна допомога по формуванню адекватних уявлень про поняття організаційної культури майбутнього місця роботи (сутність, функції, індикатори, типологія тощо);
- психопрофілактика осіб, які мали негативний досвід роботи з неприйнятною для них організаційною культурою (за допомогою більш детального інформування про організаційну культуру як чинника вибору майбутнього місця роботи);
- моделювання свідомого образу організаційної культури майбутнього місця роботи;
- уточнення головних чинників, які наблизатимуть особистість до подальшого вибору свідомого образу організаційної культури майбутнього місця роботи;
- дослідження власних досягнень та обмежень, аналіз можливих ускладнень та наступне переосмислення виявлених потенційних проблем. Наприклад, при домінуванні екстернального локус контролю в особистості та наявності неточностей в описі професійної кар'єри в резюме, психолог-консультант може запропонувати клієнту підготуватись до співбесіди, відповідаючи на складні для нього запитання. Таким чином, можна позбутись відчуття безпорадності та набути впевненості.

Разом з тим, Д. Бюдженталь [28] справедливо вказав на те, як важливо протягом життя усвідомлювати, наскільки наш зовнішній досвід відповідає внутрішній природі. При цьому дослідник зазначав, що, на жаль, у всіх, без винятку, занадто обмежений і частковий погляд на свою природу, і ми не знаємо, як зробити так, аби було краще для нас, не усвідомлюємо власні потреби та бажання, не відчуваємо можливості... Таким чином, допомога

психолога-консультанта зводиться до того, аби допомогти клієнту «почути свій внутрішній голос».

Цікавим у контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи при актуальній ситуації вибору роботи є підхід до консультування «довготривалих безробітних» осіб В. Синявського [191]. Науковець запропонував коригувати емоційно-психологічний стан на декількох рівнях: мотиваційному (актуалізація потреб), когнітивному (корекція уявлень про себе), емоційному (підвищення емоційно-психологічного стану) та поведінковому (формування ефективних умінь та навичок поведінки на ринку праці).

Особистісний компонент моделі передбачає особливу увагу до особистості психолога-консультанта, його індивідуально-психологічних якостей, професійних знань та навичок.

Психолог має діяти у рамках запропонованої моделі індивідуального психологічного консультування. Зокрема, основне завдання психолога-консультанта полягає в тому, щоб якомога повніше зрозуміти внутрішній світ особистості, допомогти клієнту його усвідомити та власне підтримати під час ухвалення відповідального для клієнта рішення – у нашому випадку вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Зазвичай дослідники [73; 90; 119; 125; 137; 157; 162; 174; 188; 227; 276] зазначають, що психолог-консультант має обов'язково володіти техніками активного слухання, вербального контакту, емпатією, креативністю, гнучкістю поведінки, почуттям гумору, стресостійкістю, ерудованістю, бути розуміючою, уважною, чесною, об'єктивною, відповідальною, чуйною, щирою людиною тощо. У результаті кожен психолог-консультант, володіючи певним набором особистісних та професійних якостей, знань і навичок, формує власний неповторний стиль індивідуального психологічного консультування, хоча й діє у рамках отриманої освіти та власної самоосвіти.

Особистісний компонент регламентує також виключно індивідуальний підхід психолога-консультанта до кожного клієнта, враховування його

досвіду, особистісних якостей (особливо ступінь задоволеності основних потреб та вираженість соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері) та соціально-демографічних чинників, від яких залежить вибір домінуючого типу організаційної культури майбутнього місця роботи.

Організаційний компонент моделі регламентує безпосередньо сеанс індивідуального психологічного консультування особистості.

Безпосередньо процес індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи проходив у формі особистої бесіди (індивідуальної консультації) психолога з клієнтом, що тривав в середньому від півгодини до години, в окремих особливих випадках – до двох годин. Передбачалось, що клієнт у будь-яку хвилину міг припинити сеанс, вирішивши, що ціль досягнута чи вже не буде досягнута, або продовжувати сеанс далі.

Також вважаємо необхідним зазначити, що сеанс індивідуального психологічного консультування не може здійснюватись у незатишному, не пристосованому для цього приміщенні [73; 88; 174; 188]. Настрій клієнтів може залежати також від оформлення кабінету, його атмосфери. Клієнт має почувати себе затишно, відчуваючи турботу, доброзичливість і розуміння з боку психолога-консультанта. Безперечно, що домінуючими умовами створення такої атмосфери будуть професіоналізм і особисті якості консультанта, та, разом з тим, особливо важливим фактором є організація робочого місця.

Аналіз психологічної літератури показує, що процес консультування зазвичай має чітку рекомендовану послідовність етапів, кожен з яких логічно продовжує попередній. Подальша ефективність консультативної взаємодії досить сильно залежить саме від дотримання цих етапів.

Згідно сучасних поглядів на **поетапну модель** процесу консультативного інтерв'ю [27; 84; 119; 125; 174; 188; 216; 263; 276] нами уточнено процес індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи:

- 1) підготовчий етап;
- 2) етап налаштування;
- 3) початок інтерв'ю;
- 4) діагностичний етап;
- 5) рекомендаційний етап або корекційний вплив;
- 6) контрольний етап.

Далі розглянемо кожен з виділених етапів докладніше, які ми зазначили на рис. 3.1 як рекомендована поетапна модель індивідуального психологічного консультування.

Під час *підготовчого етапу* відбувається отримання запиту від клієнта та подальше прийняття рішення психологом-консультантом про необхідність проведення індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Зокрема, психолог-консультант пропонував клієнту перед консультуванням пройти тестування для дослідження особистісних характеристик (ступінь задоволеності базових потреб особистості та пари соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері) та психологічних особливостей організаційної культури майбутнього місця роботи за допомогою нашого, описаного у 2 розділі дисертації (підрозділ 2.1), комплексу стандартизованих методик [80].

Результати такого тестування дещо спрощують роботу психолога на діагностичному етапі безпосередньо під час процесу індивідуального психологічного консультування, а також сприяють самопізнанню клієнта. Але проходження тестування до початку сеансу потребує витрачання додаткового часу в особистості та може викликати негативні емоції, особливо якщо клієнт не мав яскраво вираженої позитивної мотивації до індивідуального психологічного консультування. Саме тому заповнення клієнтом опитувальників психолог-консультант лише пропонував, а не наполягав. Також в окремих випадках клієнт погоджувався опрацювати лише половину комплексу методик, тобто обирав заповнення тестів, спрямованих лише на вивчення особистісних характеристик або лише на психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи.

Під час підготовчого етапу до сеансу індивідуального психологічного консультування психологу доцільно провести самооцінку його власної готовності до майбутнього інтерв'ю з клієнтом, усвідомити чи налаштований консультант саме на допомогу особистості. За необхідності можна продивитись рекомендований алгоритм бесіди, подумати над основними змістовними елементами феномену організаційної культури майбутнього місця роботи, психологічно підготуватись до сеансу з клієнтом тощо.

Даний етап спрямований і на можливе заочне знайомство з особистістю на основі його професійного резюме (отриманого, наприклад, електронною поштою або презентоване у соціальних та професійних Інтернет-мережах), результатів тестування, якщо клієнт заповнював запропоновані психологом-консультантом опитувальники.

Нарешті, проводиться коротка бесіда (зазвичай телефонна) з визначенням дати та місця індивідуального психологічного консультування. Під час такої бесіди у нашому дослідженні клієнти з'ясовували для себе деякі деталі консультативної допомоги: можливий стиль одягу, наявність необхідних документів, тривалість інтерв'ю у часі, які питання будуть задаватись, чи необхідно певним чином до консультування підготуватись тощо. Тривалість такої бесіди по можливості коротка – від хвилини до п'яти.

На *етапі налаштування* психолог-консультант особисто зустрічає клієнта, знайомиться з ним і настроюється на спільну роботу, задаючи питання на кшталт про погоду на вулиці або уточнюючи транспортні пригоди по дорозі до місця психологічної консультації тощо. Також на консультування налаштовується й клієнт. Психолог за необхідності показує де можна роздягтись та залишити верхній одяг, запрошує до приміщення, де відбуватиметься індивідуальне психологічне консультування.

Зазвичай даний етап триває від трьох до п'яти хвилин.

Початок інтерв'ю може розпочинатись зі слів психолога-консультанта:

- «Як краще (або «Як я можу...») до Вас звертатись: на ім'я чи на ім'я та по батькові?»;

- «Давайте розпочнемо нашу консультаційну бесіду...».

Вислухавши відповідь, психолог стисло розповідає що таке індивідуальне психологічне консультування, у якій формі воно буде проводитись та яких результатів можна досягти. Особливо наголошуються етичні принципи, яких психолог-консультант зобов'язується дотримуватись. Головна задача даного етапу – встановлення контакту та довірчих відносин з клієнтом, зняття загальної напруги. В окремих випадках особистість може сформулювати свої очікування, бажання та наміри від зустрічі з психологом.

Цей етап може тривати орієнтовно від трьох до десяти хвилин.

Діагностичний етап інтерв'ю передбачає прояснення, уточнення запиту індивідуального психологічного консультування. Даний етап може проходити у формі розповіді клієнта про себе у контексті особливостей визначеного запиту. Задачею психолога-консультанта є спрямування бесіди у визначені запитом рамки та озвучення уточнюючих питань.

Під час діагностичного етапу доцільно формувати адекватні уявлення (у разі їх відсутності в особистості) про сутність організаційної культури майбутнього місця роботи з точки зору сучасних теоретичних та практичних підходів. Даний етап може містити цикл наступних відкритих запитань, що спрямовані на уточнення прагнень (потреб, установок) особистості до організаційної культури майбутнього місця роботи або її певних елементів. Наприклад, наступні:

- «Чому Ви зараз обираєте нове місце роботи? Це Ваше власне рішення чи керівництва організації?»;
- «Як Ви можете охарактеризувати організаційну культуру попереднього місця роботи? Що Вам подобалось в ній (організаційній культурі)? Що Ви хотіли б змінити?»;
- «Чого Ви взагалі прагнете? Як Ви зрозумієте, що Ваша мета досягнута?»;
- «Яка робота Вам буде цікавою? Як Ви уявляєте свого майбутнього керівника? У якому колективі Ви б хотіли працювати? Чому?»;

- «Чи можете Ви зараз уявити організаційну культуру, у якій Вам було б найбільш комфортно працювати?»;

- «Які критерії Ви використовуєте при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи? Чи можете Ви проранжувати значущі критерії? Що Ви розумієте під... (повторюється певний критерій)?»;

- «Що Вам особисто може дати нове місце роботи, інша організаційна культура?»;

- «Чи підтримують Ваш вибір близькі? Чому?».

Якщо клієнт небагатослівний в силу особистих причин (наприклад, може бути втомленим зараз, мати поганий настрій і фантазі, чи не достатньо позитивну мотивацію на індивідуальне психологічне консультування), психолог може використовувати подібні закриті питання:

- «Розташування офісу, особистість керівника, сфера діяльності організації, її розмір, колектив, рівень заробітної плати, функціональні обов'язки... (називається перелік факторів, що можуть мати значення для особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи) для Вас мають значення?»;

- «Що більш важливе з даного переліку?»;

- «Чи можете Ви проранжувати обрані критерії?».

Також консультаційну бесіду можна повести іншим шляхом та задавати такі питання:

- «Чи є у Вас досвід роботи в організації з неприйнятною для Вас організаційною культурою? Що саме Вам було неприємним?»;

- «Які пропозиції роботодавців Ви залишаєте поза своєю увагою? Чому?»;

- «Чи зможете Ви особисто змінити організаційну культуру, основні елементи якої будуть для Вас неприйнятними?».

Таким чином, разом з психологом-консультантом особистість намагається усвідомити основні елементи організаційної культури

майбутнього місця роботи з метою подальшої трансформації у моделюванні певного свідомого образу організаційної культури майбутнього місця роботи.

При цьому психологу треба зважати на специфіку індивідуального консультування та диференційовано підходити до озвучення деяких питань. Як, наприклад, про можливу зміну клієнтом організаційної культури майбутнього місця роботи. Таке питання буде актуально для особистості, що шукає роботу з керівною посадою та/або яскравими лідерськими якостями, та недоречним для молодшої особистості, що взагалі не має досвіду роботи та шукає певну низову, стартову посаду.

Тут також необхідно зазначити, що розпитування клієнта у рамках уточнення запиту може виявити реальний, але з певних причин прихований особистістю, запит. У такому випадку психолог-консультант має з клієнтом трансформувати попередній запит та працювати надалі за ним [90; 119].

Важко встановити час, необхідний для проведення діагностичного етапу психологічного консультування, тому що багато чого у його визначенні залежить від клієнта та його індивідуальних особливостей. Та зазвичай даний етап має тривати, на наш погляд, не більше тридцяти п'яти хвилин.

Рекомендаційний етап або *корекційний вплив* логічно продовжує попередній діагностичний.

Під час цього етапу психолог-консультант разом із клієнтом визначає практичні рекомендації для вирішення його проблеми – адекватного вибору організаційної культури майбутнього місця роботи. По суті це вирішення питання: «Що та яким чином необхідно зробити клієнту для адекватного вибору організаційної культури майбутнього місця роботи?».

Також на даному етапі корисною для особистості може бути так звана «екологічна перевірка», яку психолог-консультант може зробити у вигляді наступних питань:

- «Ким Ви бачите себе через кілька років?»;
- «Як Ви плануєте досягти своєї мрії? Що Вам для цього потрібно?» ;

- «Яка організаційна культура майбутнього місця роботи сприятиме досягненню Ваших цілей?»;
- «Чим Вас приваблює саме така організаційна культура майбутнього місця роботи?»;
- «Ви впевнені, що саме це Вам потрібно (зробить Вам щасливим)?».

Наведемо *приклад* – уривок з консультації, що відображає даний етап.

Психолог-консультант (П.): «На початку нашої бесіди ви говорили про те, що Вам важко знайти роботу... (перифразування) Але Ви обмовились, що буває так: Вас запрошують на наступний етап співбесіди, а Ви перебуваєте у відрядженні. (конфронтація) Як Ви думаєте, Ви щось можете зробити в даній ситуації? (відкрите запитання)»

Клієнт (К.) – PR-менеджер, чоловік, 48 років: «Марія (ім'я психолога), а що я можу зробити? Не кидати ж роботу та не сідати на літак!»

П.: «Це єдине, що Вам спадає на думку? (конфронтація, відкрите запитання)»

К.: «Мабуть, що так. Хоча ні – можна відмовитись від додаткового доходу та не їхати у відрядження.»

П.: «Вам зараз дуже необхідні гроші? (конфронтація, відкрите запитання) Чи можете Ви на деякий час присвятити себе пошуку роботи? (конфронтація, відкрите запитання) Виділити час, так би мовити, для інтерв'ю з потенційними роботодавцями, що будуть пропонувати Вам постійну роботу, а не на проект. (парадоксальна реакція)»

К.: «Ви думаєте, що мені все ж таки варто відмовитись на деякий час від відряджень?»

П.: «Це Вам вирішувати. (конфронтація) Ваше бажання здійснити зміни – обрати відповідний тип організаційної культури майбутнього місця роботи, Ваша активність і щирість у сполученні з моїм бажанням допомогти Вам можуть стати надійною гарантією успішності. (підтримка) Пригадайте, скільки дзвінків Ви отримували, коли останній раз були у відрядженні? (підтримка, відкрите запитання) А передостанній? (підтримка, відкрите

запитання) Чи є зараз дійсно цікаві пропозиції, на які Ви могли б без вагань погодитись?.. (конфронтація, відкрите запитання)»

К.: «Так, зараз я отримав цікаві пропозиції. По одній з вакансій я вже поспілкувався з комерційним директором підприємства, якщо все добре, то наступна й остання зустріч відбудеться із власником.»

П.: «Як довго Ви маєте чекати від цієї організації відповіді? (відкрите запитання)»

К.: «Мабуть, на тому тижні.»

П.: «Ви не впевнені? (конфронтація, відкрите запитання)»

К.: «Та ні, впевнений. Під час попередніх бесід в цій компанії рішення приймалось протягом тижня... Хоча керівник нічого не сказав, а я не запитав.»

П.: «Ви часто покладаетесь на інтуїцію в таких випадках? (узагальнення, відкрите запитання)»

К.: «Часто. Так... Тож я погоджувався на проект в іншому місті у той час як вирішувалось питання відносно моєї кандидатури...»

Завдання корекційного впливу реалізоване, тому що не лише у психолога-консультанта, але й у свідомості особистості побудувався своєрідний ланцюжок подій. Клієнт побачив свою ситуацію під іншим кутом зору. На даному прикладі добре видно, що чітких порад та рекомендацій не було («Це Вам вирішувати. Ви не впевнені?»), але завдяки використанню прийому конфронтації клієнт замислився чого він хоче досягти: працювати час від часу чи обрати стабільну організацію з сильною культурою.

Час, звичайно затрачуваний на проходження цього етапу психологічного консультування, становить приблизно до п'ятнадцяти хвилин.

Нарешті, *контрольний етап* передбачає коротке узагальнення психологом-консультантом результатів психологічної взаємодії та націлений на завершення. Даний етап індивідуального консультування присвячується домовленості про контроль та оцінку практичної реалізації отриманих особистістю практичних порад і рекомендацій. Тут же вирішується питання

про те, як і коли психолог-консультант та клієнт надалі зможуть обговорювати додаткові питання, які можуть виникнути в процесі виконання вироблених рекомендацій. Особлива увага приділяється так званому «зворотному зв'язку», тобто питанню відповідності процесу індивідуального психологічного консультування очікуванням клієнта.

Контрольний етап триває від трьох до п'яти хвилин, в окремих випадках до десяти хвилин.

Обмеженість представленої моделі індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, на наш погляд, може полягати у знеособленні, коли існуючий виключно індивідуальний підхід консультанта до процесу психологічної допомоги особистості вимушено узагальнюється. Проте водночас це також є і **перевагою** описаної моделі – узагальнене подання дозволяє сформулювати основні тенденції консультативного процесу особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

3.3. Особливості реалізації моделі психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи

Як було передбачено другим завданням формувального етапу дослідження, у цьому підрозділі буде розкрито певні особливості процесу індивідуального психологічного консультування особистості у рамках нашої практичної моделі.

Базуючись на підходах до психологічного консультування дослідників [90; 119; 150; 157; 162; 176; 188; 227] та в результаті апробації моделі, нами виявлено наступні **особливості** процесу індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи:

- особистісний характер проблем, які клієнт ставить перед консультантом-психологом;
- безумовна віра у покращення ситуації пошуку роботи у клієнтів з вираженою позитивною мотивацією до індивідуального психологічного консультування та очікування певних змін у клієнтів з менш вираженою мотивацією до консультування;
- можливе суперечливе ставлення клієнта до процесу індивідуального психологічного консультування – під час консультації психолог допомагає у тих питаннях, що раніше були у компетенції клієнта та/або його близького оточення. Та особливо суперечливо до сеансу консультування ставились клієнти, яких звернулись до психолога-консультанта, умовили близькі;
- недовіра клієнта до сеансу індивідуального консультування та/або психологічної підтримки взагалі як до варіанту допомоги у пошуку майбутнього місця роботи через брак знань про психологічну науку та феномену організаційної культури;
- здебільшого акмеологічний характер консультативного процесу – предметом аналізу виступають проблеми, що пов'язані з досягненнями у професійному та кар'єрному розвитку особистості;
- реактивна обережність та загострена увага клієнта до можливого поширення інформації, виявленої у процесі індивідуального психологічного консультування;
- в залежності від професійного успіху та особистих рис клієнт стосовно психолога-консультанта дотримувався звичайної для нього позиції: а) «зверху», якщо це керівник та/або «пихата» особистість; б) «на рівних», якщо це зріла особистість; в) «знизу» у випадку особистої незрілості та/або низького професійного рівня;
- отримання клієнтом нових соціальних навичок завдяки власній моделі поведінки психолога-консультанта;
- зміна поведінки особистості за рахунок нового емоційного досвіду, набутого під час спілкування із психологом-консультантом;

- можливі проблеми помилкових комунікацій при неструктурованому інтерв'ю тощо.

Узагальнення отриманих результатів проведеного індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи показало також складність визначення чітких тенденцій для тої чи іншої категорії досліджуваних. При цьому дослідження особливостей вибору організаційної культури за віковими категоріями або статтю (згідно розподілу, виділеного нами у п. 2.1) показало необхідність врахування ситуації вибору роботи (згідно уточненого нами у п. 1.2 підходу О. Житник [58]).

Слід відмітити, що особливості психологічного консультування при *актуальній ситуації вибору* майбутнього місця роботи, тобто безробітних осіб, досить широко представлені в літературі (зокрема, М. Бендюков [12], О. Грамма [44], Г. Смольникова [90]). Цікавим у контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи при актуальній ситуації вибору роботи є підхід до консультування «довготривалих безробітних» осіб В. Синявського [191]. Науковець запропонував коригувати емоційно-психологічний стан на декількох рівнях: мотиваційному (актуалізація потреб), когнітивному (корекція уявлень про себе), емоційному (підвищення емоційно-психологічного стану) та поведінковому (формування ефективних умінь та навичок поведінки на ринку праці). У нашому психологічному консультуванні ми також використовували елементи даного підходу.

Також зауважимо, що дослідники [88; 191; 226; 268] часто описують безробітних як осіб, що відчувають стрес. Так, О. Грамма [44, с. 73] зазначила, що «втрата роботи викликає у людини складний стресовий стан, який впливає на її фізичне та психічне здоров'я і має фазову природу». Дійсно, проведене індивідуальне психологічне консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи показало, що більшість досліджуваних знаходились у стані стресу та

зниженого життєвого тону. У якості *прикладу* наведемо уривок процесу психологічного консультування, клієнт – жінка, 27 років, бухгалтер.

Клієнт (К.): «Ви знаєте, Марія (ім'я психолога), я Вам чесно скажу, на мій погляд, буде гірше після Нового року.»

П.: «Що Ви маєте на увазі? (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «У плані економіки, фінансів, працевлаштування, заробітної платні.»

П.: «Дійсно, рівень оплати праці знизився. (узагальнення)»

К.: «От і мене таке відчуття! Я не песиміст, але відчуваю, що зарплата буде падати й надалі, що просто не буде робочих місць. Я просто спілкуюсь з людьми – не у лісі живемо – аудиторами, директорами. Усе, що ми чуємо інколи у новинах просто не відповідає дійсності. У мене таке відчуття, що керівництво компаній змагається: хто менше запропонує заробітну платню. Просто іноді за голову берешся, враховуючи наш рівень цін, і як вони ростуть...»

У рамках дослідження доцільно чітко розділяти клієнтів за *статтю* в очікуванні чергової хвилі мобілізації. У ситуації загострення бойових дій у зоні Антитерористичної операції (АТО) протягом літа–осені 2014 року на сході нашої держави чоловіки вважали, що з втратою роботи мали більше шансів бути мобілізованими до лав Національної гвардії, ніж безробітні невійськовозобов'язані жінки. При цьому далеко не кожен чоловік був психологічно готовий до служби у зоні АТО ні як доброволець, ні як мобілізований. Проте тривала ситуація пошуку роботи та повідомлення державних органів про соціальний захист учасників бойових дій згідно останніх змін до чинного законодавства часом підштовхувало чоловіків замислитись над вступом до лав Національної гвардії.

