

УДК 658.114.25:336.74:159.9

Карамушка Л. М., Паршак О. І.

ОЦІНКА ПЕРСОНАЛОМ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ: ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОФЕСІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЛУ

Карамушка Л. М., Паршак О. І. Оцінка персоналом комерційних організацій чинників формування ставлення до грошей: вплив соціально-демографічних та організаційно-професійних характеристик персоналу. У статті на основі емпіричного дослідження проаналізовано особливості оцінки працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей. Проаналізовано зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, та соціально-демографічними характеристиками працівників (вік, сімейний стан, наявність дітей, стать). Досліджено зв'язок між оцінкою персоналом комерційних організацій чинників формування ставлення до грошей та організаційно-професійними характеристиками працівників (рівень освіти, загальний трудовий стаж, стаж роботи в компанії, посада в організації). Визначено низку важливих напрямків оптимізації ставлення до грошей у працівників комерційних організацій.

Ключові слова: комерційні організації; працівники комерційних організацій; оцінка працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей; соціально-демографічні характеристики працівників; організаційно-професійні характеристики працівників; напрямки оптимізації ставлення до грошей персоналу комерційних організацій.

Карамушка Л. Н., Паршак А. И. Оценка персоналом коммерческих организаций факторов формирования отношения к деньгам: влияние социально-демографических и организационно-профессиональных характеристик персонала. В статье на основе эмпирического исследования проанализированы особенности оценки работниками коммерческих организаций факторов, которые влияют на их отношение к деньгам. Проанализирована связь между оценкой работниками коммерческих организаций факторов, которые влияют на их отношение к деньгам, и социально-демографическими характеристиками работников (возраст, семейное положение, наличие детей, пол). Исследована связь между оценкой персоналом коммерческих организаций факторов формирования отношения к деньгам и организационно-профессиональными характеристиками работников (уровень образования, общий трудовой стаж, стаж работы в компании, должность в организации). Определен ряд важных направлений оптимизации отношения к деньгам у работников коммерческих организаций.

Ключевые слова: коммерческие организации; работники коммерческих организаций; оценка работниками коммерческих организаций факторов, которые влияют на их отношение к деньгам; социально-демографические характеристики работников, организационно-профессиональные характеристики работников; направления оптимизации отношения к деньгам персонала коммерческих организаций.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування комерційних організацій в Україні, які характеризуються демографічною кризою в країні, активним відтоком працівників за кордон та поширенням індивідуального підприємництва, дуже актуальною є проблема підбору персоналу. Це обумовлює необхідність підвищення ефективності діяльності персоналу організацій, зокрема комерційних, а отже, виявлення та дослідження психологічних феноменів, що пов'язані з особистістю в організації, її діяльністю, поведінкою, ставленням.

Одним із таких феноменів є ставлення персоналу комерційних організацій до грошей, оскільки ставлення людини до грошей впливає на її самооцінку та спосіб життя, реагування та ті чи інші економічні чи професійні ситуації, тобто обумовлює професійну успішність особистості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз психологічної літератури свідчить про те, що проблеми психології грошей знайшли відображення в роботах вітчизняних (Г. Авер'янова [1], І. Зубіашвілі [4], Л. Карамушка [6; 7], В. Комаровська [8], Г. Ложкін [9], С. Максименко [10], В. Москаленко [11], О. Нікітіна [12], М. Сімків [14], О. Ходакевич [6; 7; 18], М. Шкрєбець [19] та ін.) та зарубіжних (М. Аргайл [17], О. Дейнека [2], А. Журавльов [3], М. Семьонов [13], Т. Тенг [21], А. Фенько [16], А. Фернам [17; 20], К. Ямаучі [22] та ін.) учених. У цих працях розкрито сутність грошей, досліджено морально-етичні норми у ставленні до грошей, проаналізовано ставлення до грошей різних соціальних груп тощо. Однак, проблема ставлення персоналу вітчизняних комерційних організацій до грошей є практично не вивченою. Зокрема, не дослідженими є питання, які стосуються оцінки працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, та її зв'язку з соціально-демографічними та організаційно-професійними характеристиками працівників, що впливають на таку оцінку.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати оцінку працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на ставлення до грошей.

2. Проаналізувати зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників формування ставлення до грошей та соціально-демографічними характеристиками працівників.

3. Дослідити зв'язок між оцінкою персоналом комерційних організацій чинників формування ставлення до грошей та організаційно-професійними характеристиками працівників.

Методика та організація дослідження. Дослідження було проведене в 2018 році в ряді комерційних організаціях м. Дніпра. Дослідженням був охоплений 261 співробітник комерційних структур.

Для вивчення оцінки працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, використовувалися авторська анкета «Ставлення персоналу комерційних організацій до грошей», розроблена з урахуванням наявних у літературі підходів до вивчення означеної проблеми [6; 7; 19]. Соціально-демографічні та організаційно-професійні характеристики персоналу досліджувались за допомогою авторської анкети-«паспортички». Вони були визначені на основі розроблених в організаційній психології підходів [5; 15].

Статистична обробка даних здійснювалась за допомогою пакета статистичних програм SPSS (версія 22). Використовувалась описова статистика та кореляційний аналіз (коефіцієнт кореляції Спірмена).

