

4. Jaremka L. M. with coauthors. Common academic experiences no one talks about: repeated rejection, impostor syndrome, and burnout. *Perspectives on psychological science*. 2020. Vol. 15. P. 519 – 543.
5. Булгакова Л. И. «Синдром самозванца»: история возникновения термина, основные концепции и их трансформация. *Психология и психотерапия семьи*. № 3. 2018. С. 30 – 37.
6. Горовая А. Ю. Ургентная зависимость как ответ на феномен нехватки времени в постмодернистском мире. *Практическая медицина*. 2017. Т. 2. № 1. С. 26 – 27.
7. Lowell D., Lutter. M. D. White Rabbit Revisited-Multitasking. *Foot Ankle International*, 2007. Vol. 28. P. 663 – 664.

УДК37.015.31:613/614
Дзюба Тетяна Михайлівна,
кандидат психологічних наук,
доцент, доцент кафедри психології,
Полтавський національний
педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ЦІННІСТЬ ЗДОРОВ'Я В ЦІЛІСНІЙ СТРУКТУРІ «HEALTH ORGANIZATIONS»

У ситуації турбулентності й пандемічної реальності зростає значущість розуміння персоналом свого місця в системі координат організації, осмислення пріоритетності організаційних цінностей, актуалізації ціннісно-орієнтованого управління (VBM – Value Based Management). Ефект самоізоляції з яким зіштовхнулися організації на початку пандемії, набув проявів у посиленні процесів індивідуалізації, зростанні агресивності, втраті зовнішніх орієнтирів, нівелюванні або трансформації попередніх організаційних цінностей і пріоритетів. Ідея «зрощування» філософії організації з цінностями її персоналу, спрямованість на індивідуальність працівника як на ресурс його професійності відкриває нові можливості у профілактиці загроз для професійного здоров'я персоналу організації. Це новий принцип формування оптимальної моделі здорової організації, де одним із пріоритетних напрямків організаційного розвитку стає культивування стратегічної цінності здоров'я, її вростання в цілісну організаційну структуру.

Організація як відкрита органічна система переймає цінність здоров'я її персоналу. Якщо персонал організації виступає носієм цінності здоров'я, то можна припустити, що поступово здоров'я стає не лише надбанням організації, а й пріоритетною стратегією здорової організації. Організація, яка обирає стратегію «healthorganization» має більш потужні активи та отримує загальний прибуток утричі вищий, ніж нездоровий бізнес [7].

У широкому розумінні *організаційні цінності* – це загальні переконування членів колективу, неявні принципи, на основі яких персонал оцінює дії та результат функціонування організації в цілому [8]. Не існує організації без цінностей [11], тому цінності завжди присутні в організаційних особливостях, процесах, структурі і, що вкрай важливо, у поведінці і характері установок (поглядах, переконаннях) персоналу. Вони сприяють досягненню мети діяльності організації на основі суспільних норм моралі та етики діяльності [3]. Тому успіх організації прямо залежить від узгодженості між цілями організації та організаційними цінностями, які базуються на особистих цінностях персоналу організації.

Суттєва відмінність між організаційними цінностями і місією (баченням) організації полягає в тому, що вони визначають не що конкретно організація має досягти, а як саме вона може цього досягти. Отже, організаційні цінності регулюють розвиток і ефективність використання ресурсів організації на всіх рівнях її існування.

Аналіз літератури з даної проблеми показав, що в цілому існує велика кількість класифікаторів організаційних цінностей, наведених різними авторами [6; 9; 10]. Зокрема, у дослідженні I. Prilleltensky наведено розподіл організаційних цінностей за трьома рівнями: 1) *цінності особистісного благополуччя персоналу*: свобода вибору, особистісне й кар'єрне зростання, незалежність дій працівника тощо; 2) *цінності колективного благополуччя*: соціальна справедливість, підтримка на рівні організації і суспільства, чесність і актуальність інформації та ін.; 3) *цінності ставлення*: толерантність до різних точок зору, повага інших культур, партнерство, людяність, свобода волевиявлення, довіра і взаємоповага та ін. [10]. Представлені вище групи цінностей характеризують своєрідний баланс особистісного і корпоративного благополуччя в організації. У своїй сукупності вони забезпечують створення й підтримку у персоналу організації сенсу їхньої праці, почуття причетності та відданості організації.