Цей стресор досить сильно відображався на нашому індивідуальному психологічному консультуванні, видозмінюючи запит на спробу нівелювання даного фактору стресу у чоловіків у віці до 60 років. Часто чоловіки не розуміли навіщо їм необхідно замислюватись над організаційною культурою

майбутнього місця роботи. Треба просто влаштуватись у будь-яку організацію, бо на робочому місці менше шансів, як вважали деякі досліджувані, отримати запрошення до районного військового комісаріату.

Тоді психолог-консультант, використовуючи прийом інформаційного повідомлення, звертала увагу, що повістку отримували також ті, хто мали постійне місце роботи або навіть працювали у державних дослідних інститутах та мали певний науковий ступінь. Далі продовжувала зосереджувати увагу клієнта на формуванні запиту у рамках визначеної досліджуваної нами теми консультаційного процесу. За необхідності психолог також актуалізувала інформацію загально відомої теорії, що бажано не лише отримувати задоволення від місця роботи, а й просто намагатись насолоджуватись кожним прожитим днем, обравши прийнятну для особистості організаційну культуру майбутнього місця роботи.

Повідомлення засобів масової інформації відносно становища у зоні АТО відображались на психічному рівні також й деяких жінок, які мали батька, брата, чоловіка, сина або іншої близької людини, що вже були на той час мобілізовані або могли отримати повістку під час наступної хвили мобілізації. Пошук роботи вони пов'язували, у першу чергу, з можливістю заробити на життя й матеріально допомогти мобілізованому та іншим членам сім'ї. Тобто вибір майбутнього місця роботи розглядався безробітними жінками як пошук стабільного доходу, якому значно сприятиме адекватна організаційна культура.

Складна соціально-економічна ситуація в Україні, в тому числі високий рівень безробіття та відповідно величезний конкурс до кількох десятків осіб на деякі з відкритих вакансій, підштовхував особистість дуже гостро реагувати на досить тривалий пошук роботи. Тут також необхідно додати, що роботодавці приватних підприємств часто не бажали приймати на вакантну посаду осіб у віці після 45 років. Незважаючи на те, що зазвичай з віком людина набуває неабиякого професійного та життєвого досвіду, представники деяких організацій відмовляли у роботі таким кандидатам, бо

нібито вони не зможуть відповідати організаційній культурі, для якої характерною рисою є молодість її учасників (середній вік до 30 років).

Наприклад, так описує ситуацію один з клієнтів – чоловік у віці 54 років, аудитор: «...Положення зараз важке. У всіх. Я це знаю! Яюсь у січні (мається на увазі 2014 року) ще нормально було. Я отримував... гривень. А от уже навесні стало дуже погано. Я з червня почав розсилати резюме. Ніколи цього у житті ще не робив! Абсолютно. І побачив, що в цілому дзвінків не багато для мене, скажімо так. Можливо, через те, що літо... Але з початком осені їх кількість в цілому теж не збільшилась. І таку сміхотворну зарплатню пропонують... Ніколи я не шукав роботи, мене завжди запрошували. Хоча ні, один раз, я з вулиці був...».

Таким чином, індивідуальне психологічне консультування безробітних часто супроводжувалось спробами відновлення звичних адаптаційних механізмів, подолання відчуття безпорадності, апатії, розпачу, напруженості, занепокоєння та інших негативних емоцій у клієнта у зв'язку з відсутністю цікавих вакансій на ринку праці та гідних пропозицій роботодавців. Задача психолога-консультанта у даному випадку переконати клієнта, що процес пошуку майбутнього місця роботи – це дуже важливий досвід, що це один з викликів соціального життя, що головне не втрачати надію та, можливо, переглянути власні погляди на ситуацію безробіття та стратегію вибору майбутнього місця роботи. При цьому психолог-консультант наголошувала на необхідності відповідності організаційної культури майбутнього місця роботи основним потребам і соціально-психологічним установкам клієнта та цінності такого кандидата на вакантну посаду для роботодавця, тобто про конкурентні переваги клієнта поряд з іншими кандидатами.

Також психолог-консультант разом з клієнтом обговорювали ситуацію вибору – погоджуватись на першу пропозицію роботодавця з неприйнятною організаційною культурою або продовжувати шукати адекватну очікуванням клієнта культуру майбутнього місця роботи. Кожен клієнт мав сам зрозуміти, за допомогою психолога зваживши власні життєві обставини, яке рішення

прийняти. Так, деякі особи впевнено говорили, що при нагоді погодяться на будь-яке місце роботи, та не залишать пошук бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи. Це неетично до такої гіпотетичної організації, проте клієнти інколи розглядали такий варіант вибору організаційної культури. Психолог міг лише прийняти вибір клієнта та обговорити наслідки та доречність такого рішення.

Наступними розглянемо особливості психологічного консультування при *актуально-конфліктній ситуації вибору* роботи, тобто якщо особистість працює та паралельно шукає нове місце роботи з метою задоволення актуальних мотивів, що не задовольняються на існуючому робочому місці. Такі клієнти часто мали добре виражену позитивну мотивацію до індивідуального психологічного консультування. Деякі особи також були готові витратити час на вибір бажаної організаційної культури, бо на момент проведення консультаційної бесіди мали певну стабільну роботу.

Проте для деяких осіб ситуація актуально-конфліктного вибору роботи розпочиналась одразу після повідомлення роботодавця про звільнення. Слід також додати, що у деяких організаціях існує практика, коли за домовленістю з керівником особа, що бажає звільнитись з певних особистих причин, має попередити роботодавця за більший термін, ніж визначені чинним законодавством два тижні. Цей період може становити від одного місяця до півроку. Тобто протягом цього часу особистість працює та обирає майбутнє місце роботи.

Стосовно часу вибору бажаної організаційної культури треба відмітити, що інші клієнти могли більше року пасивно (наприклад, розмістивши своє резюме на сайтах пошуку роботи або у професійних групах соціальних мереж) обирати майбутнє місце роботи. Результати нашого психологічного консультування виявили цю тенденцію для молодих осіб у віці приблизно від 27 до 35 років. Це саме той вік, коли особистість зі спеціальною або вищою освітою вже отримала певний досвід зі своєї спеціальності, мала значні професійні досягнення, часто була фінансово

зобов'язана перед власною та/або батьківською сім'єю, тож не могла звільнитись за власним бажанням та присвятити час лише пошуку адекватної власним потребам організаційної культури майбутнього місця роботи.

Часто представники даної категорії чітко знали що саме їх не влаштовує на існуючому місці роботи, та не усвідомлювали елементи якої саме організаційної культури будуть адекватними їх потребам. У такому випадку процес індивідуального психологічного консультування був спрямований на усвідомлення основних потреб та соціально-психологічних установок клієнта та подальше моделювання образу організаційної культури майбутнього місця роботи. Наведемо *уривок* з такої консультації. Клієнт – жінка, 39 років, внутрішній аудитор.

Психолог-консультант (П.): «Ви зараз ще працюєте? (закрите запитання)»

Клієнт (К.): «Уже практично закінчила.»

П.: «Уточніть, будь-ласка, що Ви маєте на увазі. (заохочення)»

К.: «Зараз працюю у своїй компанії та у наступний четвер забираю трудову.»

П.: «Зрозуміло. (підтримка) Тобто фактично залишилось кілька днів. (перефразування) Ви уже розпочали вибір нового місця роботи? (закрите запитання)»

К.: «Так. Щойно написала заяву на звільнення, та одразу й почала коригувати своє резюме. Там зараз складна ситуація в плані того, що взяли кредити, але виплати затягуються, знижується мінімальна заробітна плата... Є такі неприємні моменти...»

П.: «Скільки часу Ви пропрацювали у цій організації? (відкрите запитання)»

К.: «Та небагато – з початку року, десь з січня» (тобто на момент консультування пройшло десь 9 місяців роботи в організації)

П.: «Якими критеріями Ви керуєтесь при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи? (відкрите запитання)»

К.: «Якими критеріями?..»

П.: «Так. (підтримка) Чому, наприклад, одну пропозицію Ви приймете, а від іншої відмовитесь? (відкрите запитання, парадоксальна реакція)»

К.: «Щоб... Аби робота задовольняла усі мої професійні знання та, можливо, щоб був ріст... Я не знаю.»

П.: «Що Ви розумієте під «ростом»?» (відкрите запитання, підтримка)»

К.: «Що можна розуміти під «ростом»? Мабуть, якесь... Так, щоб я була постійно, скажімо, у процесі.»

П.: «Ріст може бути професійний, кар'єрний та особистісний. (інформаційне повідомлення)»

К.: «Ні, я мала на увазі професійний. Кар'єрний у процесі, тобто я вже була директором, тобто доросла до максимального росту. Якось у цей час. Тож мене це вже менше цікавить...»

П.: «Добре! (підтримка) А що саме Вас цікавить у професійній сфері? (відкрите запитання, підтримка)»

К.: «Я таких цілей не ставлю. Тобто таких цінностей у мене немає. Роботу свою у загальному об'ємі я знаю. Але постійно щось змінюється. Законодавство от змінюється, тому дійсно, якщо маєш працювати, потрібно дізнаватися усі нововведення постійно. Отже, така ситуація.»

П.: «Тобто, якихось чітких вимог у Вас немає. (узагальнення)»

К.: «Так.»

П.: «Ви маєте певні часові рамки на пошук роботи? (відкрите запитання)»

К.: «Ні... Я знаходжу та одразу погоджуюсь, не хочу шукати щось гіпотетично ліпше. У мене нема ні часу, ні бажання довго обирати.»

П.: «Ви шукаєте певну керівну посаду. (узагальнення) Ви ж розумієте, яким керівником Ви не будете, якого рівня, над Вами все рівно буде ще одна людина. Наприклад, власник підприємства. (інформаційне повідомлення) З яким керівником Ви хотіли б працювати самі? (відкрите запитання)»

К.: «З яким би я хотіла сама працювати? Я, мабуть, хотіла би працювати з керівником, який, скажімо, ставить чіткі задачі. Довіряє мені у виконанні цих задач, тобто я за них несу стовідсоткову відповідальність. Також щоб були нормальні відносини, тобто людяні. Скажімо, для мене це важливо. Щоб не було лукавства у відносинах, коли людина посміхається, а за спиною... Мені не подобається, коли необхідно з'ясовувати стосунки. Можна сісти за стіл та усе обговорити.»

П.: «Добре! (підтримка) А, наприклад, під тиском зможете працювати? (відкрите запитання, парадоксальна реакція)»

К.: «Знаєте, працювати зможу, але мені буде не зовсім приємно. Не думаю, що є люди, які можуть знаходитись постійно під тиском. У будь-якому випадку: на роботі, у житті.»

П.: «Зрозуміло. (підтримка) Як Ви будете реагувати, якщо керівник не згоден з Вашою точкою зору? Погодитесь з ним, аби уникнути конфронтації, чи будете переконувати у вірності власного судження? (відкрите та закрите запитання, парадоксальна реакція)»

К.: «Справа в тому... Якщо це відносно моєї професійної роботи і я вважаю, що у даній ситуації права, то, звісно, я буду відстоювати свої погляди. Але якщо мій керівник говорить: «Зроби так...», і несе при цьому відповідальність, нема питань...»

Даний уривок сеансу індивідуального психологічного консультування ілюструє, на наш погляд, ситуацію, коли клієнт, розуміючи чому саме звільнюється з роботи, не усвідомлює які елементи організаційної культури можуть привабити на майбутньому місці роботи. Не маючи результатів тестування згідно комплексу стандартизованих методик [80] (особа відмовилась через брак вільного часу), психолог-консультант в основному за допомогою відкритих запитань намагалась змодельювати особливості домінуючого типу організаційної культури майбутнього місця роботи, яка може бути цікавою для клієнта. Відповіді жінки дозволили зробити висновок, що особистість зорієнтована на «результат» («Я знаходжу та одразу

погоджуюсь, не хочу шукати щось гіпотетично ліпше.» або «Я, мабуть, хотіла би працювати з керівником, який, скажімо, ставить чіткі задачі.»), «альтруїзм» («Також щоб були нормальні відносини, тобто людяні.»), «працю» («Аби робота задовольняла усі мої професійні знання та, можливо, щоб був ріст...»), «свободу» («Довіряє мені у виконанні цих задач, тобто я за них несу стовідсоткову відповідальність.») тощо.

Взаємодія психолога з клієнтами, для яких неприйнятною є організаційна культура існуючого місця роботи, але які боялись обирати іншу (наприклад, особистість вважала, що не зможе отримати пропозицію від роботодавця з прийнятною культурою через недостатній професійний досвід або певні особисті характеристики, які необхідні для даної позиції тощо), була побудована на створенні сприятливого клімату для самоаналізу та саморозвитку. Психолог-консультант також обов'язково інформував таких клієнтів про засади ефективної поведінки на ринку праці, щоб вони почували себе більш впевнено, обираючи адекватну власним потребам та установкам організаційну культуру майбутнього місця роботи.

За умови *потенційно-конфліктної ситуації вибору* роботи, коли працююча особистість отримує другу чи третю вищу освіту або проходить курс перепідготовки та обирає майбутнє місце роботи з нової спеціальності, психологічне консультування детермінується новою сферою професійних інтересів особистості, зміною її професійного самовизначення. Головною особливістю консультування, на наш погляд, була позиція клієнтів, що з отриманням нової спеціальності буде простіше обрати адекватну власним потребам організаційну культуру майбутнього місця роботи. Та загалом спостерігались завищені очікування та відсутність цілковитої обізнаності ринку праці при виборі нової спеціальності.

Серед клієнтів даної ситуації вибору роботи були також особи, які начебто обирали роботу з нової спеціальності, проте не усвідомлювали які професійні обов'язки можуть виконувати, на яку посаду їм доречно звернути увагу тощо. Тобто у процесі отримання нової спеціальності клієнт думав, що

працювати за старою професією вже не хоче, а які аспекти приваблюють у новій поки що не усвідомив. Для *прикладу* продемонструємо уривок з консультації чоловіка 32 років, вчителя німецької мови у середній школі, який закінчує навчання за спеціальністю «соціологія».

Психолог-консультант (П.): «Назвіть Ваші критерії вибору організаційної культури майбутнього місця роботи. (заохочення)»

Клієнт (К.): «Не знаю...»

П.: «Як Ви зрозумієте, що це «Ваше робоче місце»? (відкрите запитання)»

К.: «Не знаю... Мені важко зрозуміти. Потрібно спочатку спробувати, щоб оцінити.»

П.: «Але Ви не зможете спробувати, якщо одночасно отримали дві однаково цікаві пропозиції від роботодавців. (парадоксальна реакція, конфронтація)»

К.: «У мене нема досвіду. Розумієте, у людини має бути досвід пошуку роботи... А у мене такого нема... Мабуть, я би звертав увагу наскільки я там буду завантажений. Я б не хотів би бути дуже завантаженим. Я б обрав менш. Я вже так звик. І не хотів би працювати з дев'яти до п'яти...»

П.: «Гнучкий графік. (узагальнення)»

К.: «Так, на гнучкий графік я б звернув увагу. Потім хто більше буде мені платити.»

Психолог-консультант знає, що зараз клієнт працює, та, можливо, буде шукати з отриманням другої вищої освіти інше місце роботи. Проте клієнт і сам невпевнений навіщо йому нова освіта, чи буде він змінювати роботу. Тож далі психолог запитує: «Що Вас може спонукати до зміни роботи? (відкрите запитання)»

К.: «До зміни роботи мене може спонукати те, що будуть вимагати дуже багато, тиснути на мене... Я б такого не витримав.»

П.: «Ви часто говорите «ми», «нас» відносно робочого місця. (інформаційне повідомлення) Отже, ідентифікація з робочим місцем потрібна? (інтерпретація, закрите питання)»

К.: «Зрозумів. Вона потрібна, проте я себе не ідентифікую. Ні! У мене нема такого: «Як тебе не любити...» Я більше схожий на одинака. Нема такого як корпоративна свідомість. Ні! Я б хотів залишитись тут працювати, проте я б хотів використовувати організацію для досягнення своїх якихось цілей, якщо так можна сказати.»

П.: «Яких, наприклад? (відкрите запитання)»

К.: «Боротися за мир у всьому світі. Можливо, у мене є цінності, вірування. Бо я людина екологічно свідомо та розумію скільки у нас соціальної несправедливості...»

Далі наводити подробиці даного сеансу психологічного консультування не вважаємо доцільним, бо клієнт розпочав філософські роздуми про ріст населення на Землі, глобальні катастрофи тощо. Проте наведений уривок чітко демонструє, на наш погляд, що особистість не готова до роздумів про організаційну культуру майбутнього місця роботи. Так, клієнт зголосився на консультацію, проте результатом сеансу стало не усвідомлення адекватної потребам організаційної культури, а розуміння факту, що він ще не готовий залишити школу, у якій наразі працює.

Робота психолога під час сеансу консультування була спрямована також на усвідомлення клієнтом реалій можливого нелегкого пошуку майбутнього місця роботи та подальшого вибору організаційної культури. Таким чином, психолог-консультант намагався нівелювати майбутні негативні психологічні наслідки за умови тривалого пошуку роботи особистістю.

Далі необхідно зазначити, що молоді особи у віці від 18 до 23 років, які ще не мали будь-якого досвіду роботи, тобто для них характерною є *проективна ситуація вибору* майбутнього місця роботи, під час сеансу індивідуального психологічного консультування були зазвичай дуже

настроєні на взаємодію з психологом-консультантом. І головною особливістю консультування даної категорії досліджуваних є позиція інтелектуальної сили психолога-консультанта. Така позиція в цілому схвально сприймалась юними клієнтами та дозволяла досягти поставленої мети процесу психологічного консультування.

Далі пропонуємо *уривок* з психологічної консультації 19-річного клієнта, студента факультету фінансів.

Психолог-консультант (П.): «Які у Вас головні критерії при виборі організаційної культури майбутнього місця роботи? (заохочення, відкрите запитання)»

Клієнт (К.): «Перспектива! Перспектива росту. Перспектива того, що я мочу навчитись у цьому плані.»

П.: «Що Ви розумієте під «ростом»?» (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «Під «ростом», наприклад, які перспективи якась позиція пропонує далі.»

П.: «Тобто під «ростом» Ви розумієте кар'єрний ріст» (узагальнення)»

К.: «Кар'єрний, зрозуміло, у тому числі. У першу чергу. Тобто ріст у плані знань тощо.»

П.: «Професійний ріст. (інформаційне повідомлення)»

К.: «Так!»

П.: «Що ще? (заохочення)»

К.: «Ну, дохід. Дохід не на першому місці, а між іншим. Які ще критерії?.. Мабуть, чим займатись доведеться.»

П.: «Отже, якщо я правильно Вас зрозуміла, Ви обираєте роботу з огляду на професійний та кар'єрний ріст, але при цьому бажали б отримати високу заробітну платню. (перифразування) Так? (закрите запитання)»

К.: «Так!»

П.: «Як довго Ви шукаєте роботу? (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «Ну, десь місяць.»

П.: «На яку кількість співбесід Вас запросили за цей місяць? (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «На одній я був. І одна запланована на завтра.»

П.: «Добре. (підтримка) Який результат першої співбесіди? (відкрите запитання) Розкажіть докладніше. (заохочення)»

К.: «Одна компанія запрошувала на стажування. Я відправив резюме, наступного дня вони зателефонували й призначили співбесіду... Ну, це я тоді так думав... А виявилось, що окрім мене запросили ще десь двадцять осіб. Спочатку ми мали заповнити якісь величезні опитувальники, а потім менеджери з відділу персоналу влаштували нам «веселі старти».... Потім вони обіцяли зателефонувати за тиждень й запросити на співбесіду з керівником відділу стажування, та не зателефонували.»

П.: «Як Ви думаєте, чому? (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «А я знаю? Може кольором очей не підійшов чи що? Бо у нашій трійці я був лідером – мене навіть відмітила одна з менеджерів. Я сподівався, що так, з першого разу, і знайшов роботу. Не зрозуміло було, яка ж там організаційна культура, але змагання мені сподобались. Пригадав фільм «Кадри», ну, пам'ятаєте, як вони у «Гуглі» стажувались? Та й я подумав, що і в іншому там буде добре.»

П.: «У тексті вакансії був вказаний розмір заробітної плати? (парадоксальна реакція, відкрите запитання)»

К.: «Ні, було написано лише «приблизно... гривень.»

П.: «А в анкеті, яку Ви заповнювали, необхідно було вказати очікуваний рівень заробітної платні? (заохочення, відкрите запитання)»

К.: «Так, треба. Я і додав трохи до тієї «приблизно» суми.»

П.: «Чи може так бути, як Ви гадаєте, що Вас не запросили на другий тур інтерв'ю через високий очікуваний рівень заробітної платні? (конфронтація, відкрите запитання)»

К.: «Не знаю. Можливо, що й так. Не впевнений. Хоча...»

П.: «То може необхідно переглянути розмір очікуваного Вами доходу? Може при виборі майбутнього місця роботи доречніше робити акцент саме на перспективі, на інших елементах організаційної культури? А потім, маючи, цікавий для роботодавця досвід, й отримувати більш високу заробітну платню? (парадоксальна реакція, відкрите запитання)»

К.: «Ну, не знаю. Звісно, Ви правильно говорите. Але лише за їжу теж не хочеться працювати... Хоча в нашій державі зараз така ситуація погана... Мабуть, я трохи знижу свої зарплатні очікування, може щось з цього й вийде...»

З наведеного уривку можна прослідкувати, на наш погляд, як змінювались погляди клієнта на критерії вибору майбутнього місця роботи, особливо на заробітну платню, за допомогою технік консультування.

Молоді люди у проективній ситуації були також добре обізнані з текстами вакансій ринку праці. Можна було навіть спостерігати інформаційне перенасичення у осіб з вираженою установкою на «процес» (у даному випадку спрямовану на пошук роботи). Клієнти розуміли, що вибір організаційної культури майбутнього місця роботи ускладнений відсутністю значного трудового досвіду та, як наслідок, невиразністю власного резюме. Тоді психолог-консультант звертала увагу, що відсутність певного досвіду деколи розглядається роботодавцем позитивно, як можливість «виховати» працівника для потреб певної організаційної культури.

Також у процесі індивідуального психологічного консультування виявилось, що деякі юні особи не усвідомлювали власні потреби та установки, сильні та слабкі сторони особистості, демонстрували завищені очікування до організаційної культури майбутнього місця роботи або не мали чіткого уявлення яку саме роботу шукають, з якою культурою тощо.

Тут необхідно відмітити також такий фактор поведінки як рівень освіти клієнта, що досить сильно відображався на процесі індивідуального психологічного консультування. Так, молоді особи, що отримали лише середню освіту були більш схильні до драматизації ситуації пошуку свого

першого робочого місця, часто мали потребу в елементах профконсультаційної бесіди.

При цьому молоді люди з вищою освітою або студенти були більш впевнені у власних силах та більш реалістично сприймали процес вибору організаційної культури майбутнього місця роботи. Часто останні досить добре розуміли як важливо знайти робоче місце, що відповідає бажаній організаційній культурі, тому й звернулись до психолога-консультанта по допомогу.