За віковим складом учасники опитування були розподілені наступним чином: до 30 років – 23%, від 31 до 40 років – 42,9%, від 41 до 50 років – 15,7%, більше 50 років – 18,4%. Серед опитаних співробітників було 43,3% чоловіків та 56,7% жінок. Щодо сімейного стану, то опитані утворили такі групи: неодружені (незаміжні) – 25,7%, розлучені – 12,6%, одружені (заміжні) – 61,7%. У 64,0% опитаних є діти, в 36,0% дітей немає.

Опитані мають наступний рівень освіти: загальну середню та середню спеціальну освіту – 11,1%, незакінчену вищу – 8,4%, вищу – 80,5%. Загальний трудовий стаж у співробітників складає: до 5 років – 12,2%, від 5 до 10 років – 12,3%, понад 10 років – 75,5%. За стажем роботи в компанії опитані розподілилися наступним чином: до 5 років – 41%, від 5 до 10 років – 24,9%, понад 10 років – 34,1%. В комерційній організації опитані займають такі посади: спеціалісти – 42,9%, лінійні менеджери – 5,7%, менеджери середньої ланки – 37,5%, топ-менеджери – 13,8%.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження:

1. Оцінка працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей.

На *першому етапі дослідження* аналізувалась оцінка персоналом комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей.

Отримані відповіді працівників комерційних організацій за змістом та кількісним вираженням можна, на наш погляд, розподілити на шість груп (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей (у % від загальної кількості опитаних)

Чинники формування ставлення до грошей	%
Власні переконання, принципи, цінності	72,8
Власний життєвий досвід	66,7
Власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)	49,4
Рівень заробітної плати працівників	49,0
Власна сім'я (чоловік/дружина, діти)	28,4
Спеціальність працівників	20,7
Родина (батьки, брати/сестри)	19,2
Статус в компанії	12,3
Особливості професійної діяльності	10,3
Політика компанії, де працюють працівники, щодо нарахування заробітної плати	8,1
Засоби масової інформації та інтернет-ресурси	7,3
Колеги по роботі	6,9
Тренінги, семінари, дистанційні курси, які відвідують працівники	6,1
Політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення персоналу	6,1
Друзі	5,4
Спілкування в соціальних мережах	4,6
Організаційна культура в компанії	4,6
Соціально-психологічний клімат в компанії	4,6
Спеціальна література з цієї проблеми	3,1
Політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення соціально-незахищених верств населення	3,1
Політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення особливих категорій людей	3,1

Першу групу утворили чинники, які стосуються самих працівників комерційних організацій: «власні переконання, принципи, цінності» (72,8%), «власний життєвий досвід» (66,7%), «власні особистісні характеристики» (49,4%), «рівень заробітної плати працівників» (49,0%), «спеціальність працівників» (20,7%). На значущість таких чинників вказала найбільша кількість опитаних працівників комерційних організацій. На наш погляд, це можна оцінити як *позитивний факт*, оскільки він свідчить про достатньо активну позицію персоналу комерційних організацій щодо порушеної проблеми.

До **другої групи** належать чинники, які стосуються близького оточення працівників: «власна сім'я (чоловік/дружина, діти)» (28,4%), «родина (батьки, брати/сестри)» (19,2%). Значущість таких чинників було зазначено майже в середньому однією п'ятою частиною опитаних. Отже, дана група чинників є достатньо значущою для працівників комерційних організацій, що на наш погляд, можна також оцінити як *позитивний факт*, оскільки є свідченням того, що найближче оточення персоналу комерційних організацій відіграє досить суттєву роль у формуванні їх ставлення до такого важливого феномену життєдіяльності, як гроші.

Третю групу утворили чинники, що стосуються діяльності працівників у комерційній організації: «статус в компанії» (12,3%), «особливості професійної діяльності» (10,3%). Судячи з відповідей опитаних працівників комерційних організацій, значущість цієї групи чинників не є високою.

До **четвертої групи** належать чинники, які стосуються оточення працівників комерційних організацій: «колеги по роботі» (6,9%), «друзі» (5,4%). Аналізуючи відповіді опитаних працівників комерційних організацій, ми відзначаємо, що значущість цієї групи чинників є низькою.

П'яту групу склали чинники, що стосуються засобів масової комунікації та інтернет-ресурсів: «засоби масової інформації» (7,3%), «тренінги, семінари, дистанційні курси, які я відвідую» (6,1%), «спілкування в соціальних мережах» (4,6%), «спеціальна література з цієї проблеми» (3,1%). Судячи з відповідей опитаних працівників комерційних організацій, значущість цієї групи чинників також є низькою.

До **шостої групи** належать чинники, які стосуються політики та особливостей комерційної організації: «політика компанії, де працюють працівники, щодо нарахування заробітної плати» (8,4%), «політика компанії щодо соціального забезпечення персоналу» (6,1%), «організаційна культура в компанії, де працюють працівники» (4,6%), «соціально-психологічний клімат в компанії, де працюють працівники» (4,6%), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення соціально-незахищених верств населення» (3,1%), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення особливих категорій людей» (3,1%). Як бачимо, значущість такої групи чинників, яка займає останнє місце за ступенем вираженості, є низькою, що, на наш погляд, можна оцінити як *негативний факт*. Професійна діяльність займає дуже вагомий частину в життєдіяльності персоналу комерційних організацій, тому і чинники, які стосуються політики та особливостей комерційної організації, на наш погляд, повинні здійснювати більш вагомий вплив на ставлення до грошей працівників комерційних організацій.