Нарешті, для даної категорії досліджуваних особливо характерна ситуація стресу та невпевненості у майбутньому, пов'язана з останніми політичними подіями в Україні. Як військовозобов'язані, так і невійськовозобов'язані молоді люди побоювались «опинитись замість офісного крісла у зоні АТО», як влучно сформулював загальну думку один з молодих чоловіків. У процесі консультування клієнти охоче розповідали історії про своїх знайомих, які стали добровольцями або були мобілізовані та проходили службу у зоні АТО. У такому випадку психолог хід сеансу індивідуального психологічного консультування повертала до запиту клієнта, знову ж таки, звертаючи увагу на те, що ніхто достеменно не знає що саме нас очікує завтра, що життя пропонує нам виклики, на які ми маємо відповідати, і, нарешті, що зараз доречно продовжувати обраний шлях вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Окрему увагу необхідно звернути на особливості психологічного консультування жінок.

Наше дослідження виявило невтішну тенденцію пошуку майбутнього місця роботи самотніми матерями, розлученими жінками або вдовами, які самі виховують дитину, жінками, які мають малолітніх дітей аби навіть молодими жінками, які потенційно можуть колись у майбутньому завагітніти. Жінки мають законодавчо визначені пільги, тому деякі роботодавці знаходять причини не приймати в організацію молодих жінок, надаючи перевагу чоловікам або жінкам у більш зрілому віці.

Описану невтішну тенденцію працевлаштування на вибірці 200 осіб підтверджує й А. Алексєєва [2], яка відмітила, що «серед безробітних жінок, які належать до соціально вразливих категорій безробітного населення (жінки, які виховують дітей до 7 років або доглядають за дитиною-інвалідом) 46% засвідчують наявність дискримінації згідно із сімейним станом та наявністю маленьких дітей».

Враховуючи зазначене, психолог у процесі індивідуального консультування часто надавала молодим жінкам психологічну підтримку та допомогу у виборі шляхів особистісного та професійного розвитку. При цьому головний акцент у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи часто зводився до усвідомлення індикаторів домінуючого типу бажаної організаційної культури.

Зауважимо, що *клієнти-чоловіки* незалежно від віку та їх ситуації пошуку роботи під час індивідуальної психологічної консультаційної бесіди мали потребу обговорити власний патріотизм, відношення до непростой ситуації в зоні АТО тощо. Дехто намагався зрозуміти чи готові вони наразі захищати цілісність держави чи краще продовжувати обирати адекватну власним потребам організаційну культуру майбутнього місця роботи. Інші, не зрозумівши одразу недирективність нашого індивідуального психологічного консультування, прохали пораду з огляду на можливу обізнаність ринку праці психологом-консультантом.

Нарешті, слід відмітити, що *представники кожної категорії*, незалежно від ситуації пошуку роботи, статі або віку досить скептично ставились до перспективи пошуку роботи, зважаючи на організаційну культуру. На жаль, клієнти мали досить обмежене розуміння поняття «організаційна культура», часто називали термін «корпоративна культура», хоча й не могли розтлумачити або розвести дані поняття. Таким чином, важливим компонентом нашого сеансу психологічного консультування було інформування клієнта про сутність організаційної культури, відзначено роль її елементів у виборі майбутнього місця роботи тощо.

Під час сеансу індивідуального психологічного консультування клієнти розповідали про загальну економічну та політичну ситуацію в країні; наводили сумні дані офіційної статистики та кадрових Інтернет-порталів відносно рівня безробіття; кияни розповідали про переселенців з Автономної республіки Крим та східних регіонів держави, та що роботодавці начебто надають перевагу останнім при закритті оголошеної вакантної посади; в свою чергу вимушені переселенці жалілись, що не можуть знайти роботу, бо не мають постійного місця проживання тощо. Отже, зазвичай на початку консультаційної бесіди психолог-консультант мав опрацювати ці та подібні страхи клієнта, переструктурувати його внутрішній досвід, а потім безпосередньо формувати свідоме прагнення до адекватного потребам та установкам особистості вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Якщо розглядати особливості індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи з точки зору авторської *типології організаційної культури*, то слід зазначити, що прагнення особистості до певного типу культури залежить скоріш від віку особистості.

Наш аналіз показав, що молоді люди у віці до 29 років та клієнти від 30 до 39 років радше обиратимуть організаційну культуру майбутнього місця роботи з елементами типів «товариші» та «асоціація», рідше «сім'я» та зовсім рідко «партія». При цьому клієнти у віці від 30 до 39 років – зазвичай на піку власної кар'єри – нерідко обиратимуть тип культури «асоціація», що допоможе їм досягти значних професійних висот.

Особи середнього віку від 40 до 49 років часто націлені у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи на тип «сім'я», бо цінують турботливе ставлення до їх можливих проблем особистого характеру з боку керівництва організації. Хоча типи культур «товариші», «асоціація» та у меншому ступені «партія» також не позбавлені особливої привабливості при виборі у осіб у цьому віці.

Нарешті, більшість досліджуваних з категорії осіб у віці від 50 років і старше у процесі вибору організаційної культури майбутнього місця роботи керувались прагненням до спокійної, емоційно ненапруженої роботи, що є характерним у певній мірі для культур типу «асоціація», «товариші» та «сім'я».

Зазначені особливості психологічного консультування дозволяють констатувати, що хоча й існують певні загальні тенденції вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи, та все ж клієнти індивідуально підходили до процесу вибору роботи, що й проявлялось під час кожного сеансу. При цьому процес консультування безпосередньо спонукав клієнтів до самопізнання та саморозвитку, усвідомлення елементів адекватної основним потребам організаційної культури та наголошення на ролі особистості у виборі бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи.

3.4. Ефективність психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи

З метою виконання третього завдання формульованого етапу дослідження проаналізуємо ефективність проведеного індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

Слід відмітити, що зазвичай результати психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи мають виключно індивідуальний характер в силу власної специфіки, тому що залежать безпосередньо від самої особистості, її позитивної мотивації до процесу отримання психологічної допомоги, мотивації до змін та уявлень безпосередньо про феномен організаційної культури. Необхідно також враховувати, що не буває однакових клієнтів та відповідно консультаційних сеансів. При цьому на складність об'єктивної оцінки ефективності процесу психологічного консультування звертали увагу

як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники (зокрема, М. Бендюков [12], М. Бобкова та В. Гараєва [16], І. Малкіна-Пих [119] та ін.).

М. Бобкова та В. Гараєва [16] зазначали, що критерії ефективності консультаційного процесу лежать у чотирьох площинах: 1) професійні та особистісні характеристики психолога-консультанта; 2) індивідуально-психологічні характеристики клієнта; 3) особливості процесу взаємодії між психологом та клієнтом; 4) стійкість, тривалість та значимість змін у клієнта. Далі вони припускають, що визначення критерію ефективності залежить від підходу дослідника.

Враховуючи виключно індивідуальний підхід до кожного клієнта, створення контрольної групи було визнано недоцільним.

Наше узагальнення результатів численних психологічних досліджень сеансу індивідуального психологічного консультування показує, що **ефективність** процесу можна оцінити:

- за наявністю позитивних зрушень у житті клієнта за межами психологічного консультування [119; 137]. Так, наприклад, Г. Смольникова [90] результатами психологічної допомоги в соціальній сфері вважає відчуття цілісності клієнта, бачення ним перспективи, усвідомлення власних мотивів та бажань тощо;
- за суб'єктивним задоволенням клієнта [119; 137], що можна визначити також за показниками тестування [119; 137] або анкетування клієнта [12; 157];
- за точкою зору психолога-консультанта [119; 137].

У рамках нашого дослідження перший критерій зумовлено начебто лише адекватним вибором особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи. Хоча на практиці виявлення такого адекватного вибору, зробленого особистістю, передбачає лонгітюдне дослідження. Так, особистість має успішно пройти не лише випробувальний термін в організації, щоб попередньо впевнитись у власному виборі організаційної культури, але й працювати деякий час, аби найбільш повно зрозуміти

наявну організаційну культуру та своє місце в ній. Таким чином, лише з часом клієнт може усвідомити чи дійсно відповідав вибір організаційної культури майбутнього місця роботи його прагненням.

Визначення ефективності індивідуального психологічного консультування за точкою зору психолога-консультанта дуже суб'єктивне, на наш погляд. Хоча інколи це єдиний можливий фактор оцінки наданої психологічної допомоги після проведеного сеансу. Проте у нашому випадку здається також не дуже доречним, бо передбачає повне виключення з даного процесу клієнта, для якого подібний аналіз результатів психологічного консультування може сприяти, на наш погляд, подальшому особистісному росту.

Отже, поділяючи думки М. Бендюкова [12] та О. Щотки [157], пропонуємо визначення рівня суб'єктивного задоволення від сеансу індивідуального психологічного консультування за допомогою короткого письмового анкетування клієнта одразу після завершення процесу. Проте ми не виключаємо подальшу оцінку ефективності проведеного сеансу за точкою зору психолога-консультанта, що сприятиме більш повному аналізу ефективності проведеного індивідуального психологічного консультування особистості.

Таким чином, нами розроблено анкету для дослідження ефективності індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи (Додаток Т). Використання *авторської анкети* після закінчення процесу консультування дозволило клієнту замислитись над власними очікуваннями від індивідуального психологічного консультування та усвідомити емоційну складову процесу. Також анкетування показало оцінку клієнтом ролі психолога-консультанта, чи дійсно його допомога була необхідною у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи.

Заповнення клієнтом зазначеної анкети в середньому займало не більше 5 хвилин, тому за нашими спостереженнями виконання даного завдання не

викликало у клієнтів негативних почуттів: напруженості та марного витрачання часу.

Отримані результати показали, що в цілому клієнти позитивно оцінили проведений сеанс індивідуального психологічного консультування. Далі розглянемо результати анкетування докладніше.

Спочатку клієнти мали пригадати на що вони сподівались перед сеансом індивідуального психологічного консультування. В анкеті було запропоновано декілька варіантів відповідей та, як і для кожного наступного запитання, для зручності було передбачено рядок «Ваш варіант(-и)», де клієнти мали змогу висловити власні думки (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Сподівання клієнтів перед сеансом психологічного консультування
згідно результатів анкетування (у %)**

Сподівання клієнтів перед сеансом психологічного консультування	
психолог-консультант надасть психологічну підтримку	90.0
психолог-консультант допоможе дізнатись про себе щось нове	60.0
психолог-консультант допоможе знайти роботу	50.0
психолог-консультант зорієнтує на ринку праці	50.0
психолог-консультант навчить правильно поводитись під час співбесіди	50.0
психолог-консультант прочитає міні-лекцію на тему організаційної культури	50.0
психолог-консультант розповість про розмежування понять «організаційна» та «корпоративна» культури	25.0
психолог-консультант одразу запропонує на вибір декілька привабливих вакансій	10.0
психолог-консультант порекомендує приймати седативні (заспокійливі) препарати	10.0
психолог-консультант просто вислухає, пожаліє та погодиться, що Ви рухаєтесь у правильному напрямку	0.0

Як видно з наведених у таблиці 3.1 даних, переважна більшість клієнтів (90,0%) відповідала, що сподівались, що психолог-консультант надасть їм психологічну підтримку. Це дозволяє висловити припущення, що мотивація до індивідуального психологічного консультування у більшості випадків була позитивною.

При цьому більше половини клієнтів (60,0%) сподівались, що психолог-консультант допоможе дізнатись про себе щось нове у ході сеансу індивідуального психологічного консультування. Кожен другий (50,0%) очікував, що психолог-консультант допоможе знайти роботу, зорієнтує на ринку праці, навчить правильно поводитись під час співбесіди та прочитає міні-лекцію на тему організаційної культури. Хоча лише 25,0% клієнтів у процесі анкетування відмітили, що думали, що психолог-консультант розповість про розмежування понять «організаційна» та «корпоративна» культури. Нарешті, 10,0% клієнтів чомусь очікували, що психолог-консультант одразу запропонує на вибір декілька привабливих вакансій або взагалі порекомендує приймати седативні (заспокійливі) препарати.

За результатами анкетування виявилось, що жоден клієнт (0,0%) не думав перед консультуванням, що психолог-консультант просто вислухає, пожаліє та погодиться, що особистість рухається у правильному напрямку.

Таким чином, можна констатувати, що в цілому клієнти, в очікуванні сеансу індивідуального психологічного консультування були замотивовані на отримання психологічної допомоги у питанні адекватного вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Наступним кроком анкетування клієнти мали проаналізувати безпосередньо власні почуття у процесі індивідуального психологічного консультування (рис. 3.2).

Аналіз даних опитування, представлених на рис. 3.2, підтвердив, що процес індивідуального психологічного консультування переважно супроводжувався для клієнтів такими «позитивними почуттями» як довіра (100,0%), цікавість (90,0%), захоплення (70,0%) та бадьорість (60,0%).

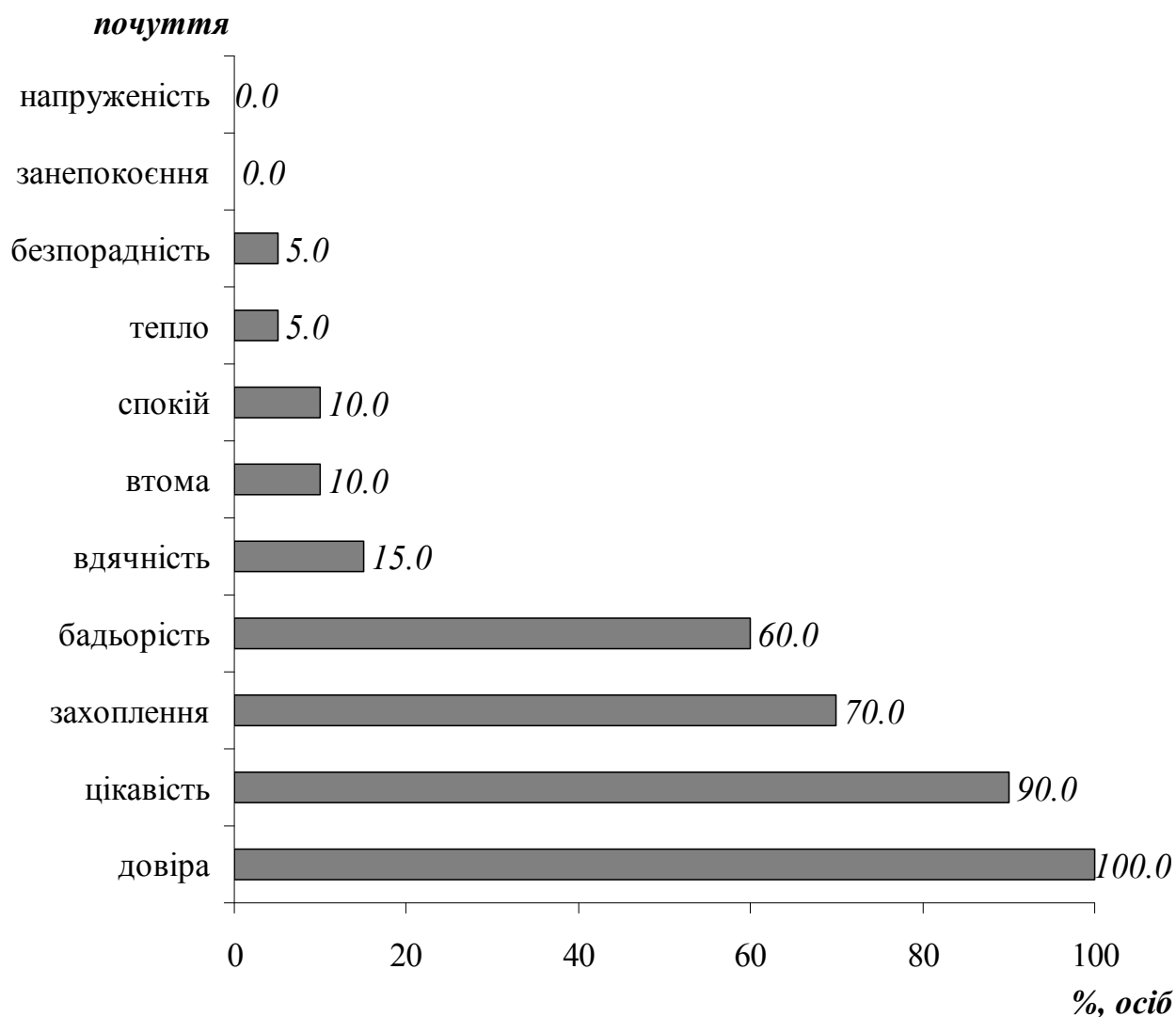


Рис. 3.2. Особливості розподілу почуттів клієнтів під час сеансу індивідуального психологічного консультування

Також необхідно зазначити, що у рядку «Ваш варіант(-и)» для цього питання деякі клієнти дописали, що відчували почуття вдячності (15,0%), спокою (10,0%) та тепла (мабуть, емоційного; 5,0%).

Ефективність проведеного сеансу індивідуального психологічного консультування можна підтвердити й низькими результатами вибору клієнтами в анкеті «негативних почуттів»: втоми (10,0%) та безпорадності (5,0%), а також відсутністю занепокоєння та напруженості (0,0%).

Наступні питання анкетування були спрямовані на дослідження загальної ефективності індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця

роботи. Так, клієнти мали проаналізувати власне сприйняття сеансу та вирішити чи готові вони рекомендувати родичам та знайомим, які обирають місце роботи, звертатись за допомогою до психолога-консультанта в майбутньому.

Отримані результати показали, що більшість клієнтів (90,0%) в цілому сприйняли процес психологічного консультування позитивно, тобто психолог-консультант компетентно допоміг переглянути їх погляди на питання вибору організаційної культури майбутнього місця роботи. Та при цьому клієнти (95,0%) будуть рекомендувати близьким звертатись за допомогою до психолога-консультанта, хоча й одна людина (5,0%) доповнила, що «буде рекомендувати, якщо будуть запитувати».

Нарешті, останнім пунктом нашої анкети пропонувалось залишити зауваження та пропозиції за бажанням.

Більше половини клієнтів (55,0%) залишили незаповненим даний пункт анкети.

Інші клієнти відмічали свій піднесений настрій: «Вірю, що тепер зможу обрати найкращу організаційну культуру!», «Завдяки Вам відчуваю сили шукати роботу далі». Зазначали відсутність зауважень: «Продовжуйте свою справу й надалі», «Все було добре» та просто «Нема, все ОК». Клієнти також виражали подяку психологу-консультанту: «Дякую, що запропонували прийти на консультацію!», «Щиро дякую!» та просто «Дякую!». Нарешті, повеселила жартівлива пропозиція одного клієнта: «Пропоную поставити зручне крісло або кушетку для нас».

Проаналізований матеріал дозволяє стверджувати, що зауважень у клієнтів не було, а пропозиції в основному зводились до вираження задоволення від сеансу індивідуального психологічного консультування.

Підводячи підсумки індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи, доречно додати, що за суб'єктивною *точкою зору психолога-консультанта* проведений сеанс дійсно позитивно вплинув на більшість

клієнтів (85,0%). Вважаємо, що процес психологічного консультування дозволив їм скласти адекватне уявлення про організаційну культуру та поглянути на неї як на чинник вибору власного майбутнього місця роботи.

На думку психолога-консультанта, сеанс індивідуального психологічного консультування спонукав особистість до подальшого самоаналізу та саморозвитку. У ході процесу психологічного консультування клієнти виявили для себе доцільність підготовки до вибору організаційної культури майбутнього місця роботи та замислились над формуванням попереднього уявлення й можливими індикаторами організаційної культури. Так, наприклад, один з клієнтів загадав собі «цікаве та корисне домашнє завдання», як він висловився, – подумати над питаннями стосовно існуючої організаційної культури, які було б доцільно задавати інтерв'юерам під час співбесід.

Загалом, на наш погляд, психолог-консультант допоміг клієнтам знизити рівень тривожності, пов'язаний з вибором майбутнього місця роботи в цілому, та знайти ресурси для відновлення звичних адаптаційних механізмів особистості. Клієнти мали змогу усвідомити внутрішні суперечності та зрозуміти які особливості домінуючого типу організаційної культури можуть задовольнити їхні основні потреби та будуть відповідати соціально-психологічним установкам у мотиваційно-потребовій сфері.

Слід також зауважити, що по завершенню сеансу індивідуального психологічного консультування багато клієнтів просили у психолога повну контактну інформацію (номер телефону, електронну пошту, skype, соціальні мережі тощо). Дехто пояснював своє прохання тим, що «у житті, як на довгій ниві – ніколи не знаєш коли що згодиться». Хтось казав, що буде рекомендувати психолога як кваліфікованого фахівця близьким та знайомим, тому й потрібні контакти. А дехто був невпевнений, що короткостроковий сеанс дійсно допоможе прийняти свідоме зважене рішення, тому запитували,

чи можуть вони телефонувати або виходити на зв'язок з психологом-консультантом у разі нагальної потреби. Зазвичай ми погоджувались надати додаткову контактну інформацію та пропонували психологічну допомогу клієнтам, якщо вона буде їм необхідною й надалі.

Підсумовуючи, необхідно відзначити, що дійсно деякі клієнти (або їх знайомі) телефонували та цікавились чи можуть отримати консультацію їхні родичі. Також з часом психолог-консультант мала декілька дзвінків – клієнти дякували та розповідали, що знайшли цікаве робоче місце з прийнятною організаційною культурою.

Та, нарешті, одна клієнтка (37 років) виходила на зв'язок аби прийняти наступне зважене рішення щодо майбутнього місця роботи. Справа в тому, що невдовзі після індивідуального психологічного консультування, вона прийняла пропозицію однієї організації, а через тиждень отримала пропозицію від іншої. Організаційна культура обох організацій мала як певні переваги, так і недоліки, тому жінка не могла зрозуміти для себе як діяти у такій ситуації – залишитись або піти працювати в інше місце.

Психолог-консультант запропонувала поспілкуватись телефоном через брак часу (клієнтка працювала на керівній посаді, з першого робочого дня отримала ведення масштабного проекту, тому часто працювала понаднормово). Таким чином, у даному випадку короткостроковий процес індивідуального психологічного консультування мав з часом продовження, але для надання психологічної допомоги вже у іншому форматі та з іншого питання – вибору організаційної культури існуючого або майбутнього місця роботи.

У цілому результати формувального експерименту підтвердили висловлену на початку гіпотезу про те, що застосування спеціальної моделі індивідуального психологічного консультування може сприяти більш адекватному вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Висновки до розділу 3

1. Вибір організаційної культури майбутнього місця роботи передбачає активність самої особистості, врахування її основних потреб та соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері.

2. У контексті нашого дослідження *психологічне консультування* – це психологічна допомога, що сприяє усвідомленню особистістю ступеню задоволення актуальних базових потреб та соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері з метою розуміння власних прагнень та подальшого вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

3. *Модель індивідуального психологічного консультування особистості* як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи включає такі компоненти як мотиваційний, когнітивно-смісловий, операційно-технологічний, особистісний та організаційний. Дана модель розглядає на практиці індивідуальне психологічне консультування як системний процес, де кожен компонент взаємодоповнює інший.

3.1. *Мотиваційний компонент* моделі передбачає, по-перше, що мотивація особистості до психологічного консультування має бути позитивною. По-друге, виділення даного компонента в моделі зумовлено необхідністю підвищення позитивної мотивації клієнта до свідомого вибору організаційної культури майбутнього місця роботи.