Необхідно зауважити, що отримані дані в цілому близькі до даних, які отримані на вибірці студентів вищих навчальних закладів України [6; 7; 18], що проявляється, насамперед, у тому, що найбільш вагомими чинниками у ставлення персоналу комерційних організацій до грошей є власна активність працівників. Але, разом із тим, проявляються і певні відмінності між двома вибірками. Наприклад, у працівників комерційних організацій знижується, порівняно зі студентами, значущість таких чинників, як «родина (батьки, брати/сестри)» (19,2% проти 42,1%) та «друзі» (5,4% проти 17,4%). Також появляються такі нові, порівняно із студентами, позиції в оцінці чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, як «рівень заробітної плати працівників» (49,0% проти 0,0%), «власна сім'я (чоловік/дружина, діти)» (28,4% проти 0,0%), «статус в компанії» (12,3% проти 0,0%), «особливості професійної діяльності» (10,3% проти 0,0%) та ін. Отже, можна говорити про певні особливості економічної соціалізації працівників комерційних організацій, що обумовлено, скоріше за все, як соціально-професійними особливостями опитуваних, так і їх активною включеністю в процеси сімейної соціалізації, приналежністю до старших вікових груп тощо.

Отже, очевидно, можна говорити про те, що соціально-економічні, професійні та вікові ролі, які виконують опитувані, і певні етапи економічної соціалізації *вносять певні зміни в оцінку чинників, які впливають на їх ставлення до грошей.*

2. Зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, та соціально-демографічними характеристиками працівників.

Другий етап дослідження був спрямований на вивчення зв'язку між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей, та соціально-демографічними характеристиками працівників (вік, сімейний стан, наявність дітей, стать).

У процесі дослідження виявлено *наявність певної кількості статистично значущих зв'язків* за показниками оцінки працівниками комерційних організацій чинників, які впливають на їх ставлення до грошей (50 показників із 84 можливих, тобто більше половини) та соціально-демографічними характеристиками працівників (табл. 2).

Так, що стосується такого чинника, як «**вік**», то тут виявлено *позитивний статистично значущий зв'язок* між віком та оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей: «спеціальна література з цієї проблеми» ($r_s=0,210$, $p<0,01$) (табл. 2). Тобто чим старше за віком працівники комерційних організацій, тим більше вони довіряють професійній точці зору.

Зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та соціально-демографічними характеристиками працівників

Оцінка персоналом комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей	Соціально-демографічні характеристики (коефіцієнт кореляції (r_s))			
	Вік	Стать	Сімейний стан	Наявність дітей
Власні переконання, принципи, цінності	0,027	0,196**	-0,042	0,008
Власний життєвий досвід	0,067	0,022	-0,098	-0,040
Власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)	0,010	0,075	-0,271**	-0,280**
Рівень Вашої заробітної плати	-0,069	-0,055	-0,030	-0,174**
Власна сім'я (чоловік/дружина, діти)	-0,106	-0,051	0,119	0,153*
Ваша спеціальність	-0,071	-0,145*	-0,184**	-0,267**
Родина (батьки, брати/сестри)	-0,061	-0,203**	0,001	-0,162**
Статус в компанії	-0,279**	-0,192**	-0,109	-0,182**
Особливості професійної діяльності	-0,251**	-0,008	-0,279**	-0,348**
Політика Вашої компанії щодо нарахування заробітної плати	-0,084	-0,125*	-0,098	-0,002
Засоби масової інформації	0,035	-0,202**	-0,184**	-0,158*
Колеги по роботі	-0,051	-0,220**	-0,132*	-0,048
Тренінги, семінари, дистанційні курси, які я відвіую	-0,054	-0,251**	-0,162**	-0,140*
Політика компанії щодо соціального забезпечення персоналу	-0,206**	-0,035	-0,332**	-0,208**
Друзі	-0,037	-0,170**	-0,162**	-0,176**
Спілкування в соціальних мережах	-0,054	-0,251**	-0,162**	-0,140*
Організаційна культура в Вашій компанії	-0,009	-0,104	-0,162**	-0,140*
Соціально-психологічний клімат в Вашій компанії	-0,054	-0,251**	-0,162**	-0,140*
Спеціальна література з цієї проблеми	0,210**	-0,024	0,137*	0,133*
Політика компанії щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення	-0,143*	-0,204**	-0,265**	-0,237**
Політика Вашої компанії щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)	-0,143*	-0,204**	-0,265**	-0,237**

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

Однак, при цьому виявлено *негативний статистично значущий зв'язок* між віком та оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей: «статус в компанії» ($r_s = -0,279$, $p < 0,01$), «особливості професійної діяльності» ($r_s = -0,251$, $p < 0,01$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення персоналу» ($r_s = -0,206$, $p < 0,01$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення» ($r_s = -0,143$, $p < 0,05$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = -0,143$, $p < 0,05$). Тобто мова йде про те, що з віком зменшується вплив чинників, що пов'язані з компанією, в якій працює співробітник.

У процесі дослідження виявлено також зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей і такою характеристикою персоналу, як «*стать*» (табл. 2). Так, виявлено, що на ставлення до грошей жінок більше впливають такі чинники, як: «власні переконання, принципи, цінності» ($r_s = 0,196$, $p < 0,01$), в той час, як на ставлення до грошей чоловіків більше впливають такі чинники: «спеціальність» ($r_s = -0,145$, $p < 0,05$), «родина (батьки, брати/сестри)» ($r_s = -0,203$, $p < 0,01$), «статус в компанії» ($r_s = -0,192$, $p < 0,01$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо нарахування заробітної плати» ($r_s = -0,125$, $p < 0,05$), «засоби масової інформації» ($r_s = -0,202$, $p < 0,01$), «колеги по роботі» ($r_s = -0,220$, $p < 0,01$), «тренінги, семінари, дистанційні курси, які відвіують працівники» ($r_s = -$

0,251, $p < 0,01$), «друзі» ($r_s = -0,170$, $p < 0,01$), «спілкування в соціальних мережах» ($r_s = -0,251$, $p < 0,01$), «соціально-психологічний клімат у компанії, де працюють працівники» ($r_s = -0,251$, $p < 0,01$), «політика компанії політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення соціально-незахищених верств населення» ($r_s = -0,204$, $p < 0,01$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = -0,204$, $p < 0,01$). Тобто, на наш погляд, найбільш вагомим чинником, що впливає на ставлення до грошей жінок є їх власна активна позиція, а в чоловіків простежується досить широкий спектр чинників, що впливають на їх ставлення до грошей.

Також статистично значущі закономірності виявлено у процесі аналізу зв'язку між такою характеристикою працівників, як «сімейний стан», та оцінкою працівниками чинників, що впливають на їх ставлення до грошей (табл. 2). *Негативні статистично значущі зв'язки* виявлено між названою характеристикою працівників та оцінкою працівниками комерційних організацій таких чинників формування ставлення до грошей: «власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)» ($r_s = -0,271$, $p < 0,01$); «ваша спеціальність» ($r_s = -0,184$, $p < 0,01$), «особливості професійної діяльності» ($r_s = -0,279$, $p < 0,01$), «засоби масової інформації» ($r_s = -0,184$, $p < 0,01$), «колеги по роботі» ($r_s = -0,132$, $p < 0,05$), «тренінги, семінари, дистанційні курси, які відвідують працівники» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «політика компанії щодо соціального забезпечення персоналу» ($r_s = -0,332$, $p < 0,01$), «друзі» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «спілкування в соціальних мережах» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «організаційна культура в Вашій компанії» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «соціально-психологічний клімат в компанії, де працюють працівники» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «політика компанії щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення» ($r_s = -0,265$, $p < 0,01$), «політика Вашої компанії щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = -0,265$, $p < 0,01$). *Позитивні статистично значущі зв'язки* виявлено між сімейним станом працівників та оцінкою працівниками комерційних організацій такого чинника формування ставлення до грошей: «спеціальна література з цієї проблеми» ($r_s = 0,137$, $p < 0,05$). Тобто ми можемо припустити, що для одружених співробітників є більш важливою професійна спеціалізована література, а у неодружених перелік чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, є більш широким.

Статистично значущі результати виявлені при аналізі зв'язку між такою характеристикою працівників комерційних організацій, як «наявність дітей», та оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей. *Негативні статистично значущі зв'язки* виявлено між названою характеристикою працівників та оцінкою працівниками комерційних організацій таких чинників формування ставлення до грошей: «власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)» ($r_s = -0,280$, $p < 0,01$); «рівень заробітної плати працівників» ($r_s = -0,174$, $p < 0,01$), «ваша спеціальність» ($r_s = -0,267$, $p < 0,01$), «родина (батьки, брати/сестри)» ($r_s = -0,162$, $p < 0,01$), «статус в компанії» ($r_s = -0,182$, $p < 0,01$), «особливості професійної діяльності» ($r_s = -0,348$, $p < 0,01$), «засоби масової інформації» ($r_s = -0,158$, $p < 0,05$), «тренінги, семінари, дистанційні курси, які відвідують працівники» ($r_s = -0,140$, $p < 0,05$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення персоналу» ($r_s = -0,208$, $p < 0,01$), «друзі» ($r_s = -0,176$, $p < 0,01$), «спілкування в соціальних мережах» ($r_s = -0,140$, $p < 0,05$), «організаційна культура в компанії, де працюють працівники» ($r_s = -0,140$, $p < 0,05$), «соціально-психологічний клімат у компанії, де працюють працівники» ($r_s = -0,140$, $p < 0,05$), «політика компанії щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення» ($r_s = -0,237$, $p < 0,01$), «політика компанії, де працюють працівники, щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = -0,237$, $p < 0,01$). *Позитивні статистично значущі зв'язки* виявлено між наявністю дітей у працівників та оцінкою працівниками комерційних організацій таких чинників формування ставлення до грошей: «власна сім'я (чоловік/дружина, діти)» ($r_s = 0,153$, $p < 0,05$); «спеціальна література з цієї проблеми» ($r_s = 0,133$, $p < 0,05$).

Сутність виявлених закономірностей полягає, на наш погляд, в тому, що в міру появи у працівників сім'ї та дітей найбільш вагомими чинниками, що впливають на їх ставлення до грошей, стають найближче оточення (сім'я) та точка зору фахових, авторитетних авторів.

У цілому, результати другого етапу дослідження показали наявність *достатньо вираженого статистично значущого зв'язку* між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та соціально-демографічними характеристиками працівників (вік, стать, сімейний стан, наявність дітей), які мають враховуватися в процесі економічної соціалізації персоналу.

3. Зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та організаційно-професійними характеристиками працівників.

Третій етап дослідження передбачав вивчення зв'язку між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та організаційно-професійними характеристиками працівників (рівень освіти, загальний трудовий стаж, стаж роботи в компанії, посада в організації) (табл. 3).