3.2. Відповідно до *когнітивно-сміслового компоненту* моделі суб'єктом запиту психологічного консультування виступає особистість, яка обирає організаційну культуру майбутнього місця роботи. У контексті нашого дослідження під запитом розуміється адекватний вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

3.3. Згідно *операційно-технологічного компоненту* моделі пропонуємо проводити психологічне консультування згідно загальноприйнятих етичних принципів психологічного консультування, основних положень гуманістичного напрямку в психології та використовувати інтегративний

підхід. Доцільно використовувати наступні прийоми психологічного консультування: закриті та відкриті запитання, заохочення, підтримка, перефразування, інтерпретація, узагальнення, інформаційне повідомлення, саморозкриття, конфронтація, парадоксальна реакція та концентрація.

3.4. *Особистісний компонент* моделі передбачає особливу увагу до особистості як психолога-консультанта, його індивідуально-психологічних якостей, професійних знань та навичок.

3.5. *Організаційний компонент* моделі регламентує безпосередньо сеанс психологічного консультування особистості – організацію робочого місця психолога-консультанта та рекомендовану поетапну модель сеансу.

4. Результати психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи мають виключно індивідуальний характер в силу власної специфіки, тому що залежать безпосередньо від самої особистості, її позитивної мотивації до процесу психологічної допомоги, мотивації до змін та уявлень безпосередньо про феномен організаційної культури.

5. Рівень суб'єктивного задоволення від процесу індивідуального психологічного консультування виявлений за допомогою авторської анкети одразу після завершення сеансу показав, що в цілому клієнти позитивно оцінили проведений сеанс індивідуального психологічного консультування та роль психолога-консультанта. Згідно точки зору психолога-консультанта сеанси консультування спонукали особистість до подальшого самоаналізу та саморозвитку; усвідомлення внутрішніх суперечностей; пошуку ресурсів для відновлення звичних адаптаційних механізмів; в цілому скласти адекватне уявлення про організаційну культуру та поглянути на неї як на чинник вибору власного майбутнього місця роботи.

6. Отримані результати формувального експерименту можуть бути використані керівниками та психологами організацій при реформуванні організаційної культури з метою підвищення привабливості організації для потенційних співробітників; психологами-консультантами при

психологічному консультуванні особистості як суб'єкта вибору майбутнього місця роботи; методистами та викладачами вищих навчальних закладів при підготовці занять та розробці підручників та інших навчальних матеріалів за тематикою «індивідуального психологічного консультування», «організаційної культури» та «вибору майбутнього місця роботи» для підвищення ефективності навчання та поглибленого вивчення навчального матеріалу.

Зміст розділу 3 відображений у наступних публікаціях автора:

1. Станіславська М. В. Психологічне консультування як допомога особистості у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2012. – Вип. 34. – С. 306–311.

2. Станіславська М. В. Модель психологічного консультування для сприяння успішного вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Психологія організаційного розвитку сучасних організацій в сфері освіти, промисловості та бізнесу : тези VIII Міжнар. конф. з організаційної та економічної психології, (4–6 жовт. 2012 р., м. Алчевськ) / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Алчевськ : ДонДТУ ; Центр планування кар'єри, 2012. – С. 78–79.

3. Станіславська М. В. Особливості процесу психологічного консультування для сприяння успішного вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи розвитку : тези X Ювілейної Міжнар. наук.-практ. конф. з організаційної та економічної психології (Київ, 24–25 квіт. 2014 р.) / за наук. ред.: С. Д. Максименка,

Л. М. Карамушки, М. С. Корольчука. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С. 141–142.

4. Станіславська М. В. Поетапна модель процесу індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол.: С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. / за ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2014. – Вип. 41. – С. 51–55.

5. Станіславська М. В. Дослідження ефективності індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні : тези II Всеукр. конгр. з організаційної та економічної психології (28–30 трав. 2015 р., м. Кам'янець-Подільський) / за наук. ред.: С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. ; Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2015. – С. 98–99.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. *Організаційна культура* у рамках раціонально-прагматичного підходу до тлумачення поняття являє собою атрибут організації, що включає такі основні елементи: імідж, систему менеджменту, формальні й неформальні цінності та переконання організації, а також культури особистостей.

Основні елементи організаційної культури знаходять відображення в «базових» показниках організаційної культури, які стосуються «роботи», «комунікації», «управління», «мотивації і моралі». При цьому суттєвим є врахування такої характеристики як *сила організаційної культури*, яка свідчить про те, наскільки співробітники організації поділяють цінності, переконання та інші елементи організаційної культури.

2. *Особистість* є носієм власних уявлень про організаційну культуру. Серед *особистісних характеристик*, що впливають на вибір організаційної культури майбутнього місця роботи, важливу роль відіграє ступінь задоволеності основних потреб та вираженість соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері особистості.

3. З урахуванням сутності аналізу організаційної культури як чинника вибору особистістю, побудовано авторська *типологія організаційної культури*, в рамках якої виділено такі типи: «сім'я», «товариші», «партія» та «асоціація». Запропонована типологія побудована на основі таких узагальнених критеріїв як психологічна атмосфера, розподіл влади та вид рекрутингу в організації.

4. Згідно теоретичної *моделі вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи*, вибір особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи розглядається як багатоетапний процес. Запропоновано розпочинати акт вибору з етапу загальної оцінки ситуації. На другому етапі доцільно проаналізувати потреби та соціально-психологічні установки, дослідити досягнення й обмеження, визначити перспективи

розвитку. Третім етапом пропонується визначення змістовних пріоритетів у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи. Згідно четвертого етапу особистість має аналізувати ринок праці та шукати відповідні вакансії згідно визначених пріоритетів. На п'ятому етапі відбувається виявлення елементів домінуючого типу організаційної культури. Шостий етап – це безпосередньо вибір особистістю організаційної культури та прийняття відповідальності за власний вибір. На сьомому етапі особистість розпочинає роботу в організації та оцінює правильність зробленого вибору. Нарешті, восьмий етап передбачає здійснення нового вибору організаційної культури у випадку незадоволення попереднім вибором.

5. Результати *констатуючого етапу дослідження* показали, що переважна більшість респондентів намагатиметься обирати організаційну культуру майбутнього місця роботи, яка б задовольнила їхні основні потреби та відповідала соціально-психологічним установкам у мотиваційно-потребовій сфері.

6. Визначено, що переважна більшість респондентів очікуватиме на загальну позитивну спрямованість показників бажаного рівня організаційної культури майбутнього місця роботи, а також достатньо сильну організаційну культуру майбутнього місця роботи.

7. Констатовано, що вік особистості особливо впливає на вибір рівня комунікації, мотивації й моралі, індексу бажаної організаційної культури майбутнього місця роботи, а також сили організаційної культури. Стать особистості впливає на вибір таких показників рівня організаційної культури майбутнього місця роботи як комунікації, управління, мотивація й мораль, а також на силу організаційної культури майбутнього місця роботи.

8. Встановлено, що в залежності від ступеню задоволеності потреб у безпеці, у визнанні та соціальних потреб, від рівня вираженості таких соціально-психологічних установок у мотиваційно-потребовій сфері як орієнтація на «процес», «результат», «альтруїзм», «праця», «влада» та

«гроші» особистість може обирати певний домінуючий тип організаційної культури майбутнього місця роботи.

9. *Модель індивідуального психологічного консультування* особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи включає такі компоненти: мотиваційний, когнітивно-смісловий, операційно-технологічний, особистісний та організаційний. Дана модель розглядає на практиці індивідуальне психологічне консультування як системний процес, де кожен компонент взаємодоповнює інший.

10. Результати *формульованого експерименту* підтвердили висунуту гіпотезу, що застосування спеціальної практичної *моделі індивідуального психологічного консультування* сприяє адекватному вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи.

Дисертаційне дослідження відкриває *перспективи* для подальшого вивчення проблеми організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи. Автор вбачає їх в подальшому дослідженні вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи відповідно до інших особистісних характеристик (мотивів професійної діяльності, здібностей, темпераменту, характеру та ін.).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксеновская Л. Н. Ордерная концепция организационной культуры: вопросы методологии : [В 3 кн.] / Л. Н. Аксеновская. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2005. – Кн. II. – 348 с.
2. Алексеева А. В. Гендерні аспекти політики зайнятості / А. В. Алексеева // Ринок праці та зайнятість населення : наук.-вироб. журн. / Ін-т підготовки кадрів держ. служби зайнятості України. – Київ, 2014. – №. 4 (41). – С. 34-38.
3. Андреева И. В. Организационное поведение / И. В. Андреева, В. А. Спивак. – СПб. : Издательский дом «Нева», 2003. – 224 с.
4. Андрусенко Т. Организационная культура в контексте управления знаниями / Татьяна Андрусенко // Корпоративные системы. – 2006. – №5. – С. 42-44.
5. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3(93). – С. 64-72.
6. Антопольская Т. А. Организационная культура как системообразующая доминанта социокультурного пространства образовательного учреждения // Т. А. Антопольская // Научные материалы V Съезда Общероссийской общественной организации «Российское психологическое общество» (Москва, 14–18 февраля 2012 года). – М., 2012. – С. 90-91. – Том II.
7. Антопольская Т. А. Организационная культура учреждения дополнительного образования детей : теория и практика развития : [монография] / Т. А. Антопольская. – М. : УМК «Психология» : Изд-во Кур. гос. ун-та, 2009. – 315 с.
8. Базелюк В. Г. Шляхи формування організаційної культури ЗНЗ [Електронний ресурс] / В. Г. Базелюк // Теорія та методика управління освітою, 2010. – №3. – Режим доступу до журн. : <http://tme.umo.edu.ua/docs/3/10bazocs.pdf>.

9. Балл Г. О. Феномен вибору в контексті соціальної поведінки / Г. О. Балл // Соціальна психологія. – 2005. – №. 1. – С. 3-13.
10. Башук Т. О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т. О. Башук, А. М. Жолудева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми, 2011. – № 2. – С. 179-184.
11. Белова Л. И. К вопросу об организационной культуре университета / Л. И. Белова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2006. – №17 (72). – С. 217-218. – Серия : Социально-гуманитарные науки.
12. Бендюков М. А. Исследование эффективности индивидуального психологического профконсультирования безработных в службе занятости / М. А. Бендюков // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2008. – №81. – С. 198-208.
13. Бенеш Г. Психологія: dtv-Atlas : Довідник : [Пер. з нім.] / Г. Бенеш ; Наук. ред. пер. В. О. Васютинський ; худож. Г. і К. Заальфельд. – К. : Знання-Прес, 2007. – 510 с.
14. Биндман А. В. Организационная культура предприятий ГЭТ / А. В. Биндман // Проблемы современной психологии: теория, практика, эксперимент : материалы юбилейной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 40-летию кафедры психологии (кафедры психологии). – Саратов : ИЦ «Наука», 2012. – С. 22-23.
15. Бисвас С. Руководство по управленческому консалтингу / Сугата Бисвас, Дэрил Твитчелл. : [Пер. с англ.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 288с.
16. Бобкова М. Г. Критерии эффективности психологического консультирования / Марина Геннадьевна Бобкова, Вера Владимировна Гараева // Вестник Тюменского государственного университета. – 2011. – №9. – С.248-255.
17. Богдан Н. Н. Взаимосвязь организационной культуры вуза и качества профессионального образования / Н. Н. Богдан, И. Ю. Парфенова // Университетское управление. – Екатеринбург, 2010. – № 4. – С. 18-27.

18. Бондарчук О. І. Експериментальна психологія : [курс лекцій] / О. І. Бондарчук – К.: МАУП, 2003. – 120 с.
19. Бочелюк В. В. Соціально-психологічні підходи до вивчення ціннісних орієнтацій особистості / В. В. Бочелюк // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені ГС Сковороди. Психологія. – 2012. – №. 44 (2). – С. 28-37.
20. Бочелюк В. Й. Психологічні особливості прогнозування поведінки особистості / В. Й. Бочелюк // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія. – 2011. – №. 38. – С. 17-24.
21. Бочелюк В. Й. Соціально-психологічні основи інтегративності студентської групи / В. Й. Бочелюк // Вісник Одеського національного університету. Серія: Психологія. – 2014. – №. 19, Вип. 3. – С. 7-16.
22. Бреусенко-Кузнецов А. А. Теории личности: зарубежный опыт теоретизации : [курс лекций] / А. А. Бреусенко-Кузнецов. – К. : Миллениум, 2008. – 442 с.
23. Броницький О. М. Організаційна культура як інструмент підвищення ефективності функціонування ринкової системи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.01.01 Економічна теорія / О. М. Броницький. – Х. : 2003. – 23 с.
24. Бурмыкина И. В. Социальные детерминанты управления формированием социально-технологической культуры современного менеджера / И. В. Бурмыкина // Научные ведомости БелГУ, том 8. – 2009. – №8. – С.64–71. – (Серия: Философия. Социология. Право.).
25. Бусыгин О. В. Организационная и корпоративная культура промышленного предприятия: проблема диагностики в процессе управления : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. соц. наук : спец. 22.00.08 – социология управления / О. В. Бусыгин. – Нижний Новгород, 2011. – 29 с.
26. Бусыгина И. С. Корпоративность как основание безопасности организации / И. С. Бусыгина // Вестник Московского университета. – М., 2011. – №4 – С. 43-52. – Серия 14. Психология.

27. Бышляго С. А. Организационное консультирование : [учеб. пособие] / Сергей Анатольевич Бышляго. – Иркутск : Иркут. ун-т, 2005. – 84 с.
28. Бьюдженталь Д. Наука быть живым: Диалоги между терапевтом и пациентами в гуманистической терапии / Д. Бьюдженталь/ Пер. с англ. А. Б. Фенько. – М. : Независимая фирма «Класс», 1998. – 336 с.
29. Валетов Д. М. Проблеми молодіжного безробіття в сучасній Україні / Д. М. Валетов, С. Е. Саржан // Вісник ДонДУЕТ / [ред. кол. : О. О. Шубін (гол. ред.) та ін.]. – Донецьк, 2007. – №2 (34). – С. 138-142. – Серія «Гуманітарні науки».
30. Варій М. Й. Психологія особистості: [Навч. пос.] / М. Й. Варій. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 592 с.
31. Вербняк П. Идеальная компания: преимущества хорошей корпоративной культуры / Павел Вербняк. – 2012. – [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/management/people/ideal.shtml>.
32. Веснин В. Р. Теория организации в схемах : [учебное пособие] / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2008. – 128 с.
33. Виханский О. С. Менеджмент : [учебник] / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Экономистъ, 2006. – 670 с.
34. Вінс В. А. Екзистенційний вибір особистості в практичній діяльності психолога-консультанта / В. А. Вінс // Міжнародний науковий форум : соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент . – 2012. – Вип. 9. – С. 157-164.
35. Власова Е. Ф. Корпоративная культура как фактор социальной адаптации новых работников / Е. Ф. Власова // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. Секция 16. Социология культуры. – М. : Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008. – 2 с.
36. Власова Е. Ф. Корпоративная культура как фактор социальной адаптации новых работников : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. соц. наук : спец. 22.00.06 – Социология культуры / Е. Ф. Власова. – Екатеринбург, 2010. – 21 с.

37. Власова О. І. Соціальна психологія організацій та управління / О. І. Власова, Ю. В. Никоненко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 398 с.
38. Вольвач В. Г. Организационная культура в контексте теории социальных систем / Владимир Вольвач // Омский научный вестник.– 2009. – №5 (81). – С. 77–81. – Серия : Общество. История. Современность.
39. Галкина Т. П. Социология управления: от группы к команде / Т. П. Галкина. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 224 с.
40. Гапонова О. С. Оценка мотивационного аспекта формирования корпоративной культуры организации / О. С. Гапонова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №32 (239). – С. 43-50.
41. Герольд К. Уходим в отрыв. Построение эффективной компании / Кэмерон Герольд ; пер. англ. И. Матвевой. – 2-ое изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.
42. Гордієнко В. І. Аналіз методів дослідження організаційної культури професійно-освітніх середовищ / В. І. Гордієнко // Наукові записки НаУКМА. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2005. – №11. – Том 47 : Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – С. 60-67.
43. Грабс-Уэст Л. Сотрудники на всю жизнь : Уроки лояльности от Southwest Airlines / Лорейн Грабс-Уэст ; [пер. с англ. П. В. Миронова и А. В. Камеко]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 128 с.
44. Грамма О. В. Психологічне консультування як чинник успішності працевлаштування безробітних / О. В. Грамма // Психологія праці та управління. Психологічна підтримка і допомога безробітним на ринку праці : зб. матеріалів X наук. практ. конф. (Київ, 14 березня 2014 р.) / [відп. ред. О. В. Киричук; упоряд. Г.А. Пріб, О. П. Смирнова, В. Ф. Колесникова та ін.]. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – С. 72-80.
45. Гуревич К. М. Дифференциальная психология и психодиагностика. Избранные труды / К. М. Гуревич. – СПб. : Питер, 2008. – 336 с. – (Серия «Мастера психологии»).

46. Гуревич П. С. Культурология : [Учебник для вузов] / П. С. Гуревич. – М. : Проект, 2003. – с. 336.
47. Гурская С. П. Характеристика структурных элементов ситуации выбора / С. П. Гурская // Вестник ЮУрГУ / Н. А. Батурин (отв. редактор). – Челябинск, 2012. – №45. – С. 4-11. – Серия : Психология.
48. Демидова Т. Е. Организационная культура как психологический фактор карьерных ориентаций личности / Т. Е. Демидова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2010. – №. 125. – С. 22-27.
49. Демчук О. Н. Теория организации : [учеб. пособие] / О. Н. Демчук, Т. А. Ефремова. – М. : Флинта: МПСИ, 2009. – 264 с.
50. Дикусарова М. Ю. Типология организационной культуры: опыт классификации / Марина Юрьевна Дикусарова // Инновационные процессы и корпоративное управление : сборник статей III Междунар. заоч. науч.-практич. конф., 1–15 марта 2011 г., Минск. В 2 ч. Ч. 1 / Бел. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий / редколл. : В. В. Апанасович (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Национальная библиотека Беларуси, 2011. – С. 144-152.
51. Дружинина Ю. В. Время как элемент организационной культуры / Ю. В. Дружинина // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – №318. – С. 59-61.
52. Дуткевич Т. В. Рефлексивно-історичний підхід у формуванні організаційної культури вищого навчального закладу / Т. В. Дуткевич // Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / За ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. – 2011. – Вип. 14. – С. 273-282.
53. Евтихов О. В. Психология управления персоналом : теория и практика / О. В. Евтихов. – СПб. : Речь, 2010. – 319 с.
54. Економічна енциклопедія : У трьох томах. Т. 1 / [Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.] – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.

55. Економічна енциклопедія : У трьох томах. Т. 2 / [Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
56. Ермалович Л. П. Совершенствование корпоративной культуры организации / Л. П. Ермалович // Медико-социальная экология личности: состояние и перспективы: Материалы X Междунар. конф., 6–7 апр. 2012 г., Минск / редкол.: В. А. Прокашева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2012. – С. 278-280.
57. Ермолаев В. В. Аксиологический аспект организационной культуры / В. В. Ермолаев, Ю. А. Кравцова // Вестник Воронежского института МВД России. – 2007. – №3. – С.77-79.
58. Житник О. В. Психологічні чинники мотивації вибору особистістю нової роботи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / О. В. Житник. – К., 2004. – 15 с.
59. Захарова Т. И. Социология и психология управления : [учебно-методический комплекс] / Т. И. Захарова, Д. Е. Стюрина. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 200 с.
60. Захарчин Г. М. Формування і розвиток організаційної культури машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д. екон. наук : спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (машинобудування та приладобудування) / Г. М. Захарчин. – Львів, 2010. – 48 с.
61. Зеленова О. И. Организационная культура и лидерство в мультинациональных организациях : [Учеб. пособие] / О. И. Зеленова, К. В. Зиньковский. – М. : РУДН, 2008. – 134 с.
62. Зигаленко А. Б. Организационная культура – инструмент повышения эффективности предпринимательской деятельности вуза / А. Б. Зигаленко // Третья Международная ежегодная научно-практическая конференция преподавателей [«Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе»] : материалы научно-практической конференции (28–29 октября 2009 г.) / Под ред. Е. В. Ожгибесовой. – Пермь : АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2009. – С. 98-100.

63. Зінов'єв Ф. В. Сутність і складові організаційної культури підприємства / Ф. В. Зінов'єв, Д. В. Брустінов, Я. І. Пижинський // Держава та регіони. – 2010. – Вип. 3. – С. 46–50. – Серія : Економіка та підприємництво.

64. Знак К. О. Порівняльний аналіз методичних підходів до діагностування корпоративної культури та перспективи їх використання на підприємствах машинобудівної галузі / К. О. Знак // Бізнес Інформ. – Харків, 2012. – №. 11. – С. 270-272.

65. Зотов В. М. Українська та зарубіжна культура. Словник культурологічних термінів : [навч. посіб.] / В. М. Зотов, А. В. Клімачова та В. О. Таран. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 264 с.

66. Зродников А. В. Механизмы формирования, воспроизводства и изменения организационной культуры: социологический аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. соц. наук : спец. 22.00.08 Социология управления / А. В. Зродников. – Нижний Новгород : 2007. – с. 24.

67. Иванов М. А. Организация как ваш инструмент : Российский менталитет и практика бизнеса / М. А. Иванов, Д. М. Шустерман – [3-е изд.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 392 с.

68. Иванова С. В. Кандидат, новичок, сотрудник. Инструменты управления персоналом, которые реально работают на практике / С. В. Иванова. – [2-е издание.] – М. : Эксмо, 2008. – 304 с. – (HR-библиотека).

69. Иванова Т. Ю. Теория организации / Т. Ю. Иванова, В. И. Приходько. – СПб. : Питер, 2004. – 269 с.

70. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2011. – 512 с. – (Серия «Мастера психологии»).

71. Исопескуль О. Ю. К вопросу об определении категории «культура предприятия» / О. Ю. Исопескуль // Вестник Пермского государственного технического университета. Социально-экономические науки. – Пермь, 2010. – №5(24). – С.29-39.

72. Исопескуль О. Ю. Специфика осуществления коммуникативного процесса в рамках различных типов культуры предприятия / О. Ю. Исопескуль // Известия ИГЭА. – 2009. – №2 (64). – С. 81-85.

73. Истратова О.Н. Справочник психолога-консультанта организации / О. Н. Истратова, Т. В. Эксакусто. — Изд. 2-е. — Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 638 с.

74. Іщук О. В. Науково-теоретичні підходи до вивчення феномена організаційної культури. / О. В. Іщук // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей / НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології; [редакційна рада: М. М. Слюсаревський (голова), В. Г. Кремень, С. Д. Максименко та ін.]. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 28 (31). – 356 с. – С. 201-212.

75. Іщук О. В. Організаційна культура вищого навчального закладу як чинник професійної соціалізації / О. В. Іщук // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Том I. / [голов. ред. М. О. Носко]. – Чернігів, 2010. – Випуск 82. – С. 195-199. – (Серія : психологічні науки).

76. Іщук О. В. Проблема визначення організаційної культури вищого навчального закладу у психологічній науці / О. В. Іщук // Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу: тези ІХ Міжнародної конференції з організаційної та економічної психології Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (30 травня – 31 травня 2013 року, м. Київ) / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ДонДТУ, 2013. – С.48-49.