У процесі дослідження виявлено *наявність певної кількості статистично значущих зв'язків* (за 32 показниками із 84 можливих, тобто більше однієї третини) між оцінкою працівниками комерційних

організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та всіма визначеними організаційно-професійними характеристиками працівників (табл. 3). Це дещо менше, порівняно із соціально-демографічними характеристиками персоналу.

Таблиця 3

Зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та організаційно-професійними характеристиками працівників

Оцінка персоналом комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей	Організаційно-професійні характеристики (коефіцієнт кореляції (r_s))			
	Рівень освіти	Загальний трудовий стаж	Стаж роботи в компанії	Посада в організації
Власні переконання, принципи, цінності	0,135*	0,021	-0,015	0,103
Власний життєвий досвід	0,178**	-0,025	0,059	0,031
Власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)	0,202**	-0,159*	-0,112	-0,214**
Рівень Вашої заробітної плати	-0,130*	-0,159*	-0,033	0,101
Власна сім'я (чоловік/дружина, діти)	-0,207**	0,012	0,014	-0,014
Ваша спеціальність	-0,147*	-0,139*	-0,212**	-0,028
Родина (батьки, брати/сестри)	0,053	-0,059	0,155*	0,166**
Статус в компанії	-0,143*	-0,233**	-0,099	-0,045
Особливості професійної діяльності	0,030	-0,170**	-0,106	0,137*
Політика Вашої компанії щодо нарахування заробітної плати	-0,114	-0,047	-0,137*	-0,051
Засоби масової інформації	-0,155*	0,039	-0,026	0,150*
Колеги по роботі	-0,154*	0,031	-0,028	0,170**
Тренінги, семінари, дистанційні курси, які я відвіую	-0,091	-0,024	-0,061	0,155*
Політика компанії щодо соціального забезпечення персоналу	-0,048	-0,150*	-0,053	-0,029
Друзі	-0,068	0,003	0,024	0,162**
Спілкування в соціальних мережах	-0,091	-0,024	-0,061	0,155*
Організаційна культура в Вашій компанії	-0,091	-0,024	-0,150*	0,045
Соціально-психологічний клімат в Вашій компанії	-0,091	-0,024	-0,061	0,155*
Спеціальна література з цієї проблеми	0,087	0,100	-0,086	-0,056
Політика компанії щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення	-0,155*	-0,079	-0,086	0,149*
Політика Вашої компанії щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)	-0,155*	-0,079	-0,086	0,149*

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

Щодо впливу такої характеристики працівників, як «рівень освіти», то встановлено позитивний статистично значущий зв'язок між рівнем освіти та оцінкою таких чинників формування ставлення до грошей: «власні переконання, принципи, цінності» ($r_s = 0,135$, $p < 0,05$), «власний життєвий досвід» ($r_s = 0,178$, $p < 0,01$), «власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)» ($r_s = 0,202$, $p < 0,01$). Негативний статистично значущий зв'язок встановлено між рівнем освіти та оцінкою таких чинників формування ставлення до грошей: «рівень Вашої заробітної плати» ($r_s = -0,130$, $p < 0,05$), «власна сім'я (чоловік/дружина, діти)» ($r_s = -0,207$, $p < 0,01$), «Ваша спеціальність» ($r_s = -0,147$, $p < 0,05$), «статус в компанії» ($r_s = -0,143$, $p < 0,05$), «засоби масової інформації» ($r_s = -0,155$, $p < 0,05$), «колеги по роботі» ($r_s = -0,154$, $p < 0,05$),

«політика компанії щодо соціального забезпечення соціально-незахищених верств населення» ($r_s = -0,155$, $p < 0,05$), «політика Вашої компанії щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = -0,155$, $p < 0,05$), (табл. 3). Тобто тут прослідковується така закономірність: із підвищенням рівня освіти персоналу комерційних організацій найбільш вагомими чинниками, що впливають на їх ставлення до грошей, стають ті, що пов'язані з їх активною життєвою позицією. Отже, можна говорити про те, що освіта працівників є тим чинником, який сприяє їх більш активній життєвій позиції.

Стосовно впливу такої характеристики працівників, як *«загальний трудовий стаж»*, то встановлено *негативний статистично значущий зв'язок* між загальним трудовим стажем та оцінкою таких чинників формування ставлення до грошей: «власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)» ($r_s = -0,159$, $p < 0,05$), «рівень заробітної плати працівника» ($r_s = -0,159$, $p < 0,05$), «Ваша спеціальність» ($r_s = -0,139$, $p < 0,05$), «статус в компанії» ($r_s = -0,233$, $p < 0,05$), «особливості професійної діяльності» ($r_s = -0,170$, $p < 0,01$), «Політика компанії щодо соціального забезпечення персоналу» ($r_s = -0,150$, $p < 0,05$). *Позитивного статистично значущого зв'язку* між загальним трудовим стажем працівників та оцінкою працівниками комерційних організацій чинників формування ставлення до грошей не виявлено (табл. 3). Тобто мова йде про те, що із підвищенням трудового стажу працівників комерційних організацій зменшується вплив факторів, що стосуються організації, в якій працюють співробітники.