77. Калініченко Т. І. Формування та розвиток організаційної культури агропромислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Т. І. Калініченко ; Міжнар. ун-т бізнесу та права. — Херсон, 2010. — 20 с.

78. Камерон К. С. Диагностика и измерение организационной культуры : [пер. с англ.] / К. С. Камерон, Р. Э. Куинн ; под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.

79. Канеман Д. Рациональный выбор, ценности и фреймы / Д. Канеман, А. Тверски // Психологический журнал. – М., 2003. – Т. 24. – № 4. – С. 31-42.

80. Карамушка Л. М. Комплекс методик для дослідження особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / Л. М. Карамушка, М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 33. – С. 61-66.

81. Карамушка Л. М. Особливості основних потреб особистості при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи / Л. М. Карамушка, М. В. Станіславська // Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу: тези ІХ Міжнародної конференції з організаційної та економічної психології Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (30 травня – 31 травня 2013 року, м. Київ) / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ДонДТУ, 2013. – С. 88-90.

82. Карамушка Л. М. Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств) : [Навчальний посібник] / Л. М. Карамушка, І. І. Сняданко. – К.-Львів : Край, 2010. – 212 с.

83. Карамушка Л. М. Роль організаційної культури в діяльності сучасних організацій: аналіз основних підходів / Л. М. Карамушка, В. І. Лагодзінська, В. М. Івкін, О. С. Ковальчук // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 38. – С. 225-229.

84. Карамушка Л. М. Структура організаційної культури: основні напрямки дослідження / Л. М. Карамушка // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 37. – С. 3-6.

85. Карандашев В. Н. Концепция ценностей культуры Ш. Шварца / В. Н. Карандашев // Вопросы психологии. – 2009. – №1. – С. 81-93.

86. Кириченко В. В. Особистісні особливості уявлення працівників про організаційну культуру підприємства в умовах конкурентного середовища / В. В. Кириченко // Вісник Дніпропетровського університету економіки та права імені Альфреда Нобеля. – Дніпропетровськ, 2011. – №1(1). – С. 109-116. – Серія «Педагогіка і психологія».

87. Клоков Ю. А. Корпоративная культура персонала в предпринимательстве / Ю. А. Клоков // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. – 2009. – №3. – С.87-92.

88. Кобченко В. В. Організація та проведення профконсультаційної бесіди з безробітними / В. В. Кобченко // Актуальні проблеми професійної орієнтації та професійного навчання населення в умовах соціально-економічної нестабільності : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2014 р., м. Київ) : у 2 ч. – Ч. 1 / уклад. : Л. М. Капченко, С.О. Тарасюк, Л.Г. Авдєєв та ін. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – С. 73-78.

89. Колесникова В. Ф. Мотиваційні чинники поведінкових стратегій безробітних на активний пошук роботи / В. Ф. Колесникова // Психологія праці та управління. Психологічна підтримка і допомога безробітним на ринку праці : зб. матеріалів X наук. практ. конф. (Київ, 14 березня 2014 р.) / [відп. ред. О. В. Киричук; упоряд. Г. А. Пріб, О. П. Смирнова, В. Ф. Колесникова та ін.]. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – С. 149-162.

90. Консультативна психологія : [підручник] / І. С. Булах, І. М. Бушай, В. У. Кузьменко, Е. О. Помиткін [та ін.]. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2014. – 484 с.

91. Концептуальні засади і методика глибинної психокорекції: Підготовка психолога-практика : [Навч. посіб.] / Т. С. Яценко, Б. Б. Іваненко, С. М. Аврамченко та ін.; За ред. Т.С. Яценко. – К. : Вища шк., 2008. – 342 с.
92. Коробкова Ю. Е. Философия : [конспект лекций] / Ю. Е. Коробкова – М.: МИЭМП, 2005. – 118 с.
93. Коровина О. Ю. Организационная культура в сфере образования : Методические материалы в помощь слушателям курсов повышения квалификации / [Науч. ред. А. В. Золотарева]. – Вологда : Издательский центр ВИРО, 2006. – 64 с.
94. Королева Л. А. Обеспечение экономической безопасности предприятия на основе развития его организационной культуры : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономическая безопасность; менеджмент / Л. А. Королева. – Ростов-на-Дону : 2011. – с. 31.
95. Король О. Ф. Духовно-моральний аспект організаційної поведінки / О. Ф. Король // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. 12, частина 3 : Проблеми загальної та педагогічної психології – Київ, 2010. – С. 231-238.
96. Коршиков Я. А. Здоровый образ жизни как аспект организационной культуры / Я. А. Коршиков // Проблемы современной психологии: теория, практика, эксперимент : материалы юбилейной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 40-летию кафедры психологии (кафедры психологии). – Саратов : ИЦ «Наука», 2012. – С. 29-31.
97. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : [экспресс-курс. 2-е изд.] / [Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с. – (Серия «Деловой бестселлер»).
98. Кошельник В. М. Сутність та значення організаційної культури у системі управління підприємством в умовах транзитивної економіки / В. М. Кошельник // Вісник Чернівецького торговельно-економічного

інституту. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. – Вип. 3 (43). – С. 263-269. – Серія: Економічні науки.

99. Кравцова Ю. А. Организационная культура и социальная адаптация / Ю. А. Кравцова // Вестник Воронежского института МВД России. – 2007. – №2. – С. 107-108.

100. Кравченко А. И. Социология управления: фундаментальный курс : [Учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / А. И. Кравченко, И. О. Тюрина. – [2-е изд., испр. и доп.] – М. : Академический Проект, 2005. – 1136 с. – («Gaudeamus»).

101. Красовский Ю. Д. Организационное поведение : [учеб. пособие для вузов] / Ю. Д. Красовский. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 511 с.

102. Красовский Ю. Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации»] / Ю. Д. Красовский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 391 с.

103. Креденцер О. В. Теоретичний аналіз типологій організаційної культури / О. В. Креденцер // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 37. – С. 17-21.

104. Крысько В. Г. Социальная психология : [курс лекций] / Владимир Гаврилович Крысько. – [3-е изд.] – М. : Омега-Л, 2006. – 352 с. – (Библиотека высшей школы.)

105. Культурология : [учебное пособие] / [Под редакцией Н. Н. Фоминой, З. О. Джалиашвили, Н. О. Свечниковой] – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2008. – 483 с.

106. Культурологія : [конспект лекцій] / [Автор-укладач О. М. Ізваріна]. – Донецьк : Донецьк. ін-т турист. бізнесу, 2004. – 126 с.

107. Культурологія: теорія та історія культури : [Навч. посіб. / за ред. І. І. Тюрменко]. – [видання 3-тє, перероб. та доп.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 370 с.

108. Кумкин А. Н. Психология управления : [Учеб. пособие] / А. Н. Кумкин, М. В. Косцова. – Севастополь : СКУЯЭиП, 2007. – 96 с.

109. Кучменко Е. М. Психолого-управлінський менеджмент та організаційна культура / Е. М. Кучменко, О. Б. Кучменко // Психологія праці та управління. Психологічна підтримка і допомога безробітним на ринку праці : зб. матеріалів Х наук. практ. конф. (Київ, 14 березня 2014 р.) / [відп. ред. О. В. Киричук; упоряд. Г. А. Приб, О. П. Смирнова, В. Ф. Колесникова та ін.]. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – С. 128-138.

110. Ладанов И. Д. Практический менеджмент. Психотеника управления и самотренировки / Иван Дмитриевич Ладанов. – М. : Издательство «Корпоративные стратегии», 2004. – 496 с.

111. Леонтьев Д. А. Выбор как деятельность: личностные детерминанты и возможности формирования / Д. А. Леонтьев, Н. В. Пилипко // Вопросы психологии. – 1995. – №1. – С. 97-110.

112. Липатов С. А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики / С. А. Липатов // Вестник Московского университета. – 1997. – №4. – С. 55–65. – (Серия 14. Психология.).

113. Ложкін Г. В. Психологія праці : [навч. посібник] / Г. В. Ложкін, Н. Ю. Волянчук, О. О. Солтис ; за заг. ред. Г. В. Ложкіна. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 191 с.

114. Лупандин В. И. Математические методы в психологии : [учеб. пособ.] / В. И. Лупандин. – Екатеринбург : изд-во Уральского ун-та, 2009. – 175 с.

115. Майклз Э. Война за таланты / Э. Майклз, Х. Хэндфилд-Джонс, Э. Экселрод ; [пер. с англ. Ю. Е. Корнилович]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 272 с.

116. Макгофф К. Искусство управлять. 46 ключевых принципов и инструментов руководителя / Крис Макгофф ; пер с англ. А. Ткачева. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 276 с.

117. Максименко С. Д. Загальна психологія : [видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник] / С. Д. Максименко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 272 с.

118. Маленко С. А. Бессознательные механизмы формирования современной корпоративной культуры / С. А. Маленко // Третья Международная ежегодная научно-практическая конференция преподавателей [«Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе»] : материалы научно-практической конференции (28–29 октября 2009 г.) / Под ред. Е. В. Ожгибесовой – Пермь : АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2009. – С. 575-577.

119. Малкина-Пых И. Г. Справочник практического психолога / И. Г. Малкина-Пых. – М. : Издательство «Эксмо», 2010. – 848 с.

120. Малкова С. В. Основные компоненты организационной культуры в образовательном учреждении «Пермский государственный профессионально-педагогический колледж» / С. В. Малкова // Третья Международная ежегодная научно-практическая конференция преподавателей [«Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе»] : материалы научно-практической конференции (28–29 октября 2009 г.) / Под ред. Е. В. Ожгибесовой – Пермь : АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2009. – С. 132-134.

121. Малхазов О. Р. Психологія праці : [Навч. посіб.] / О. Р. Малхазов – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 208 с.

122. Мандрикова Е. Ю. Виды личностного выбора и их индивидуально-психологические предпосылки : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологи» / Е. Ю. Мандрикова. – М., 2006. – 27 с.

123. Маркина Е. Г. Система социальной поддержки студентов как компонент корпоративной культуры вуза / Е. Г. Маркина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2007. – №4. – С. 33-39.

124. Марценюк М. О. Проблеми надання психологічної допомоги в рамках психологічного консультування / М. О. Марценюк // Проблеми сучасної психології : Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. – 2011. – Вип. 12. – С. 653-666.

125. Мастерство психологического консультирования / Под ред. А. А. Бадхена, А. М. Родиной. – СПб. : Речь, 2007. – 240 с.

126. Мацумото Д. Психология и культура / Д. Мацумото. – СПб. : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002. – 416 с. – (Серия «Психологическая энциклопедия»).

127. Машков В. Н. Практика психологического обеспечения руководства, управления, менеджмента / В. Н. Машков. – СПб. : Речь, 2005. – 304 с.

128. Машков В. Н. Психология управления : [учебное пособие. 2-е издание] / В. Н. Машков. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 254 с.

129. Методика діагностики ступеня задоволення основних потреб // Психологія здоров'я людини / Г. В. Ложкін, І. Я. Коцан, М. І. Мушкевич; ред. І. Я. Коцана. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – С. 272-273.

130. Мешков А. Ю. Структура корпоративной культуры / А. Ю. Мешков // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2012. – №10 (269). – С. 148–150. – Серия : социально-гуманитарные науки.

131. Могутнова Н. Н. Первые шаги. Корпоративная культура: понятие, подходы / Н. Н. Могутнова // Социологические исследования : СОЦИС. – 2005. – №4. – С. 130-136.

132. Морган Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития / Гарет Морган; [пер. с англ. под ред. Н. Лапиной]. – М. : Вершина, 2006. – 416 с.

133. Нагиева О. В. Организационная культура : модель формирования и развития / О. В. Нагиева // Вестник Тверского государственного университета. – 2009. – №7. – С. 35–48. – Серия : Педагогика и психология.

134. Наследов А. Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках / А. Д. Наследов. – СПб : Питер, 2005. – 416 с.

135. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. [Учебное пособие] / А. Д. Наследов. – СПб : «Речь», 2004. – 392 с.

136. Невоєнна О. А. Особливості соціально-психологічної адаптації безробітних / О. А. Невоєнна, Я. О. Сінгуцька // Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – №959, вип. 46. – С. 125-127. – Серія «Психологія».

137. Немов Р. С. Основы психологического консультирования : [Учеб. для студ. педвузов] / Р. С. Немов. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 394 с.

138. Нестеренко Є. А. Ірраціональний вимір сучасної організаційної культури : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 – Соціальна філософія та філософія історії / Є. А. Нестеренко. – К., 2010. – 19 с.

139. Немцева І. А. Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І. А. Немцева. – Ужгород, 2011. – 20 с.

140. Немцов В. Д. Менеджмент організацій : [навч. посібник] / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань, Г. Ф. Сініок. – К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2002. – 388 с.

141. Никитова С. Г. Социология и психология управления : [Конспект лекций] / С. Г. Никитова. – М. : МИЭМП, 2007 – 108 с.

142. Николаева Г. Н. Развитие организационной культуры как фактор повышения эффективности управления персоналом / Г. Н. Николаева // Известия ИГЭА. – 2006. – №3 (48). – С. 68-70.

143. Новиков А. М. Учебный процесс в логике исторических типов организационной культуры / А. М. Новиков // Народное образование. – М., 2008. – № 1. – С. 160-168.

144. Новикова О. С. Роль корпоративной культуры в инновационном развитии социально-экономических систем в современной России / О. С. Новикова // Третья Международная ежегодная научно-практическая конференция преподавателей [«Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе»] : материалы научно-практической конференции (28–29 октября 2009 г.) / Под ред. Е. В. Ожгибесовой. – Пермь : АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2009. – С. 325-327.

145. Носкова Н. В. Проблема выбора и психология возрастного развития человека / Н. В. Носкова // Вестник ПСТГУ. – 2008. – №3 (10). – С. 59-71. – (Серия «Педагогика. Психология»).

146. Носкова О. Г. Психология труда : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / О. Г. Носкова ; [под ред. Е. А. Климова]. – [3-е изд., стер.] – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 384 с.

147. Овчарова Р. В. Психология менеджмента : [учеб. пособие (мультимедийное сопровождение курса в схемах и комментариях)] / Р. В. Овчарова. – Курган : Изд-во Курганского гос. ун-та, 2005. – 122 с.

148. Огнев А. С. Организационное консультирование в стиле коучинг / А. С. Огнев. – СПб. : Издательство «Речь», 2003. – 192 с.

149. Омарова К. А. Организационная культура бизнес-структур в сфере услуг как основа эффективного управления / К. А. Омарова // Проблемы современной экономики. – 2011. – №2. – С. 315-319.

150. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : [підручник : У 2 кн. Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Либідь, 2006. – 560 с.
151. Организационная психология / [под ред. Г. В. Суходольского]. – Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 256 с.
152. Організаційна культура : [Навчально-методичний посібник навчальної дисципліни «Філософські засади державного управління»] / Уклад.: Т. Е. Василевська, В. М. Князев, А. В. Ліпенцев; За заг. ред. О. Ю. Оболенського, С. В. Сьоміна, А. О. Чемериса, С. В. Загороднюка, О. Л. Приходько, Л. О. Воронько. – К. : Вид-во НАДУ, 2007. – 32 с.
153. Орлова А. М. Проблема вибору в психології / А. М. Орлова // Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – №959, вип. 46. – С. 134–136. – Серія «Психологія».
154. Орчаков О. А. Теория организации : [Уч. пособие] / О. А. Орчаков. – [Издание второе]. – М. : МИЭМП, 2007. – 235 с.
155. Осипова-Дербас Л. В. Типология организационных культур, формирующихся в различных условиях конкурентной среды в сравнении с типологией Г. Хофштеда / Л. В. Осипова-Дербас // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2009. – №107. – С. 189-196.
156. Основи психологічного консультування (лекційний курс): навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Практична психологія». / уклад. Борис Андрійович Якимчук, Ірина Павлівна Якимчук. – Умань: ПП Жовтий О. О., 2013. – 204 с.
157. Основи психолого-управлінського консультування : [Навч. посіб.] / Л. М. Карамушка, Н. Л. Коломінський, М. В. Войтович та ін.; За наук. ред. Л. М. Карамушки. – К. : МАУП, 2002. – 136 с.
158. Охотницька К. Ю. Комплекс методик для дослідження відданості організації та чинників що впливають на її формування в персоналу Державної служби зайнятості / К. Ю. Охотницька // Актуальні проблеми

психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 31. – С. 87-92.

159. Ошовська Т. М. Підходи до типології корпоративних культур / Тетяна Мар'янівна Ошовська // Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку України : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18–20 квітня 2012 р. – в 3 т. – Т. I. – Сімферополь : Кримський інститут бізнесу, 2012. – С. 76-79.

160. Павлова А. П. Организационная культура и лидерство / А. П. Павлова // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2008. – №3. – С. 101-106.

161. Палеха Ю. І. Ключі до успіху, або Організаційна та управлінська культура [навч. посібник]. – [2-ге вид., доп.]. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – 337 с.

162. Паттерсон С. Теории психотерапии / С. Паттерсон, Э. Уоткинс. – [5-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с. – (Серия «Золотой фонд психотерапии»).

163. Пауткина А. А. Ключевые слова организационной культуры американских коммерческих компаний и критерии их выделения / А. А. Пауткина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2007. – №32. – С. 164-169.

164. Петровский А. Б. Теория принятия решений : [учебник для студ. высш. учеб. заведений] / А. Б. Петровский. – М. : Издательский центр «Академия», 2009. – 400 с. – (Сер. Прикладная математика и информатика).

165. Печко Л. П. Культура человека и ее становление в филогенезе и онтогенезе / Л. П. Печко. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет. Педагогическое образование в России, 2009. – №2 (5). – С. 62-72.

166. Пилипенко Н. М. Мотиваційні компоненти академічного консультування майбутніх фахівців / Н. М. Пилипенко // Актуальні проблеми психології. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Том. V : Психофізіологія. Психологія праці. Експериментальна психологія. – Випуск 14. – К. : Інформ.-аналіт. агентство, 2014. – С. 185-194.

167. Поздеева Е. Г. Организационная культура как фактор саморазвития / Е. Г. Поздеева // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. Сессия 16. Социальные процессы: управляемость и спонтанность. – М. : Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008. – 2 с.

168. Потемкина О. Ф. Методы диагностики социально-психологических установок личности / О. Ф. Потемкина // Методы психологической диагностики – 1993. – №1. – С. 79-86.

169. Почебут Л. Г. Социальная психология / Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. – СПб. : Питер, 2010. – 672 с. – (Серия «Мастера психологии»).

170. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности : учеб. пособие / [под ред. Г. С. Никифорова, М. А. Дмитриевой, В. М. Снеткова]. – СПб. : Речь, 2007. – 448 с.

171. Практическая психодиагностика. Методики и тесты : [Учебное пособие]. / [Д. Я. Райгородский (редактор-составитель)]. – Самара : Издательский Дом «БАХРАХ-М», 2001. – 672 с.

172. Приходько Ю. О. Практична психологія: Введення у професію : Навч. посібник. 3-тє вид. – К. : Каравела, 2012. – 248 с.

173. Психологический словарь / Под общ. науч. ред. П. С. Гуревича. – М. : ОЛМА Медиа Групп, ОЛМА ПРЕСС Образование, 2007. – 800 с.

174. Психологическое консультирование: Справочник практического психолога / Сост. С. Л. Соловьева. – М. : АСТ : Полиграфиздат; СПб. : Сова, 2010. – 640 с.

175. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури : Монографія /Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, К.В. Терещенко [та ін.] ; за ред. Л.М. Карамушки. – К. : Педагогічна думка, 2015. – 288 с.

176. Психологія управління : [посібник] / Л. Е. Орбан-Лембрик. – [2-ге вид., доповн.] – К. : Академвидав, 2010. – 544 с. – (Серія «Альма-матер»).

177. Пуринова Г. К. Корпоративная культура: современный научный дискус / Г. К. Пуринова, В. А. Барезев // Ученые записки Санкт-Петербургской Академии управления и экономики. Специальный выпуск по материалам конференции «Диалог культур – 2010: наука в обществе знания» (3–4 июня). – 2010. – №3(29). – С. 45-61.

178. Разманов В. В. Проблемы методологии управления корпоративной культурой в условиях формирующегося постиндустриального общества / В. В. Разманов // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – №312. – С. 51-54.

179. Реброва О. Среднее или всё же медиана? / Ольга Реброва // Троицкий вариант – Наука. – Троицк : «Троицкий вариант» – № 21 (90), 25.10.2011. – С. 13.

180. Роббинс С. П. Менеджмент / Стивен П. Роббинс, Мэри Коултер ; [пер. с англ.]. – [8-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 1056 с.

181. Роджерс К. Клиенто-центрированный / человекоцентрированный подход к терапии / К. Роджерс. Перевод с английского Э. Матюхиной, А. Орлова, А. Шевелевой // Вопросы психологи. – 2001. – №2. – С. 48-58.

182. Родіонова О. Ю. Формування організаційної культури підприємств АПК : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК) / О. Ю. Родіонова. – Луганськ, 2010. – 22 с.

183. Рольф ван Дик. Преданность и идентификация с организацией / Рольф ван Дик; [пер. с нем.]. – Х. : Гуманитарный Центр, 2006. – 142 с.

184. Румянцева А. Ю. Современное предоставление о корпоративной культуре и управлении ею / А. Ю. Румянцева // Третья Международная

ежегодная научно-практическая конференция преподавателей [«Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе»] : материалы научно-практической конференции (28–29 октября 2009 г.) / Под ред. Е. В. Ожгибесовой. – Пермь : АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2009. – С. 193-194.

185. Рытченко Т. А. Психология деловых отношений : [учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, учебная программа по дисциплине] / Т. А. Рытченко, Н. В. Татаркова. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 91 с.

186. Сазыкина О. А. Организационная культура регионального вуза: особенности и возможности развития / О. А. Сазыкина, А. Н. Кошев // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 522-527.

187. Сергієнко Е. Організаційна культура в публічному управлінні: термінологічні проблеми / Е. Сергієнко // Ефективність державного управління : збірник наукових праць. – Л., 2009. – Вип. 18/19. – С. 361-367.

188. Серебрякова К. А. Психологическое консультирование в работе школьного психолога : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / К. А. Серебрякова. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 288 с.

189. Серкіс Ж. В. Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування організаційної культури школи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 – Педагогічна та вікова психологія / Ж. В. Серкіс. – К., 2004. – 23 с.

190. Серкіс Ж. Нові підходи до управління сучасною освітньою організацією / Жанна Серкіс // Соціальна психологія. (Український науковий журнал). – 2003. – №1. – С. 140-150.

191. Синявський В. В. Психологічні основи професійної консультації безробітних: [навч.-метод. посіб.] / В. В. Синявський. – К. : ІПК ДСЗУ, 2011. – 90 с.

192. Ситников Д. К. Понятие корпоративной культуры вооруженных сил Российской Федерации и современные подходы к ее изучению / Д. К. Ситников // Вестник Военного университета. – М., 2011. – № 2 (26). – С. 16-21.

193. Сіменко І. В. Організаційна культура підприємства: лексико-семантичний аналіз змісту / І. В. Сіменко, І. М. Білоусова // Сталий розвиток економіки : Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – Хмельницький, 2011. – №3. – С. 55-57.

194. Слабко Я. Я. Процес формування та розвитку організаційної культури промислового підприємства: соціологічний аспект / Я. Я. Слабко // Грані : [наук.-теорет. і громад.-політичний альманах] / голов. ред. С. В. Шевцов ; Дніпропетровський нац. ун-т імені Олеся Гончара. – Дн-ськ : Вид-во ДНУ, 2009. – №6 (68). – С. 127-131.

195. Слабко Я. Я. Функціонування організаційної культури персоналу сучасних промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соц. наук : спец. 22.00.04 Спеціальні та галузеві соціології / Я. Я. Слабко. – Запоріжжя, 2010. – 17 с.

196. Слинкова О. К. Управление организационной культурой / О. К. Слинкова, Е. Г. Грудистова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2009. – №21 (154). – С. 64-74. – Серия : Экономика и менеджмент.

197. Смирнов Э. А. Теория организации : [Учебн. пособие] / Э. А. Смирнов. – М. : Инфра-М, 2003. — 248 с.

198. Смирнова А. Ю. К вопросу об истории и современных тенденциях изучения организационной культуры в социальной психологии [Электронный ресурс] / А. Ю. Смирнова // Российский экономический интернет-журнал: Интернет-журнал АТиСО / Акад. труда и социал. отношений – М. : АТиСО, 2002. – Режим доступа до журн. : <http://www.e-rej.ru/Articles/2009/Smirnova1.pdf>.

199. Смирнова А. Ю. Оценка совместимости культурных характеристик как метод социально-психологического анализа организационной культуры : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.05 – социальная психология, (психологические науки) / А. Ю. Смирнова. – Саратов, 2010. – 24 с.

200. Сняданко І. І. Дослідження впливу різних типів менеджерських культур та їх вплив на формування організаційної культури промислового підприємства / І. І. Сняданко // Філософія. Психологія. Педагогіка: Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»: Зб. наук. праць. – К., 2004. – №3. – С. 109-116.

201. Сняданко І. І. Дослідження привабливості організаційної культури для працівників та менеджерів підприємства / І. І. Сняданко // Актуальні проблеми психології : Т.1.: Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. / За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2002, ч. 6. – С. 135-140.

202. Сняданко І. І. Організаційна культура як сучасна інтеграційна модель групової взаємодії / І. І. Сняданко // Суспільство у ХХІ столітті: психологічні проблеми гармонізації, гуманізації, демократизації. – К. : МАУП, 2003. – С. 61- 63.

203. Сняданко І. І. Особливості управління організаційною культурою освітньої організації / І. І. Сняданко // Стаття до науково-практичної конференції «Сучасні проблеми освіти: управлінський аспект» (м. Переяслав-Хмельницький 20–21 листопада 2008 р.) / Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди» : Науково-теоретичний збірник. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – Вип. 16. – С. 227-230.

204. Сняданко І. І. Соціально-психологічні умови формування організаційної культури промислового підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 – Соціальна психологія; психологія соціальної роботи / І. І. Сняданко . – К., 2007. – 22 с.

205. Советский энциклопедический словарь / [гл. ред. А. М. Прохоров]. – 3-е изд. – М. : Сов. энциклопедия, 1985. – 1600 с.
206. Соломанидина Т. О. Управление мотивацией персонала (в таблицах, схемах, тестах, кейсах) / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом», 2005. – 128 с.
207. Социальная психология. Словарь / Под. ред. М. Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л. А. Карпенко. Под общ. ред. А. В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.
208. Спивак В. А. Современные бизнес-коммуникации / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2002. – 448 с. – («Теория и практика менеджмента»).
209. Ставропольцева Е. А. Психолого-педагогические аспекты адаптации выпускников вузов к корпоративной культуре организации / Е. А. Ставропольцева // Педагогическое образование в России. – 2011. – №4. – С.173-179.
210. Станіславська М. В. Аналіз соціально-психологічних установок особистості у контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Психологічні особливості розвитку організаційної культури в системі державної служби, освіти, промисловості та бізнесу: тези ІХ Міжнародної конференції з організаційної та економічної психології Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (30 травня – 31 травня 2013 року, м.Київ) / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ДонДТУ, 2013. – С. 100-101.
211. Станіславська М. В. Аналіз основних потреб особистості при виборі організаційної культури як чинника майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. І : Організаційна психологія. Соціальна

психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.-Алчевськ : ЛАДО, 2013. – Вип. 37. – С. 23-27.

212. Станіславська М. В. Діагностичний інструментарій для дослідження особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Управління в освіті: Збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції, 18 – 19 квітня 2013 р., Львів / відп. ред. Л. Д. Кизименко. – Львів : Видавництво «Тріада Плюс», 2013. – С. 248-249.

213. Станіславська М. В. Культура особистості в контексті організаційної культури під час пошуку майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 31. – С. 108-113.

214. Станіславська М. В. Модель психологічного консультування для сприяння успішного вибору особистістю організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Психологія організаційного розвитку сучасних організацій в сфері освіти, промисловості та бізнесу : тези VIII Міжнародної конференції з організаційної та економічної психології (4–6 жовтня 2012 року, м. Алчевськ) / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К.–Алчевськ : ДонДТУ; Центр планування кар'єри, 2012. – С. 78-79.

215. Станіславська М. В. Організаційна культура як чинник вибору особистістю майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні : тези I Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (29 червня – 2 липня 2011 року, м. Кам'янець-Подільський) / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – Київ – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – С. 66-67.

216. Станіславська М. В. Поетапна модель процесу індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2014. – Вип.41. – С. 51-55.

217. Станіславська М. В. Професійна соціалізація особистості в контексті вибору організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Вісник післядипломної освіти : зб. наук. праць Ун-т менедж. освіти НАПН України / [редкол. : О. Л. Ануфрієва та ін.]. – К., 2005. – Вип. 6(19) / голов. ред. В. В. Олійник. – К. «АТОПОЛ», 2012. – С. 407-413.

218. Станіславська М. В. Психологічне консультування як допомога особистості у виборі організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2012. – Вип. 34. – С. 306-311.

219. Станіславська М. В. Психологічні аспекти типології організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Проблеми сучасної психології : Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за наук. ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. – Вип. 27. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2015. – С. 557-568.

220. Станіславська М. В. Психологічні особливості організаційної культури майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Сучасні проблеми гуманітарної науки і практики: філософський, психологічний та

соціальний вимір : Зб. наук. праць / Заг. ред. проф. Н. Є. Завацької. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – С. 229-231.

221. Станіславська М. В. Психологічні особливості організаційної культури як чинника вибору особистістю майбутнього місця роботи / М. В. Станіславська // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 32. – С. 324-328.

222. Стеклова О. Е. Организационная культура : [учебное пособие] / О. Е. Стеклова. – Ульяновск : УЛГТУ, 2007. – 127 с.

223. Стеклова О. Е. Оценка силы организационной культуры и направления ее развития / О. Е. Стеклова // Экономические науки. – М., 2010. – №2 (63). – С. 183-1887.

224. Стец І. І. Сучасні особливості формування ефективної організаційної культури промислового підприємства / І. І. Стец // Інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. – Тернопіль, 2012. – №2 – С. 60-63.

225. Сухарева М. А. Организационная культура как субъективный фактор эффективности деятельности организации / М. А. Сухарева // Ярославский педагогический вестник. Том II. Психолого-педагогические науки. – 2010. – №4. – С. 218-221.

226. Тарасюк С. О. Сенсожиттєві орієнтації безробітних громадян спрямованих на пошук роботи / С. О. Тарасюк, О. В. Воліховська // Актуальні проблеми професійної орієнтації та професійного навчання населення в умовах соціально-економічної нестабільності : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2014 р., м. Київ) : у 2 ч. – Ч. 1 / уклад. : Л.М. Капченко, С.О. Тарасюк, Л.Г. Авдєєв та ін. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – С. 200-207.

227. Технології роботи організаційних психологів: [Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / наук. ред. Л. М. Карамушка]. – К. : Фірма «ІНКОС», 2005. – 366 с.

228. Тимошко Г. М. Аналіз феномену «Організаційна культура» у педагогічній теорії і практиці / Г. М. Тимошко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – Чернігівський НПУ ім. Т. Г. Шевченка, 2012. – Вип. 96. – С. 148-153.

229. Тимошко Г. М. Формування організаційної культури у процесі фахової підготовки керівника загальноосвітнього навчального закладу / Г. М. Тимошко // Вісник післядипломної освіти : зб. наук. праць Ун-т менедж. освіти НАПН України / [редкол. : О. Л. Ануфрієва та ін.]. – Вип. 6(19) / голов. ред. В. В. Олійник. – К. : «АТОПОЛЬ», 2012. – С. 104-113.

230. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О. Г. Тихомирова. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2008. – 156 с.

231. Тихонов А. П. Организационная культура. Что это такое и из чего состоит / А. П. Тихонов, О. В. Мартынов // Менеджмент и кадры. – 2006. – №11. – С. 30-35.

232. Толочек В. А. Современная психология труда : [учебное пособие]. – СПб. : Питер, 2005. – 479 с. – (Серия «Учебное пособие»).

233. Тощенко Ж. Т. Новый взгляд на понятие корпоративная культура / Ж. Т. Тощенко, Н. Н. Могутнова // Социологические исследования : СОЦИС. – 2006. – №11. – С. 18-23.

234. Тульчивский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : [Учебное пособие] / Г. Л. Тульчивский, Е. Л. Шекова. – [2-е изд., испр. и доп.] – СПб. : Издательство «Лань», 2003. – 528 с. – (Учебники для вузов. Специальная литература).

235. Философия : [учебник для вузов] / [под общ. ред. В. В. Миронова]. – М. : Норма, 2005. – 928 с.

236. Философский энциклопедический словарь / [редкол.: С. С. Аверинцев, Э. А. Араб-Оглы, Л. Ф. Ильичев и др.] – 2-е изд. – М. : Сов. энциклопедия, 1989. – 815 с.
237. Філософія : [навч. посіб.] / Л. В. Губерський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко та ін.; [за ред. І. Ф. Надольного]. – [5-те вид., стер.] – К. : Вікар, 2005. – 516 с.
238. Фрайлингер К. Управление изменениями в организации / Кристиан Фрайлингер, Иоганнес Фишер / [Пер. с нем. Н. П. Береговой, И. А. Сергеевой]. – М. : Книгописная палата, 2002. – 264 с.
239. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : Монографія. / О. В. Харчишина – Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. – 289 с.
240. Хасянова М. Г. Значение ценностей в корпоративной культуре / М. Г. Хасянова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – Кемерово, 2013. – № 22 – Часть II. – С. 189-195.
241. Химич І. Г. Особливості формування корпоративної культури вітчизняних підприємств на сучасному етапі / І. Г. Химич // Економічний простір : Збірник наукових праць. – 2009. – №. 23/1. – С. 216-222.
242. Ходаківський Є. І. Психологія управління : [навчальний посібник] / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 608 с.
243. Хомич Г. О. Основи психологічного консультування : [навч. посіб.] / Г. О. Хомич, Р. М. Ткач. – К. : МАУП, 2004. – 152 с.
244. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : [навч. посіб.] / Г. Л. Чайка – К. : Знання, 2005. – 442 с. – (Вища освіта XXI століття).
245. Чанько А. Д. Алгебра и гармония HR-менеджмента. Эффективность обучения персонала и диагностика организационной

культуры / А. Д. Чанько. // Научные доклады №18(R) – 2006. – СПб. : НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 26 с.

246. Чаплак Я. В. Интегративно-эkleктический подход в оказании психологической помощи [Электронный ресурс] / Я. В. Чаплак, М. В. Чаплак, В. Д. Резник. – Режим доступа: <http://yanchaplak.com/ua/psykholohichna-dopomoha/114-intehratyvno-eklektychnyu-pidkhid-u-nadanni-psykholohichnoyi-dopomohu>.

247. Чейз Р. Б. Производственный и операционный менеджмент / Р. Б. Чейз, Н. Дж. Эквилайн, Р. Ф. Якобс ; под ред. Н. А. Коржа. – [8-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 704 с.

248. Чернышева М. В. Агрессивная организационная культура как фактор организационных патологий / М. В. Чернышева // Проблемы современной психологии: теория, практика, эксперимент : материалы юбилейной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 40-летию кафедры психологии (кафедры психологии). – Саратов : ИЦ «Наука», 2012. – С. 67-70.

249. Чумакова Б. В. Структура ответственности в контексте экзистенциального выбора личности / Б. В. Чумакова, С. П. Лукьянова // Вестник Южно-Уральского государственного университета / [Н. А. Батулин (отв. редактор)]. – Челябинск, 2009. – №18 (151). – С. 37-42. – Серия : Психология.

250. Чупрова Д. Б. К вопросу определения понятия «организационная культура» / Д. Б. Чупрова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2004. – №1(12). – Серия «Экономика».

251. Шавкун І. Г. Організаційна культура: ціннісний аспект / І. Г. Шавкун, Я. С. Дибчинська // Гілея : науковий вісник. Зб. наукових праць / [Гол. ред. : В. М. Вашкевич]. – К., 2012. – Вип. 57. – 11 с.

252. Шаповалова И. С. Социогенетическое моделирование организационной культуры / И. С. Шаповалова // Научные ведомости

Белгородского государственного университета. – 2008. – Т. 12. – №5. – С. 100-109. – Серия : Философия. Социология. Право.

253. Шевченко А. М. Організаційна культура традиційних та інноваційних загальноосвітніх навчальних закладів: теоретичний аспект / А. М. Шевченко // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. Т. I : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2011. – Вип. 33. – С. 105-112.

254. Шевченко А. М. Психологічні особливості розвитку організаційної культури загальноосвітніх навчальних закладів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія / А. М. Шевченко; НАПН України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка. - Київ, 2014. – 20 с.

255. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн ; [пер. с англ. под ред. Т. Ю. Ковалевой]. – [3-е изд.] – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.

256. Шейнис М. Ю. Рабочая книга психолога организации / М. Ю. Шейнис. – Самара : Издательский дом «Бахрах–М», 2001. – 224 с.

257. Шумейко М. В. Типология корпоративной культуры / М. В. Шумейко // Общество: политика, экономика, право. – 2008. – №1. – С. 124-131.

258. Щербина В. В. Социальные теории организации : Словарь / В. В. Щербина. – ИНФРА-М, 2000. – 264 с. – (Библиотека словарей «ИНФРА-М»).

259. Яницкий М. С. Основные методологические подходы к изучению ценностно-смысловой сферы личности / М. С. Яницкий, А. В. Серый // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – Кемерово, 2012. – №19. – Часть I. – С. 82-97.

260. Analysis of variance. Chapter 5. SPSS – Analysis of variance [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.cs.uu.nl/docs/vakken/arm/SPSS/spss5.pdf>.

261. Bellot J. Defining and Assessing Organizational Culture / Jennifer Bellot // Nursing Forum. – 2011. – January-March, Volume 46, Issue 1. – P. 29-37.

262. Bond T. Standards and Ethics for Counselling in Action / Tim Bond. – London : SAGE Publications Ltd, 2010. – 3rd edition. – 270 p.

263. Bryant-Jeffries R. Time Limited Therapy in Primary Care: A Person-Centred Dialogue / Richard Bryant-Jeffries. – Radcliffe Medical Press, 2008. – p. 159.

264. Business Psychology in Practice : [edited by P. Grant]. – London : Atheneum Press Ltd, Gateshead, Tyne & Wear, 2006. – 398 p.

265. Cameron K. S. Diagnosing and Changing Organizational Culture: based on the competing values framework / Kim S. Cameron, Robert E. Quinn. – [Revised ed.] – San Francisco : Jossey-Bass, 2006. – 259 p. – (The Jossey-Bass business & management series).

266. Carpenter M. Principles of Management, v. 1.0 / Mason Carpenter, Talya Bauer, and Berrin Erdogan. – Nyack, NY : Flat World Knowledge, 2010. – 412 p.

267. Christensen C. M. What is an Organization's Culture? / Clayton M. Christensen, Kristin Shu // Harvard Business School Note. – February 1999 (Revised August 2006.). – 399-104.

268. Franco G. Working Through the Challenges of Unemployment [Электронный ресурс] / Gilbert Franco. – Режим доступа: <https://www.internmatch.com/blog/working-challenges-unemployment>.

269. Ginsberg S. 7 Interview Questions to Uncover Corporate Culture [Электронный ресурс] / Scott Ginsberg. – Режим доступа: <http://www.theladders.com/career-advice/7-interview-questions-uncover-corporate-culture>.

270. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values / G. Hofstede. – Beverley Hills : Sage, 1980. – P. 140-219.

271. Hunt S. Culture-Based Recruiting: Hire for the Organization, Not Just the Job [Электронный ресурс] / Steven Hunt. – Режим доступа: <http://hiring.monster.com/hr/hr-best-practices/recruiting-hiring-advice/strategic-workforce-planning/hire-for-the-organization.aspx>.

272. IBM SPSS Statistics 20. Brief Guide. – New York : IBM Corporation, 2011. – 160 p.

273. Jex S. M. Organizational psychology : a scientist-practitioner approach / Steve M. Jex. – New York : John Wiley & Sons, INC. – 2002. – p. 540.

274. Keyton J. Communication and organizational culture: a key to understanding work experiences / Joann Keyton. – California : Sage Publications, Inc., 2005. – 214 p.

275. McCord S. 4 Sneaky Ways to Determine Company Culture in an Interview [Электронный ресурс] / Sara McCord. – Режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/dailymuse/2013/06/12/4-sneaky-ways-to-determine-company-culture-in-an-interview>.

276. McLeod J. An Introduction to Counselling / John McLeod. – UK : McGraw-Hill Education, 2013. – 5th edition. – p. 738.

277. McNamara C. What is Culture [Электронный ресурс] / Carter McNamara // Authenticity Consulting, LLC, 2000 // Режим доступа до журн. : http://www.managementhelp.org/org_thry/culture/culture.htm.

278. O'Donnell O. Understanding and Managing Organisational Culture / Orla O'Donnell, Richard Boyle. – Dublin: Institute of Public Administration, 2008. – 109 p.

279. Organizational Culture and Climate / Cheri Ostroff, Angelo J. Kinicki, and Melinda M. Tamkins // Handbook of Psychology : Vol. 12. Industrial and Organizational Psychology / W. C. Borman, D. R. Ilgen, and R. J. Klimoski, eds. – P. 565-593.

280. Ouchi W. G. Organizational culture / William G. Ouchi, Alan L. Wilkins // Annual review of sociology. – 1985. – №.6 – P. 457-483.

281. Quirk T. Excel 2010 for Educational and Psychological Statistics. A Guide to Solving Practical Problems / Thomas Quirk. – New York : Springer, 2012. – 243 p.

282. Schein E. H. Organizational Culture and Leadership / Edgar H. Schein – [3rd ed.] – San Francisco : Jossey-Bass, 2004. – 458 p. – (The Jossey-Bass business & management series).

283. Stanislavska M. Theoretical and methodological foundations of organizational culture as a factor of individuals' choice of future place of work / M. Stanislavska // Innovative Trends in the Development of Work and Organizational Psychology in Poland and Ukraine (3rd Polish-Ukrainian Workshop (4 September 2012, Katowice, Poland): Book of abstracts. Editors: Liudmyla Karamushka, Barbara Kozusznik. – Kyiv-Katowice : 2012. – P. 79-80.

284. Stumpf K. A roadmap for cultural change [Електронний ресурс] / Karin Stumpf // Режим доступу до статті : <http://www.management-issues.com/opinion/6879/a-roadmap-for-cultural-change>.

285. Sułkowski Ł. Typologies of organisational culture – multi-dimentional classifications / Łukasz Sułkowski // Zarządzanie – nowe perspektywy : Przedsiębiorczość i zarządzanie. – Łódź : Społeczna Akademia Nauk. – 2013. – Tom XIV, zeszyt 8. Część II. – P. 173-182.

286. The Handbook of Organizational Culture and Climate / editors Neal M. Ashkanasy, Celeste p. m. Wilderom, Mark F. Peterson. – SAGE Publications, Inc., 2011 – 2nd edition. – 664 p.

287. Woolfe R. Handbook of counselling psychology / Woolfe, Ray, Windy Dryden, and Sheelagh Strawbridge, eds. – London : SAGE Publications Ltd, 2009. – 3rd edition. – p. 712.

ДОДАТКИ

**Комплекс методик для дослідження організаційної культури як чинника
вибору особистістю майбутнього місця роботи**

Шановний(-а) пан(-і)!

**Просимо Вас взяти участь у дослідженні, присвяченому вивченню привабливої
організаційної культури підприємства, на якому Ви б хотіли працювати.
Опитування анонімне. Результати анкетування будуть використані в узагальненому
вигляді для оптимізації діяльності організацій.**

І. За десятибальною шкалою Вам пропонується визначити своє відношення до ряду тверджень, що характеризують організаційну культуру підприємства, на якому Ви хотіли б працювати. Якщо твердження повністю збігається з Вашою думкою, то поставте 10 балів, якщо суперечить Вашим поглядам – 0 балів і т.д.

1. На підприємстві щойно найнятим працівникам надається можливість опанувати спеціальність.
2. Є чіткі інструкції й правила поведінки всіх категорій працівників.
3. Діяльність чітко й детально організована.
4. Система заробітної плати не викликає дорікань працівників.
5. Усі, хто бажає, можуть опанувати нові спеціальності.
6. На підприємстві налагоджена система комунікацій.
7. Приймаються своєчасні й ефективні рішення.
8. Заповзяття та ініціатива заохочуються.
9. У підрозділах налагоджена справедлива система висування на нові посади.
10. Культивуються різноманітні форми та методи комунікацій (ділові контакти, збори, інформаційні роздруковки тощо).
11. Працівники беруть участь у прийнятті рішень.
12. Співробітники підтримують гарні взаємини один з одним.
13. Робочі місця обладнані.
14. Немає перебоїв в отриманні організаційної внутрішньої інформації.
15. Організована професійна (продумана) оцінка діяльності працівників.
16. Взаємини працівників з керівництвом гідні високої оцінки.
17. Усе, що потрібно для роботи, завжди під рукою.
18. Заохочується двостороння комунікація.
19. Дисциплінарні заходи застосовуються як виключення.
20. Проявляється увага до індивідуальних відмінностей працівників.
21. Робота для мене цікава.
22. На підприємстві заохочується безпосереднє звертання майстрів і бригадирів до керівництва.
23. Конфліктні ситуації вирішуються з урахуванням всіх реальностей обстановки.
24. Прагнення до праці всіляко заохочується.
25. Трудове навантаження оптимальне.
26. Практикується делегування повноважень на нижчі ешелони управління.
27. У підрозділах панує кооперація й взаємоповага між працівниками.
28. Підприємство постійно націлене на нововведення.
29. Працівники відчувають гордість за свою організацію.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
														X

II. Дайте відповідь на кожне з наведених нижче питань. Виразіть ступінь згоди із твердженням за п'ятибальною шкалою – від 1 (не згоден(-а)) до 5 балів (згоден (-а)).