Подібними до вищевказаних даних є результати, які стосуються впливу такої характеристики працівників комерційних організацій, як *«стаж роботи в компанії»* (табл. 3). Так, виявлено *негативний статистично значущий зв'язок* між стажем роботи в компанії та оцінкою таких чинників формування ставлення до грошей: «Ваша спеціальність» ($r_s = -0,212$, $p < 0,01$), «політика компанії щодо нарахування заробітної плати» ($r_s = -0,137$, $p < 0,05$), «організаційна культура в Вашій компанії» ($r_s = -0,150$, $p < 0,05$). Встановлено *позитивний статистично значущий зв'язок* між стажем роботи в компанії та оцінкою такого чинника формування ставлення до грошей, як: «родина (батьки, брати/сестри)» ($r_s = 0,155$, $p < 0,01$). На наш погляд, мова йде про те, що зі збільшенням стажу роботи в компанії зменшується роль чинників, що пов'язані з самою організацією, та збільшується роль чинників, що стосуються найближчого оточення співробітників (їх родини).

Щодо такої характеристики працівників, як *«посада в організації»*, то встановлено *позитивний статистично значущий зв'язок* між посадою в організації та оцінкою таких чинників формування ставлення до грошей: «родина (батьки, брати/сестри)» ($r_s = 0,166$, $p < 0,01$), «особливості професійної діяльності» ($r_s = 0,137$, $p < 0,05$), «засоби масової інформації» ($r_s = 0,150$, $p < 0,05$), «колеги по роботі» ($r_s = 0,170$, $p < 0,01$), «тренінги, семінари, дистанційні курси, які відвідують працівники» ($r_s = 0,155$, $p < 0,05$), «друзі» ($r_s = 0,162$, $p < 0,01$), «спілкування в соціальних мережах» ($r_s = 0,155$, $p < 0,05$), «соціально-психологічний клімат в Вашій компанії» ($r_s = 0,155$, $p < 0,05$), «політика компанії щодо соціального забезпечення соціально незахищених верств населення» ($r_s = 0,149$, $p < 0,05$), «політика Вашої компанії щодо соціального забезпечення особливих категорій людей (учасники АТО, внутрішні переселенці тощо)» ($r_s = 0,149$, $p < 0,05$) (табл. 3). Встановлено *негативний статистично значущий зв'язок* між посадою в організації та оцінкою такого чинника формування ставлення до грошей, як: «власні особистісні характеристики (заощадливість, щедрість, доброта тощо)» ($r_s = -0,214$, $p < 0,01$). Можливо, це можна пояснити тим, що із підвищенням посади працівників в комерційних організаціях спектр чинників, що впливають на їх ставлення до грошей розширюється.

У цілому, результати третього етапу дослідження показали наявність *достатньо вираженого статистично значущого зв'язку* між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та організаційно-професійними характеристиками працівників (рівень освіти, загальний трудовий стаж, стаж роботи в компанії, посада в організації), однак їх вплив є менш вираженим, порівняно із соціально-демографічними характеристиками працівників.

Висновки:

1. Виявлено зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій ролі грошей у їх життєдіяльності та *соціально-демографічними характеристиками працівників* (вік, сімейний стан, наявність дітей, стать): а) чим старше за віком працівники комерційних організацій, тим менш значущими є чинники, що пов'язані з організацією; б) в міру появи у працівників комерційних організацій сім'ї та дітей більш вагомою стає фахова точка зору; в) жінки та чоловіки по-різному оцінюють чинники, що впливають на їх ставлення до грошей – для жінок більш вагомими є чинники, що стосуються їх власної позиції, в той же час, у чоловіків діапазон чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, є більш широким.

2. Констатовано зв'язок між оцінкою працівниками комерційних організацій способів отримання грошей та *організаційно-професійними характеристиками* персоналу комерційних організацій (рівень освіти, стаж роботи в компанії, загальний трудовий стаж, посада в організації): а) із підвищенням рівня освіти персоналу комерційних організацій найбільш вагомими чинниками, що впливають на їх ставлення до грошей, стають ті, що пов'язані з їх активною життєвою позицією; б) із підвищенням трудового стажу працівників комерційних організацій зменшується вплив факторів, що стосуються організації, в якій працюють співробітники; в) зі збільшенням стажу роботи в компанії зменшується роль чинників, що пов'язані з самою організацією, та збільшується роль чинників, що стосуються найближчого оточення співробітників (їх родини); г) із підвищенням посади працівників в комерційних організаціях спектр чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, розширюється.

3. У цілому виявлено, що *вплив соціально-демографічних* характеристик працівників комерційних організацій на оцінку чинників формування ставлення до грошей є *більш вираженим*, ніж вплив *організаційно-професійних* характеристик.

Перспектива подальших досліджень. Перспективи дослідження ми вбачаємо у виявленні зв'язку між оцінкою працівниками комерційних організацій чинників, що впливають на їх ставлення до грошей, та психологічними характеристиками персоналу (особливостями соціально-психологічних установок, рівнем життєвої задоволеності, рівнем задоволеності роботою та ін.).