Твердження	Виберіть лише один варіант у кожному рядку
Нові працівники проходять інтенсивне навчання хоча б протягом тижня.	1 2 3 4 5
В анкетах для осіб, що приймаються на роботу, виділяються основні риси, які вважаються важливими для успішної роботи в компанії; ці риси визначені досить конкретно, і особа, що проводить співбесіду, фіксує всі свідчення наявності конкретної риси.	1 2 3 4 5
Кандидати при прийнятті на роботу проходять принаймні чотири докладні співбесіди.	1 2 3 4 5
У процесі відбору кандидатів при прийнятті на роботу компанія фіксує не тільки позитивні, але й негативні риси.	1 2 3 4 5
Прийняті на роботу співробітники багато працюють, проходять інтенсивне навчання, що представляє велику складність, та/або виконують протягом перших трьох місяців другорядні завдання.	1 2 3 4 5
Напруженість цього початкового періоду сприяє виникненню певної згуртованості між прийнятими співробітниками.	1 2 3 4 5
Всі працівники в кожній конкретній області починають із самого низу, незалежно від свого попереднього досвіду та освіти.	1 2 3 4 5
Системи заохочення й просування службовими сходами в якості обов'язкової умови визначають досягнення майстерності у своїй сфері діяльності.	1 2 3 4 5
Кар'єра професійних працівників усередині компанії послідовно розвивається протягом 6–10 років, проведених у компанії.	1 2 3 4 5
Системи заохочення, стимулювання вдосконалення робочих навичок, критерії для просування службовими сходами та інші необхідні віхи на шляху до успіху є погодженими на вищому рівні.	1 2 3 4 5
Практично усі професійно підготовлені працівники фірми можуть визначити та пояснити основні культурні цінності компанії, які ними усіма поділяються (мета або завдання перед суспільством, клієнтом або своїми співробітниками).	1 2 3 4 5
Дії керівництва дуже рідко йдуть врозріз із цими загальними цінностями.	1 2 3 4 5
Працівники часто йдуть на жертви заради компанії, оскільки вони віддані цим загальним цінностям.	1 2 3 4 5
У тих організаціях, де компанія має зробити вибір між діями, націленими на досягнення короткострокових або довгострокових цілей, вибір робиться на користь останніх.	1 2 3 4 5
В організаціях заохочуються відносини «наставник-учень».	1 2 3 4 5
Практично у всіх галузях у кандидатів високий потенціал.	1 2 3 4 5

III. Перед Вами 15 тверджень, які необхідно оцінити, попарно порівнюючи їх між собою. Спочатку оцініть перше твердження з другим, результат впишіть в першу клітинку першого стовпчика (зверху). Так, якщо при порівнянні першого твердження із другим, кращим для себе Ви вважатимете друге, то цю клітинку впишіть цифру «2»; якщо ж кращим виявиться перше твердження, то впишіть цифру «1». Далі порівняйте перше твердження з третім, потім перше з четвертим і так до п'ятнадцятого. Наступний крок – заповнення другого стовпчика – порівняння другого твердження спочатку з третім, потім з четвертим, потім з п'ятим і т.д. Таким чином опрацюйте інші твердженнями, поступово заповнюючи весь бланк. Кожного разу в таблицю заноситься номер твердження, що є більш прийнятним.

17. Ви найбільше поважаєте людей, здатних захопитися справою по-справжньому?
18. Ви часто завершуєте роботу всупереч несприятливим умовам, недостаті часу, перешкодам з боку?
19. Для себе у Вас звичайно не вистачає ні часу, ні сил?
20. Вам важко змусити себе зробити щось для інших?
21. Ви часто починаєте одночасно багато справ і не встигаєте закінчити їх до кінця?
22. Ви вважаєте, що маєте досить сил, щоб розраховувати на успіх у житті?
23. Ви прагнете якнайбільше зробити для інших людей?
24. Ви переконані, що турбота про інших часто йде на шкоду собі?
25. Чи можете Ви захопитися справою настільки, що забуваєте про час і про себе?
26. Вам часто вдається довести розпочату справу до кінця?
27. Ви переконані, що найбільша цінність у житті — жити інтересами інших людей?
28. Ви можете назвати себе егоїстом?
29. Буває, що Ви, захоплюючись деталями, заглиблюючись у них, не можете закінчити розпочату справу?
30. Ви уникаєте зустрічей з людьми, що не володіють діловими якостями?
31. Ваша відмінна риса — безкорисливість?
32. Вільний час Ви використовуєте для своїх захоплень?
33. Ви часто завантажуєте свою відпустку або вихідні дні роботою через те, що комусь обіцяли що-небудь зробити?
34. Ви засуджуєте людей, які не вміють подбати про себе?
35. Вам важко зважитися використовувати зусилля людини у своїх інтересах?
36. Ви часто просите людей зробити що-небудь з користі?
37. Погоджуючись на яку-небудь справу, Ви більше думаєте про те, наскільки вона Вам цікава?
38. Прагнення до результату в будь-якій справі — Ваша відмінна риса?
39. Ваша відмінна риса — вміння допомогти іншим людям?
40. Ви здатні зробити максимальні зусилля лише за гарну винагороду?

1	5	9	13	17	21	25	29	33	37
2	6	10	14	18	22	26	30	34	38
3	7	11	15	19	23	27	31	35	39
4	8	12	16	20	24	28	32	36	40

IV, б)

1. Ви згодні, що саме головне в житті — бути майстром своєї справи?
2. Ви більше за все цінуєте можливість самостійного вибору рішення?
3. Ваші знайомі вважають Вас владною людиною?
4. Ви згодні, що люди, які не вміють заробити гроші, не варті поваги?
5. Творча праця для Вас є головною насолодою в житті?
6. Основне прагнення у Вашому житті — свобода, а не влада й гроші?
7. Ви згодні, що мати владу над людьми — найбільш важлива цінність?
8. Ваші друзі — заможні люди в матеріальному відношенні?
9. Ви прагнете, щоб всі навколо Вас були зайняті захоплюючою справою?
10. Вам завжди вдається додержуватися своїх переконань всупереч вимогам зі сторони?
11. Чи вважаєте Ви, що найважливіша якість для влади — це її сила?
12. Ви впевнені, що все можна купити за гроші?
13. Ви вибираєте друзів за діловими якостями?
14. Ви намагаєтесь не зв'язувати себе різними зобов'язаннями перед іншими людьми?

15. Ви маєте почуття обурення, якщо хто-небудь не підкоряється Вашим вимогам?
16. Гроші куди надійніші, ніж влада й свобода?
17. Вам буває нестерпно нудно без улюбленої роботи?
18. Ви переконані, що кожен повинен мати свободу в рамках закону?
19. Вам легко змусити людей робити те, що Ви хочете?
20. Ви згодні, що краще мати високу зарплату, ніж високий інтелект?
21. У житті Вас радує тільки відмінний результат роботи?
22. Саме головне прагнення у Вашому житті — бути вільним?
23. Ви вважаєте себе здатним керувати великим колективом?
24. Чи є для Вас заробіток головним прагненням у житті?
25. Улюблена справа для Вас цінніша, ніж влада й гроші?
26. Вам зазвичай вдається відвоювати своє право на свободу?
27. Чи маєте Ви жагу влади, прагнення керувати?
28. Ви згодні, що гроші «не пахнуть» і неважливо, як вони зароблені?
29. Навіть будуючи на відпочинку, Ви не можете не працювати?
30. Ви готові багато жертвувати, щоб бути вільним?
31. Ви відчуваєте себе хазяїном у своїй сім'ї?
32. Вам важко обмежити себе в грошах?
33. Ваші друзі й знайомі цінують Вас як фахівця?
34. Люди, які ущемляють Вашу свободу, викликають у Вас найбільше обурення?
35. Влада може замінити Вам багато інших цінностей?
36. Вам зазвичай вдається накопити потрібну суму грошей?
37. Праця — найбільша цінність для Вас?
38. Ви впевнено й невимушено відчуваєте себе серед незнайомих людей?
39. Ви згодні обмежити свободу, щоб мати владу?
40. Найбільш сильне потрясіння для Вас — відсутність грошей?

1	5	9	13	17	21	25	29	33	37
2	6	10	14	18	22	26	30	34	38
3	7	11	15	19	23	27	31	35	39
4	8	12	16	20	24	28	32	36	40

Вкажіть, будь ласка, дані про себе:

Ваша стать _____

Ваш вік _____

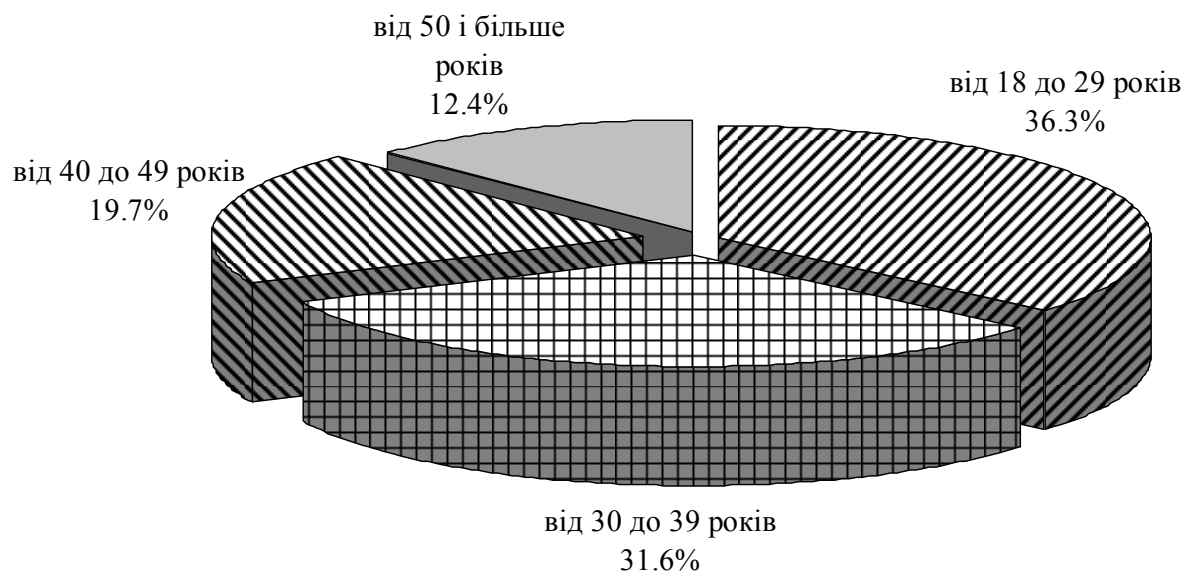
Щиро дякуємо за участь в опитуванні та бажаємо вдалого пошуку роботи!

Опис вибірки учасників емпіричного дослідження

Опис вибірки учасників емпіричного дослідження за віком

Вік досліджуваних	Досліджувані, чол.	Досліджувані, %
від 18 до 29 років	85	36.3
від 30 до 39 років	74	31.6
від 40 до 49 років	46	19.7
від 50 і більше років	29	12.4
Усього	234	100.0

Вік досліджуваних



Опис вибірки учасників емпіричного дослідження за статтю

Стать досліджуваних	Досліджувані, чол.	Досліджувані, %
жінки	153	65.4
чоловіки	81	34.6
Усього	234	100.0

**Особливості розподілу прагнень досліджуваних
при задоволенні основних потреб
(у % від загальної кількості опитаних)**

	Твердження	%
1	9. Підвищувати рівень майстерності й компетентності.	70.1
2	8. Забезпечити собі матеріальний комфорт.	68.2
3	3. Забезпечити собі майбутнє.	57.8
4	7. Розвивати свої навички й здібності.	57.8
5	11. Прагнути до нового й незвіданого.	56.3
6	15. Бути зрозумілим іншими.	53.4
7	14. Займатися справою, що потребує повної віддачі.	53.0
8	12. Забезпечити собі положення впливу.	52.4
9	4. Заробляти на життя.	47.3
10	6. Усталити своє положення.	46.9
11	13. Купувати гарні речі.	40.9
12	2. Мати теплі відносини з людьми.	39.4
13	10. Уникати неприємностей.	39.0
14	1. Домогтися визнання й поваги.	35.6
15	5. Мати гарних співрозмовників.	28.4

**Особливості соціально-психологічних установок особистості
у мотиваційно-потребовій сфері при виборі організаційної культури
як чинника майбутнього місця роботи
(у % від загальної кількості опитаних)**

Соціально-психологічні установки	%
свобода = влада	9.0
влада	9.8
свобода	81.2
праця = гроші	13.2
гроші	19.7
праця	67.1
альтруїзм = егоїзм	11.1
егоїзм	21.8
альтруїзм	67.1
процес = результат	13.7
результат	46.2
процес	40.2

Результати аналізу опитувальника
«Оцінка рівня організаційної культури» І. Ладанова
(модифікація Л. Карамушки, М. Станіславської)

Показник	N Валідні	Медіана	Мода	Стандартне відхилення	Розмах	Мінімум	Максимум	Сума	
Робота	1	234	10	10	2.703	10	0	10	1989
	2	234	10	10	2.694	10	0	10	1922
	3	234	10	10	2.165	10	0	10	2089
	4	234	10	10	1.186	10	0	10	2248
	5	234	10	10	1.724	10	0	10	2191
	6	234	10	10	1.474	10	0	10	2246
	7	234	10	10	1.840	10	0	10	2145
Комунікації	1	234	10	10	2.315	10	0	10	2032
	2	234	10	10	1.838	10	0	10	2129
	3	234	10	10	2.294	10	0	10	1996
	4	234	10	10	1.897	10	0	10	2134
	5	234	10	10	2.566	10	0	10	1987
	6	234	10	10	2.899	10	0	10	1881
Управління	1	234	10	10	1.626	10	0	10	2161
	2	234	10	10	1.792	10	0	10	2161
	3	234	10	10	2.732	10	0	10	1891
	4	234	10	10	2.122	10	0	10	2101
	5	234	9	10	2.792	10	0	10	1864
	6	234	10	10	2.408	10	0	10	2088
	7	234	9	10	3.046	10	0	10	1818
	8	234	10	10	2.491	10	0	10	1962
Мотивація й мораль	1	234	10	10	2.454	10	0	10	2075
	2	234	10	10	1.991	10	0	10	2102
	3	234	10	10	1.584	10	0	10	2186
	4	234	10	10	1.754	10	0	10	2158
	5	234	10	10	2.353	10	0	10	2033
	6	234	10	10	1.596	10	0	10	2197
	7	234	10	10	1.644	10	0	10	2173
	8	234	10	10	2.097	10	0	10	2126

**Дослідження наявності статистичного зв'язку між віком та показниками
організаційної культури майбутнього місця роботи**

Вік * Рівень Робота**Crosstab**

Count

	Рівень Робота				Total
	мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Вік					
від 18 до 29	18	0	0	67	85
від 30 до 39	14	1	0	59	74
від 40 до 49	11	1	0	34	46
від 50 і більше	9	0	1	19	29
Total	52	2	1	179	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	11,330 ^a	9	,254	,228 ^b	,225	,231
Likelihood Ratio	9,024	9	,435	,420 ^b	,416	,424
Fisher's Exact Test	9,198			,331 ^b	,327	,335
N of Valid Cases	234					

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 403768731.

Вік * Рівень Комунікації**Crosstab**

Count

	Рівень Комунікації				Total
	мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Вік					
від 18 до 29	31	6	2	46	85
від 30 до 39	19	1	1	53	74
від 40 до 49	11	2	0	33	46
від 50 і більше	10	0	0	19	29
Total	71	9	3	151	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	11,102 ^a	9	,269	,261 ^b	,257	,265
Likelihood Ratio	13,031	9	,161	,210 ^b	,207	,213
Fisher's Exact Test	9,719			,288 ^b	,284	,291
N of Valid Cases	234					

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .37.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 403768731.

Вік * Рівень Управління**Crosstab**

Count

	Рівень Управління				Total
	мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Вік					
від 18 до 29	28	5	1	51	85
від 30 до 39	16	1	0	57	74
від 40 до 49	10	3	0	33	46
від 50 і більше	11	1	0	17	29
Total	65	10	1	158	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	10,006 ^a	9	,350	,345 ^b	,341	,349
Likelihood Ratio	10,668	9	,299	,289 ^b	,285	,293
Fisher's Exact Test	10,778			,229 ^b	,226	,233
N of Valid Cases	234					

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 403768731.

Вік * Рівень Мотивація й мораль**Crosstab**

Count

		Рівень Мотивація й мораль			Total
		мажорно	помітна зневіра	чудово	
Вік	від 18 до 29	18	1	66	85
	від 30 до 39	9	2	63	74
	від 40 до 49	10	3	33	46
	від 50 і більше	8	0	21	29
Total		45	6	183	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	8,319 ^a	6	,216	,208 ^b	,205	,211
Likelihood Ratio	8,526	6	,202	,257 ^b	,253	,260
Fisher's Exact Test	7,566			,219 ^b	,215	,222
N of Valid Cases	234					

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 403768731.

Вік * Індекс бажаної ОК Crosstabulation

Count

		Індекс бажаної ОК			Total
		високий	дуже високий	середній	
Вік	від 18 до 29	41	42	2	85
	від 30 до 39	21	51	2	74
	від 40 до 49	17	26	3	46
	від 50 і більше	12	16	1	29
Total		91	135	8	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	8,461 ^a	6	,206	,200 ^b	,199	,201
Likelihood Ratio	8,269	6	,219	,273 ^b	,271	,274
Fisher's Exact Test	8,590			,162 ^b	,161	,163
N of Valid Cases	234					

a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,99.

b. Based on 1000000 sampled tables with starting seed 1502173562.

Вік * Сила ОК Crosstabulation

Count

		Сила ОК					Total	
		висока	низька	помірна	потужна	середня		слабка
Вік	від 18 до 29	37	4	9	17	17	1	85
	від 30 до 39	36	0	4	18	16	0	74
	від 40 до 49	15	2	6	7	15	1	46
	від 50 і більше	15	0	5	4	5	0	29
Total		103	6	24	46	53	2	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	16,684 ^a	15	,338	,332 ^b	,331	,333
Likelihood Ratio	19,546	15	,190	,238 ^b	,237	,239
Fisher's Exact Test	16,345			,280 ^b	,279	,281
N of Valid Cases	234					

a. 10 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,25.

b. Based on 1000000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Дослідження наявності статистичного зв'язку між статтю та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи

Стать * Рівень Робота

Crosstab

Count

		Рівень Робота				Total
		мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Стать	ж	31	1	1	120	153
	ч	21	1	0	59	81
Total		52	2	1	179	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1,720 ^a	3	,633	,755 ^b	,752	,759
Likelihood Ratio	2,014	3	,569	,825 ^b	,822	,828
Fisher's Exact Test	2,052			,638 ^b	,634	,642
N of Valid Cases	234					

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .35.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 1421288173.

Стать * Рівень Комунікації

Crosstab

Count

		Рівень Комунікації				Total
		мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Стать	ж	39	7	2	105	153
	ч	32	2	1	46	81
Total		71	9	3	151	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	5,192 ^a	3	,158	,153 ^b	,150	,156
Likelihood Ratio	5,134	3	,162	,200 ^b	,196	,203
Fisher's Exact Test	5,156			,148 ^b	,146	,151
N of Valid Cases	234					

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.04.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 1421288173.

Стать * Рівень Управління

Crosstab

Count

		Рівень Управління				Total
		мажорно	помітна зневіра	тенденція до занепаду	чудово	
Стать	ж	35	5	1	112	153
	ч	30	5	0	46	81
Total		65	10	1	158	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	7,512 ^a	3	,057	,041 ^b	,039	,042
Likelihood Ratio	7,687	3	,053	,052 ^b	,050	,054
Fisher's Exact Test	7,495			,040 ^b	,039	,042
N of Valid Cases	234					

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .35.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 1421288173.

Стать * Рівень Мотивація й мораль

Crosstab

Count

		Рівень Мотивація й мораль			Total
		мажорно	помітна зневіра	чудово	
Стать	ж	22	2	129	153
	ч	23	4	54	81
Total		45	6	183	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	10,242 ^a	2	,006	,006 ^b	,005	,006
Likelihood Ratio	9,846	2	,007	,008 ^b	,007	,009
Fisher's Exact Test	9,951			,006 ^b	,005	,006
N of Valid Cases	234					

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.08.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 1421288173.

Стать * Индекс бажаної ОК

Crosstab

Count

		Індекс бажаної ОК			Total
		високий	дуже високий	середній	
Стать	ж	55	93	5	153
	ч	36	42	3	81
Total		91	135	8	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	75% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1,745 ^a	2	,418	,452 ^b	,451	,452
Likelihood Ratio	1,738	2	,419	,452 ^b	,451	,452
Fisher's Exact Test	1,849			,377 ^b	,377	,378
N of Valid Cases	234					

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,77.

b. Based on 1000000 sampled tables with starting seed 92208573.

Стать * Сила ОК

Crosstab

Count

		Сила ОК					Total	
		висока	низька	помірна	потужна	середня		слабка
Стать	ж	70	1	15	28	39	0	153
	ч	33	5	9	18	14	2	81
Total		103	6	24	46	53	2	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	75% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	12,449 ^a	5	,029	,023 ^b	,023	,023
Likelihood Ratio	12,741	5	,026	,032 ^b	,031	,032
Fisher's Exact Test	11,321			,032 ^b	,032	,032
N of Valid Cases	234					

a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,69.

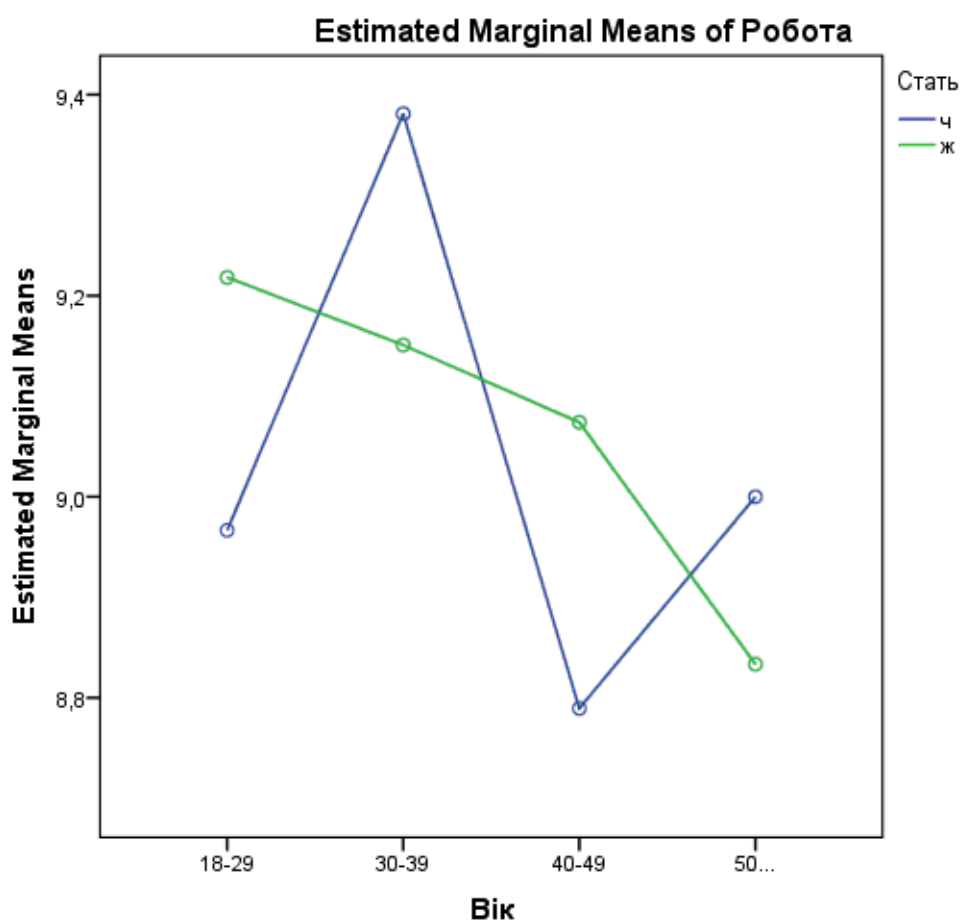
b. Based on 1000000 sampled tables with starting seed 92208573.

**Вплив соціально-демографічних чинників на особливості вираженості
показників організаційної культури майбутнього місця роботи
(метод дисперсійного аналізу одновимірної лінійної моделі)**

Univariate Analysis of Variance

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Робота					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,477 ^a	7	,211	,906	,503
Intercept	2496,852	1	2496,852	10718,299	,000
Вік	,881	3	,294	1,260	,289
Стать	,037	1	,037	,158	,691
Вік * Стать	,351	3	,117	,502	,681
Error	52,647	226	,233		
Total	3341,000	234			
Corrected Total	54,124	233			

a. R Squared =,027 (Adjusted R Squared = -,003)



Univariate Analysis of Variance

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Комунікації					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	5,566 ^a	7	,795	2,056	,049
Intercept	2338,105	1	2338,105	6046,486	,000
Вік	4,067	3	1,356	3,505	,016
Стать	,675	1	,675	1,747	,188
Вік * Стать	1,779	3	,593	1,533	,207
Error	87,392	226	,387		
Total	3094,000	234			
Corrected Total	92,957	233			

a. R Squared =,060 (Adjusted R Squared =,031)

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Управління					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	4,494 ^a	7	,642	1,899	,071
Intercept	2336,727	1	2336,727	6911,254	,000
Вік	2,272	3	,757	2,240	,084
Стать	1,792	1	1,792	5,301	,022
Вік * Стать	,536	3	,179	,529	,663
Error	76,412	226	,338		
Total	3154,000	234			
Corrected Total	80,906	233			

a. R Squared =,056 (Adjusted R Squared =,026)

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Мотивація й мораль					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3,657 ^a	7	,522	2,295	,028
Intercept	2495,974	1	2495,974	10962,116	,000
Вік	,917	3	,306	1,342	,261
Стать	1,924	1	1,924	8,448	,004
Вік * Стать	,634	3	,211	,928	,428
Error	51,458	226	,228		
Total	3357,000	234			
Corrected Total	55,115	233			

a. R Squared =,066 (Adjusted R Squared =,037)

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Індекс бажаної організаційної культури					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	2,770 ^a	7	,396	1,254	,274
Intercept	2254,612	1	2254,612	7146,162	,000
Вік	2,032	3	,677	2,147	,095
Стать	,147	1	,147	,467	,495
Вік * Стать	,830	3	,277	,877	,453
Error	71,303	226	,315		
Total	3011,000	234			
Corrected Total	74,073	233			

a. R Squared =,037 (Adjusted R Squared =,008)

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Сила організаційної культури					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	13,464 ^a	7	1,923	1,790	,090
Intercept	3861,256	1	3861,256	3593,126	,000
Вік	10,483	3	3,494	3,252	,023
Стать	1,222	1	1,222	1,137	,287
Вік * Стать	2,887	3	,962	,895	,444
Error	242,865	226	1,075		
Total	5343,000	234			
Corrected Total	256,329	233			

a. R Squared =,053 (Adjusted R Squared =,023)

**Критерій узгодженості Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Вілка
(шкали усіх методик)**

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Робота	,284	227	,000	,752	227	,000
Комунікації	,220	227	,000	,784	227	,000
Управління	,265	227	,000	,817	227	,000
Мотивація й мораль	,324	227	,000	,704	227	,000
Індекс бажаної організаційної культури	,164	227	,000	,860	227	,000
Сила організаційної культури	,091	227	,000	,970	227	,000
Матеріальні потреби	,079	227	,002	,985	227	,018
Потреби у безпеці	,074	227	,004	,983	227	,008
Соціальні потреби	,097	227	,000	,980	227	,003
Потреби у визнанні	,081	227	,001	,967	227	,000
Потреби у самовираженні	,084	227	,000	,976	227	,001
Процес	,139	227	,000	,960	227	,000
Результат	,144	227	,000	,956	227	,000
Альтруїзм	,135	227	,000	,958	227	,000
Егоїзм	,153	227	,000	,947	227	,000
Праця	,150	227	,000	,965	227	,000
Свобода	,151	227	,000	,957	227	,000
Влада	,132	227	,000	,951	227	,000
Гроші	,170	227	,000	,920	227	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Зв'язок між основними потребами та показниками організаційної культури майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції Спірмена (r_s))

Correlations

		Матеріальні потреби	Потреби у безпеці	Соціальні потреби	Потреби у визнанні	Потреби у само-вираженні	
Spearman's rho		Sig. (2-tailed)	,791	,088	,152	,592	,470
		N	227	227	227	227	227
	Робота	Correlation Coefficient	-,031	,026	,033	,022	-,039
		Sig. (2-tailed)	,645	,696	,616	,747	,555
		N	227	227	227	227	227
	Комунікації	Correlation Coefficient	-,040	-,051	,037	-,053	,063
		Sig. (2-tailed)	,548	,441	,578	,427	,345
		N	227	227	227	227	227
	Управління	Correlation Coefficient	-,038	,040	-,012	,027	-,006
		Sig. (2-tailed)	,572	,548	,853	,686	,926
		N	227	227	227	227	227
	Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	-,054	,043	,065	-,012	-,036
		Sig. (2-tailed)	,418	,517	,333	,859	,588
		N	227	227	227	227	227
	Індекс бажаної ОК	Correlation Coefficient	-,058	,014	,033	-,023	,024
		Sig. (2-tailed)	,384	,839	,616	,726	,716
		N	227	227	227	227	227
	Сила бажаної ОК	Correlation Coefficient	,002	-,107	,026	-,139*	,186**
		Sig. (2-tailed)	,980	,108	,696	,036	,005
		N	227	227	227	227	227
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,456	,002	,000
		N	227	227	227	227	227
		Sig. (2-tailed)	,000	,125	,002	,751	,007
		N	227	227	227	227	227

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Зв'язок між задоволеністю основних потреб та показниками
організаційної культури майбутнього місця роботи
(коефіцієнт кореляції Спірмена (r_s))**

Spearman's rho		матеріальні потреби			потреби у безпеці
		незадоволені	частково задоволені	задоволені	незадоволені
Робота	Correlation Coefficient	.189	-.028	.145	-0.296
	Sig. (2-tailed)	.257	.734	.361	0.305
	N	38	147	42	14
Комунікації	Correlation Coefficient	.163	-.031	.179	-0.19
	Sig. (2-tailed)	.328	.712	.257	0.516
	N	38	147	42	14
Управління	Correlation Coefficient	.241	-.023	-.077	-0.431
	Sig. (2-tailed)	.146	.780	.627	0.124
	N	38	147	42	14
Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	.123	-.045	-.035	-0.132
	Sig. (2-tailed)	.460	.588	.826	0.653
	N	38	147	42	14
Індекс бажаної організаційної культури	Correlation Coefficient	.181	-.051	.062	-0.411
	Sig. (2-tailed)	.277	.540	.695	0.144
	N	38	147	42	14
Сила організаційної культури	Correlation Coefficient	.109	.126	-.052	.604*
	Sig. (2-tailed)	.517	.128	.744	0.022
	N	38	147	42	14

* $p < 0,05$

Spearman's rho		потреби у безпеці		соціальні потреби	
		частково задоволені	задоволені	незадоволені	частково задоволені
Робота	Correlation Coefficient	-.042	-.004	0.339	-.019
	Sig. (2-tailed)	.580	.984	0.258	.835
	N	176	37	13	121
Комунікації	Correlation Coefficient	-.084	.036	0.338	-.025
	Sig. (2-tailed)	.267	.835	0.259	.786
	N	176	37	13	121
Управління	Correlation Coefficient	-.046	.105	0.340	.012
	Sig. (2-tailed)	.545	.536	0.256	.899
	N	176	37	13	121
Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	-.048	.166	0.340	.070
	Sig. (2-tailed)	.527	.326	0.256	.447
	N	176	37	13	121
Індекс бажаної організаційної культури	Correlation Coefficient	-.062	.093	0.416	.012
	Sig. (2-tailed)	.416	.586	0.158	.897
	N	176	37	13	121
Сила організаційної культури	Correlation Coefficient	-.028	-.269	-0.106	-.170
	Sig. (2-tailed)	.708	.108	0.732	.063
	N	176	37	13	121

* $p < 0,05$

Spearman's rho		соціальні потреби	потреби у визнанні		
		задоволені	незадоволені	частково задоволені	задоволені
Робота	Correlation Coefficient	-.029	.117	.164*	-.176
	Sig. (2-tailed)	.782	.586	0.024	.565
	N	93	24	190	13
Комунікації	Correlation Coefficient	-.096	-.108	0.085	.243
	Sig. (2-tailed)	.358	.616	0.246	.423
	N	93	24	190	13
Управління	Correlation Coefficient	-.121	.186	0.051	.087
	Sig. (2-tailed)	.249	.384	0.481	.777
	N	93	24	190	13
Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	-.014	-.101	0.07	-.334
	Sig. (2-tailed)	.897	.639	0.336	.264
	N	93	24	190	13
Індекс бажаної організаційної культури	Correlation Coefficient	-.096	-.031	0.093	.044
	Sig. (2-tailed)	.362	.885	0.201	.887
	N	93	24	190	13
Сила організаційної культури	Correlation Coefficient	-.141	.016	-0.142	-.321
	Sig. (2-tailed)	.179	.942	0.05	.285
	N	93	24	190	13

* $p < 0,05$

Spearman's rho		потреби у самовираженні		
		незадоволені	частково задоволені	задоволені
Робота	Correlation Coefficient	-0.290*	.086	.138
	Sig. (2-tailed)	0.014	.341	.452
	N	71	124	32
Комунікації	Correlation Coefficient	-0.189	.065	-.226
	Sig. (2-tailed)	0.115	.474	.213
	N	71	124	32
Управління	Correlation Coefficient	-0.134	.061	-.023
	Sig. (2-tailed)	0.267	.502	.899
	N	71	124	32
Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	-0.156	.035	-.096
	Sig. (2-tailed)	0.195	.701	.600
	N	71	124	32
Індекс бажаної організаційної культури	Correlation Coefficient	-0.149	.075	-.092
	Sig. (2-tailed)	0.215	.407	.617
	N	71	124	32
Сила організаційної культури	Correlation Coefficient	0.072	.064	.000
	Sig. (2-tailed)	0.55	.480	1.000
	N	71	124	32

* $p < 0,05$

Додаток П

**Зв'язок між вираженими установками «процес – результат»,
«альтруїзм – егоїзм» та показниками бажаної організаційної культури
майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції Спірмена (r_s))**

			Процес	Результат	Процес = Результат	Альтруїзм	Егоїзм	Альтруїзм = Егоїзм
Spearman's rho	Робота	Correlation Coefficient	-,023	,096	-,140	,068	,137	,142
		Sig. (2- tailed)	,827	,336	,452	,402	,363	,489
		N	92	103	31	154	46	26
	Комунікації	Correlation Coefficient	-,016	,008	-,125	,060	,130	,206
		Sig. (2- tailed)	,881	,938	,504	,462	,389	,313
		N	92	103	31	154	46	26
	Управління	Correlation Coefficient	,033	,060	-,035	,018	,095	,107
		Sig. (2- tailed)	,756	,549	,852	,821	,530	,602
		N	92	103	31	154	46	26
	Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	,047	,060	-,150	,035	,269	-,063
		Sig. (2- tailed)	,654	,547	,420	,666	,071	,759
		N	92	103	31	154	46	26
	Індекс бажаної ОК	Correlation Coefficient	,065	,056	-,133	,030	,137	,105
		Sig. (2- tailed)	,540	,576	,476	,710	,366	,611
		N	92	103	31	154	46	26
	Сила баж. ОК	Correlation Coefficient	,226*	-,002	,152	,088	-,147	,000
		Sig. (2- tailed)	,030	,983	,416	,279	,330	1,000
		N	92	103	31	154	46	26

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Зв'язок між установками на «свободу – владу», «праця – гроші»
та показниками бажаної організаційної культури
майбутнього місця роботи (коефіцієнт кореляції Спірмена (r_s))**

			Праця	Гроші	Праця = Гроші	Свобода	Влада	Свобода = Владa
Spearman's rho	Робота	Correlation Coefficient	,080	-,087	-,051	-,018	-,019	,567**
		Sig. (2- tailed)	,658	,463	,784	,819	,847	,007
		N	33	74	31	162	111	21
	Комунікації	Correlation Coefficient	-,072	-,125	-,290	,060	-,044	,192
		Sig. (2- tailed)	,691	,290	,113	,452	,644	,405
		N	33	74	31	162	111	21
	Управління	Correlation Coefficient	-,052	-,051	-,319	,077	-,037	,291
		Sig. (2- tailed)	,772	,667	,081	,329	,697	,200
		N	33	74	31	162	111	21
	Мотивація й мораль	Correlation Coefficient	,042	-,149	-,189	-,047	,005	,265
		Sig. (2- tailed)	,818	,205	,309	,556	,962	,246
		N	33	74	31	162	111	21
	Індекс бажаної ОК	Correlation Coefficient	,032	-,104	-,269	,026	-,051	,477*
		Sig. (2- tailed)	,859	,379	,143	,746	,593	,029
		N	33	74	31	162	111	21
	Сила баж. ОК	Correlation Coefficient	,051	-,055	,061	,178*	,101	-,147
		Sig. (2- tailed)	,780	,641	,744	,024	,294	,525
		N	33	74	31	162	111	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Дослідження наявності зв'язку між розподілом досліджуваних за
групами та ступенем задоволеності основних потреб**

Cluster Number * Матеріальні Потреби

Crosstab

Count

	Матеріальні Потреби			Total
	Задоволені	Незадоволені	Частково задоволені	
Cluster Number 1	21	16	66	103
Cluster Number 2	13	13	55	81
Cluster Number 3	5	10	25	40
Cluster Number 4	3	0	7	10
Total	42	39	153	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,595 ^a	6	,470	,474
Likelihood Ratio	6,973	6	,323	,380
Fisher's Exact Test	5,282			,496
N of Valid Cases	234			

a. 2 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.67.

Cluster Number * Потреби у безпеці

Crosstab

Count

	Потреби у безпеці			Total
	Задоволені	Незадоволені	Частково задоволені	
Cluster Number 1	17	13	73	103
Cluster Number 2	14	2	65	81
Cluster Number 3	4	1	35	40
Cluster Number 4	2	0	8	10
Total	37	16	181	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,380 ^a	6	,077	,078
Likelihood Ratio	12,257	6	,056	,068
Fisher's Exact Test	9,796			,103
N of Valid Cases	234			

a. 3 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .68.

Cluster Number * Потреби у самовираженні**Crosstab**

Count

	Потреби у самовираженні			Total
	Задоволені	Незадоволені	Частково задоволені	
Cluster Number 1	11	32	60	103
Cluster Number 2	15	20	46	81
Cluster Number 3	6	16	18	40
Cluster Number 4	1	4	5	10
Total	33	72	129	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,493 ^a	6	,482	,487
Likelihood Ratio	5,482	6	,484	,531
Fisher's Exact Test	5,591			,458
N of Valid Cases	234			

a. 2 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.41.

Cluster Number * Соціальні потреби**Crosstab**

Count

	Соціальні потреби			Total
	Задоволені	Незадоволені	Частково задоволені	
Cluster Number 1	39	6	58	103
Cluster Number 2	37	6	38	81
Cluster Number 3	15	0	25	40
Cluster Number 4	5	1	4	10
Total	96	13	125	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,845 ^a	6	,441	,441
Likelihood Ratio	7,957	6	,241	,274
Fisher's Exact Test	6,456			,341
N of Valid Cases	234			

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .56.

Cluster Number * Потреби у визнанні**Crosstab**

Count

	Потреби у визнанні			Total
	Задоволені	Незадоволені	Частково задоволені	
1	8	8	87	103
2	3	15	63	81
3	3	3	34	40
4	0	1	9	10
Total	14	27	193	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,645 ^a	6	,265	,253
Likelihood Ratio	8,010	6	,237	,281
Fisher's Exact Test	6,646			,302
N of Valid Cases	234			

a. 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .60.

**Дослідження наявності зв'язку між розподілом досліджуваних за
групами та рівнем вираженості соціально-психологічних установок у
мотиваційно-потребовій сфері**

Cluster Number * Процес**Crosstab**

Count

	Процес			Total
	високий	низький	середній	
Cluster Number 1	46	12	45	103
Cluster Number 2	31	6	44	81
Cluster Number 3	20	7	13	40
Cluster Number 4	5	0	5	10
Total	102	25	107	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	7,708 ^a	6	,260	,256 ^b	,252	,259
Likelihood Ratio	8,689	6	,192	,215 ^b	,212	,218
Fisher's Exact Test	7,178			,280 ^b	,276	,284
N of Valid Cases	234					

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.07.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Результат**Crosstab**

Count

	Результат				Total
	високий	відсутність	низький	середній	
Cluster Number 1	48	0	7	48	103
Cluster Number 2	39	0	9	33	81
Cluster Number 3	14	2	2	22	40
Cluster Number 4	2	0	1	7	10
Total	103	2	19	110	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	16,206 ^a	9	,063	,082 ^b	,080	,084
Likelihood Ratio	13,803	9	,130	,119 ^b	,116	,121
Fisher's Exact Test	12,795			,125 ^b	,123	,128
N of Valid Cases	234					

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Альтруїзм**Crosstab**

Count

	Cluster Number	Альтруїзм				Total
		високий	відсутність	низький	середній	
	1	53	1	13	36	103
	2	29	0	19	33	81
	3	16	1	9	14	40
	4	3	0	4	3	10
	Total	101	2	45	86	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	11,369 ^a	9	,251	,250 ^b	,247	,254
Likelihood Ratio	11,454	9	,246	,247 ^b	,244	,251
Fisher's Exact Test	12,266			,160 ^b	,157	,163
N of Valid Cases	234					

a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Егоїзм**Crosstab**

Count

		Егоїзм				Total
		високий	відсутність	низький	середній	
Cluster Number	1	10	2	56	35	103
	2	10	2	40	29	81
	3	5	0	18	17	40
	4	2	0	5	3	10
Total		27	4	119	84	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	3,402 ^a	9	,946	,945 ^b	,943	,947
Likelihood Ratio	4,111	9	,904	,933 ^b	,931	,935
Fisher's Exact Test	3,797			,938 ^b	,936	,940
N of Valid Cases	234					

a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Праця**Crosstab**

Count

		Праця				Total
		високий	відсутність	низький	середній	
Cluster Number	1	27	1	29	46	103
	2	15	0	22	44	81
	3	5	0	8	27	40
	4	0	0	5	5	10
Total		47	1	64	122	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	12,140 ^a	9	,206	,170 ^b	,167	,173
Likelihood Ratio	14,140	9	,117	,088 ^b	,086	,090
Fisher's Exact Test	13,151			,140 ^b	,137	,143
N of Valid Cases	234					

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Свобода**Crosstab**

Count

		Свобода			Total
		високий	низький	середній	
Cluster Number	1	61	10	32	103
	2	43	8	30	81
	3	24	2	14	40
	4	5	0	5	10
Total		133	20	81	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	3,427 ^a	6	,754	,764 ^b	,761	,768
Likelihood Ratio	4,303	6	,636	,689 ^b	,685	,693
Fisher's Exact Test	2,783			,838 ^b	,835	,841
N of Valid Cases	234					

a. 3 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Влада**Crosstab**

Count

		Влада				Total
		високий	відсутність	низький	середній	
Cluster Number	1	13	9	48	33	103
	2	9	5	31	36	81
	3	6	0	20	14	40
	4	1	1	7	1	10
Total		29	15	106	84	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	10,437 ^a	9	,316	,310 ^b	,306	,313
Likelihood Ratio	13,378	9	,146	,174 ^b	,171	,177
Fisher's Exact Test	11,006			,232 ^b	,228	,235
N of Valid Cases	234					

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .64.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Cluster Number * Гроші**Crosstab**

Count

		Гроші				Total
		високий	відсутність	низький	середній	
Cluster Number	1	10	2	68	23	103
	2	8	4	53	16	81
	3	3	5	14	18	40
	4	1	1	5	3	10
Total		22	12	140	60	234

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	19,758 ^a	9	,019	,021 ^b	,020	,023
Likelihood Ratio	18,813	9	,027	,033 ^b	,031	,034
Fisher's Exact Test	19,731			,010 ^b	,009	,011
N of Valid Cases	234					

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .51.

b. Based on 100000 sampled tables with starting seed 2000000.

Анкета для дослідження ефективності індивідуального психологічного консультування особистості як суб'єкта вибору організаційної культури майбутнього місця роботи (розроблено автором на основі аналізу літератури)

Шановний(-а) пан(-і)!

Просимо Вас оцінити сеанс індивідуального психологічного консультування. Результати даного опитування будуть використані в узагальненому вигляді. Ваші щирі відповіді дуже важливі та допоможуть вдосконалити систему консультативної підтримки.

Прізвище, ім'я, по-батькові _____

Вік _____

1. Перед сеансом психологічного консультування Ви сподівались, що:

- психолог-консультант допоможе знайти роботу;
- психолог-консультант одразу запропонує на вибір декілька привабливих вакансій;
- психолог-консультант зорієнтує на ринку праці;
- психолог-консультант допоможе дізнатись про себе щось нове;
- психолог-консультант навчить правильно поводитись під час співбесіди;
- психолог-консультант прочитає міні-лекцію на тему організаційної культури;
- психолог-консультант розповість про розмежування понять «організаційна» та «корпоративна» культури;
- психолог-консультант просто вислухає, пожаліє та погодиться, що Ви рухаетесь у правильному напрямку;
- психолог-консультант порекомендує приймати седативні (заспокійливі) препарати;
- психолог-консультант надасть психологічну підтримку;
- Ваш варіант(-и) _____

2. Сеанс психологічного консультування переважно супроводжувався для Вас такими почуттями як:

- занепокоєння;
- втома;
- безпорадність;
- напруженість;
- бадьорість;
- захоплення;
- цікавість;
- довіра;

- Ваш варіант(-и) _____
3. Ваше сприйняття сеансу психологічного консультування в цілому:
- позитивне – психолог-консультант компетентно допоміг переглянути власні погляди на питання вибору організаційної культури майбутнього місця роботи;
- негативне – марно витрачений час;
- Ваш варіант(-и) _____
4. Чи будете Ви рекомендувати родичам та знайомим, які обирають майбутнє місце роботи, звертатись за допомогою до психолога-консультанта?
- так;
- ні;
- Ваш варіант(-и) _____
5. Якщо бажаєте, залиште Ваші зауваження та пропозиції _____
-

*Щиро дякуємо за участь в опитуванні та бажаємо Вам вдалого вибору
організаційної культури майбутнього місця роботи!*