Список використаних джерел

1. Авер'янова Г. М. Кишенькові гроші як фактор економічної соціалізації підлітків // Психологія : зб. наук. праць / Г.М. Авер'янова. – К. : НПУ ім. М.П Драгоманова. –Вип. 18, 2002. – С. 87–96.
2. Дейнека О. С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : дисс... докт. психол. наук: 19.00.12 / О. С. Дейнека. – СПб., 1999. – 326 с.
3. Журавлёв А. Л. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А.Л. Журавлев. – М. : Институт психологии РАН, 2003. – 436 с.
4. Зубіашвілі І. К. Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників : автореф. дис. ...канд. психол. наук : 19.00.05 / І. К. Зубіашвілі ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2009. –16 с.
5. Карамушка Л. М. Дизайн дослідження та діагностичний інструментарій для вивчення психологічних особливостей організаційного розвитку Л. М. Карамушка // Актуальні проблеми психології. – Т. 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : Наук. світ, 2009. – Ч. 24. – С. 196–209.
6. Карамушка Л. М. Оцінка студентами ролі грошей у їх життєдіяльності / Л. М. Карамушка, О. Г. Ходакевич // Актуальні проблеми психології : зб. наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / [ред. кол. : С. Д. Максименко (гол. ред.) та ін.]. – К. : А.С.К., 2012. – Т 1 : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – 2013. – Вип. 35. – С. 111–117.
7. Карамушка Л. М. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей : монографія / Л. М. Карамушка, О. Г. Ходакевич. – К. : КНЕУ, 2017. – 200 с.
8. Комаровська В. Л. Ставлення до грошей як структурний компонент індивідуальної економічної свідомості // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. Максименка С. Д. – К., 2005. – Том VII, вип. 3. – С. 164–170.
9. Ложкін Г. В. Економічна психологія : навч. посіб. / Г. В. Ложкін, В. В. Спасенніков. – К. : Професіонал, 2007. – 397 с.
10. Максименко С. Д. Актуальні проблеми розвитку економічної психології в Україні / Максименко С. Д., Карамушка Л. М., Креденцер О. В. // Актуальні проблеми психології. Том 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія : зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. – К. : А.С.К., 2010. – Ч. 27. – С. 31–41.
11. Москаленко В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості / В. Москаленко // Соціальна психологія. –2006. – № 5(19). – С. 26–39.
12. Нікітіна О. П. Психолого-педагогічні передумови ставлення до грошей в системі відношень особистості юнацького віку : автореф. дис. ... канд. психол. наук / О. П. Нікітіна. – Х., 2012. – 20 с.
13. Семенов М. Ю. Деньги и люди: Психология денег в России : монография/ М. Ю. Семенов. – К. : Изд-во «Простобук», 2011. –149 с.
14. Сімків М. В. Суб'єктивний контроль як чинник ставлення до грошей у жінок / М. В. Сімків // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України ; за ред. С. Д. Максименка. – Т. 12. – Ч. 1. – К., 2010. – С. 541–551.
15. Технології роботи організаційних психологів : [навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядипломної освіти] / за наук ред. Л. М. Карамушки. – К. : ІНКОС, 2005. – 366 с.
16. Фенько А. Б. Гендерные различия в отношении россиян к деньгам / А. Б. Фенько // Проблемы экономической психологии / [отв. ред. А. Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко]. – Том 1. – М. : Институт психологии РАН, 2004. – 620 с.
17. Фернам А. Деньги. Психология денег и финансового поведения / под общей редакцией А. Алексеева. / А. Фернам, М. Аргайл. – СПб. : ПраймЕврознак, 2005. – 352 с.
18. Ходакевич О. Г. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей : автореф. дис.... канд. психол. наук : 19.00.10 / О. Г. Ходакевич ; Інститут психології імені Г.С. Костюка АПН України. – К., 2014. – 20 с.
19. Шкробець М. С. Особливості формування і розвитку грошової культури в Україні / М. С. Шкробець // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. праць. – Х. : Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2008. – С. 238–242.
20. Furnham, A. The psychology of money / A. Furnham, M. Argyle. – New York : Routledge, 1998. – 324 p.
21. Tang, T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale / T. Tang // Journal of Organizational Behavior. – 1993. – Vol. 14. – P. 93–109.
22. Yamauchi, K. T. The Development of a Money Attitude Scale / K. T. Yamauchi // Journal of Personality Assessment. – 1982. – Vol. 46. – No. 5. – P. 522–528.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Averiyanova H. M. Kyshenkovi hroshi yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii pidlitkiv // Psykholohiia : zb. nauk. prats / H.M. Averiyanova. – K. : NPU im. M.P Drahomanova. –Vyp. 18, 2002. – S. 87–96.
2. Dejneka O. S. Jekonomicheskaja psihologija v rossijskoj politike perehodnogo perioda : diss... dokt. psihol. nauk: 19.00.12 / O. S. Dejneka. – SPb., 1999. – 326 s.
3. Zhuravljov A. L. Nравstvenno-psihologicheskaja reguljacija jekonomicheskoy aktivnosti / A.L. Zhuravlev. – M. : Institut psihologii RAN, 2003. – 436 s.
4. Zubiashvili I. K. Stavlenia do hroshei yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii starshoklasnykiv : avtoref. dys. ...kand. psykhol. nauk : 19.00.05 / I. K. Zubiashvili ; In-t psykholohii im. H. S. Kostiuks APN Ukrainy. – K., 2009. –16 s.
5. Karamushka L. M. Dyzain doslidzhennia ta diahnostychni instrumentarii dlia vyvchennia psykholohichnykh osoblyvosti orhanizatsiinoho rozvytku L. M. Karamushka // Aktualni problemy psykholohii. – T. 1 : Orhanizatsiina psykholohiia.

- Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia : zb. nauk. prats Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy / za red. S. D. Maksymenka, L. M. Karamushky. – K. : Nauk. svit, 2009. – Ch. 24. – S. 196–209.
6. Karamushka L. M. Otsinka studentamy roli hroshei u yikh zhyttiedialnosti / L. M. Karamushka, O. H. Khodakevych // Aktualni problemy psykholohii : zb. naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka NAPN Ukrainy / [red. kol. : S. D. Maksymenko (hol. red.) ta in.]. – K. : A.S.K., 2012. – T 1 : Orhanizatsiina psykholohiia. Sotsialna psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia / za red. S. D. Maksymenka, L. M. Karamushky. – 2013. – Vyp. 35. – S. 111–117.
7. Karamushka L. M. Psykholohichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei : monohrafiia / L. M. Karamushka, O. H. Khodakevych. – K. : KNEU, 2017. – 200 s.
8. Komarova V. L. Stavlenia do hroshei yak strukturnyi komponent indyvidualnoi ekonomichnoi svidomosti // Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy / za red. Maksymenka S. D. – K., 2005. – Tom VII, vyp. 3. – S. 164–170.
9. Lozhkin H. V. Ekonomichna psykholohiia : navch. posib. / H. V. Lozhkin, V. V. Spasiennikov. – K. : Profesional, 2007. – 397 s.
10. Maksymenko S. D. Aktualni problemy rozvytku ekonomichnoi psykholohii v Ukraini / Maksymenko S. D., Karamushka L. M., Kredentser O. V. // Aktualni problemy psykholohii. Tom 1 : Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia : zb. naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy / za red. S. D. Maksymenka, L. M. Karamushky. – K. : A.S.K., 2010. – Ch. 27. – S. 31–41.
11. Moskalenko V. Osoblyvosti sotsialno-psykholohichnykh chynnykiv ekonomichnoi kultury osobystosti / V. Moskalenko // Sotsialna psykholohiia. – 2006. – № 5(19). – S. 26–39.
12. Nikitina O. P. Psykholoho-pedahohichni peredumovy stavlennia do hroshei v systemi vidnoshen osobystosti yunatskoho viku : avtoref. dys. ... kand. psykol. nauk / O. P. Nikitina. – Kh., 2012. – 20 s.
13. Cemenov M. Yu. Denhy y liudy: Psykholohiia dneh v Rossyy : monohrafiia / M. Yu. Semenov. – K. : Yzd-vo «Prostobuk», 2011. – 149 s.
14. Simkiv M. V. Subiektyvnyi kontrol yak chynnyk stavlennia do hroshei u zhinok / M. V. Simkiv // Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii : zb. nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuka APN Ukrainy ; za red. S. D. Maksymenka. – T. 12. – Ch. 1. – K., 2010. – S. 541–551.
15. Tekhnolohii roboty orhanizatsiinykh psykholohiv : [navch. posib. dlia studentiv vyshch. navch. zakl. ta slukhachiv in-tiv pisliadyplomnoi osvity] / za nauk red. L. M. Karamushky. – K. : INKOS, 2005. – 366 s.
16. Fen'ko A. B. Gendernye razlichija v otnoshenii rossijan k den'gam / A. B. Fen'ko // Problemy jekonomicheskoi psihologii / [otv. red. A. L. Zhuravlev, A. B. Kuprejchenko]. – Tom 1. – M. : Institut psihologi RAN, 2004. – 620 s.
17. Fernam A. Den'gi. Psihologija deneg i finansovogo povedeniia / pod obshej redakciej A. Alekseeva. / A. Fernam, M. Argajl. – SPb. : PrajmEvroznaк, 2005. – 352 s.
18. Khodakevych O. H. Psykholohichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei : avtoref. dys.... kand. psykol. nauk : 19.00.10 / O. H. Khodakevych ; Instytut psykholohii imeni H.S. Kostiuka APN Ukrainy. – K., 2014. – 20 s.
19. Shkrebets M. S. Osoblyvosti formuvannia i rozvytku hroshovoi kultury v Ukraini / M. S. Shkrebets // Metodolohiia, teoriia ta praktyka sotsiolohichnogo analizu suchasnoho suspilstva : zb. nauk. prats. – Kh. : Vydavnychiy tsentr Kharkivskoho natsionalnogo universytetu imeni V. N. Karazina, 2008. – S. 238–242.
20. Furnham, A. The psychology of money / A. Furnham, M. Argyle. – New York : Routledge, 1998. – 324 p.
21. Tang, T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale / T. Tang // Journal of Organizational Behavior. – 1993. – Vol. 14. – P. 93–109.
22. Yamauchi, K. T. The Development of a Money Attitude Scale / K. T. Yamauchi // Journal of Personality Assessment. – 1982. – Vol. 46. – No. 5. – P. 522–528.

Karamushka, L. M., Parshak, O. I. Commercial organization staff's assessment of the factors behind the formation of their attitudes towards money: the impact of staff's social-demographic and organizational-professional characteristics. The authors present the results of their empirical research into commercial organization staff's perception of the factors that influence their attitudes towards money and analyze the relationship between these perceptions and the staff's social-demographic characteristics (age, marital status, children, and gender) and organizational-professional characteristics (level of education, overall length of work, length of work and position in the company).

It was found that commercial organization staff's social-demographic characteristics had a greater impact on of the staff's attitudes towards money than the staff's organizational-professional characteristics. The authors propose a number of measures to optimize commercial organization staff's attitudes towards money.

Key words: commercial organizations; commercial organization staff; commercial organization staff's perception of factors behind their attitudes to money; staff's social-demographic characteristics; staff's organizational-professional characteristics; measures to optimize commercial organization staff's attitudes towards money.

Відомості про авторів

Карамушка Людмила Миколаївна, член-кореспондент НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувачка лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Karamushka, Liudmyla Mykolaivna, Corresponding Member of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Head, Lab. of Organizational and Social Psychology, Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: lkarama01@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-3419>

Паршак Олександр Іванович, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Parshak, Olexander Ivanovych, scientific correspondent, Laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostiuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: alexparshak@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2835-9408>