На основі власних спостережень за функціонуванням і розвитком організацій А. І. Пригожин представляє організаційні цінності як ідеологеми, що регулюють процеси взаємодії між елементами

організації та компонентами зовнішнього середовища. На думку автора, ідеологеми – це те, що частково належить і чим дорожить персонал організації, тоді як ідеали – це те, про що вони мріють. Дослідник вирізняє три групи організаційних цінностей: *керованість* (міра співвідношення керуючої та керованої підсистем організації), *інноваційність* (здатність організації породжувати новації та впроваджувати нововведення) та *орієнтованість на клієнта* (відповідність організації потребам, тенденціям ринку, привабливість для клієнтів) [4]. Виокремлені цінності, з одного боку, допомагають втілити стратегічні цілі організації, а з іншого, підтримують вигідну для організації поведінку персоналу, яка, в свою чергу, дає цінну інформацію про реально діючі цінності і норми організації.

Орієнтацію організаційних цінностей можна також вивести з класифікації В. Франкла. Позиція автора полягала в тому, що ієрархія цінностей (цінності творення, цінності переживання та цінності ставлення) утворена трьома рівнями буття: вітальним, соціальним та особистісним (екзистенціальним) [5]. По суті автор розуміє цінності як унікальні смислові універсалиї, кристалізовані в типових ситуаціях із якими стикається людина. На думку В. Франкла, «...людину цікавить передовсім не реалізація її «я», але реалізація цінностей та змістовних можливостей, котрі слід шукати, швидше, в оточуючому світі, ніж у середині неї самої. Людині потрібен той різновид внутрішньої напруги, який підтримує її постійну орієнтацію на реалізацію конкретних цінностей, на реалізацію смислу її існування» [5, с. 65]. Екстраполяція поглядів автора в ієрархічну структуру організаційних цінностей дозволяє простежити взаємозумовленість індивідуальних цінностей (цінностей персоналу) і корпоративних цінностей (цінностей організації). Виділені В. Франклом групи цінностей можна спроектувати у зміст професійної діяльності: *творчі цінності* – реалізуються в професійній діяльності при створенні творчого продукту і спрямовані на забезпечення професійних свобод; *цінності переживання* – здійснюють суттєвий вплив на професійну діяльність, оскільки більшість професійних виборів має емоційне забарвлення і визначає наслідки прийнятих рішень; *цінності ставлення* – проявляються у ставленні працівника до факторів, які обмежують реалізацію його професійних можливостей [5]. На нашу думку, більш доцільною проекцією класифікації цінностей В. Франкла в систему організаційних цінностей, є поєднання усіх груп цінностей в єдине ціле. Для того, щоб система цінностей позитивно впливала на результати діяльності організації, необхідно, щоб система цінностей працівника співпадала із системою цінностей організації, а

система цінностей організації була інтегрована у стратегію розвитку і забезпечувала її реалізацію. Тоді працює ефект синергії й організації вдається найближче підійти до втілення стратегії і досягати поставлених цілей.

На рисунку 1 представлено місце і статус цінності здоров'я в цілісній структурі організаційного середовища.

Аксіосфера професійного середовища містить дві групи індикаторів здоров'я: індикатори здорової організації (визначено на основі аналізу класифікаторів організаційних цінностей І. Prilleltensky [10], А. Пригожина [4] та В. Франкла [5]) та індикатори професійного здоров'я персоналу (визначеного на основі авторського бачення інтегрального образу «Я-професіонал» [2]).

Професійне здоров'я персоналу організації значною мірою детерміновано системою організаційних цінностей, які структурують систему ціннісних орієнтацій фахівця або його професійну аксіосферу. Людина, що потрапляє у професійну реальність, під впливом умов професійного середовища змушена переглядати раніше привласнені цінності. Уточнюючи, розширюючи й збагачуючи аксіосферу, працівник формує індивідуальний профіль власної професійної аксіосфери, яка відображає динаміку розвитку його уявлень про ціннісну сутність організації й формує інтегральний образ Я-професіонала. Конструювання такого образу детерміновано розвитком професійного потенціалу, що виявляється в таких показниках як професійна активність, професійний розвиток, професійне благополуччя та професійне довголіття працівника. Отже, ціннісна матриця професійної аксіосфери структурується на основі вибіркості й суб'єктивності, є результатом осмислення, переживання й оцінки працівником мінливої професійної реальності.

Професійне здоров'я розглядаємо як внутрішній, власне психологічний фактор в структурі професійних цінностей працівника [1]. Професійне здоров'я належить до розряду вищих універсальних професійних цінностей, оскільки має неминуще, всеохоплююче та позачасове значення. Ціннісно-сміслові ставлення працівника до власного здоров'я в умовах професійної діяльності відображає чітку продуктивну орієнтацію працівника, фіксовані установки на здоров'я в умовах професійної діяльності та виступає регулятором активності працівника в сфері здоров'я на основі усвідомлення його цінності, позитивного ставлення і готовності до збереження, підтримки, реабілітації та розвитку.

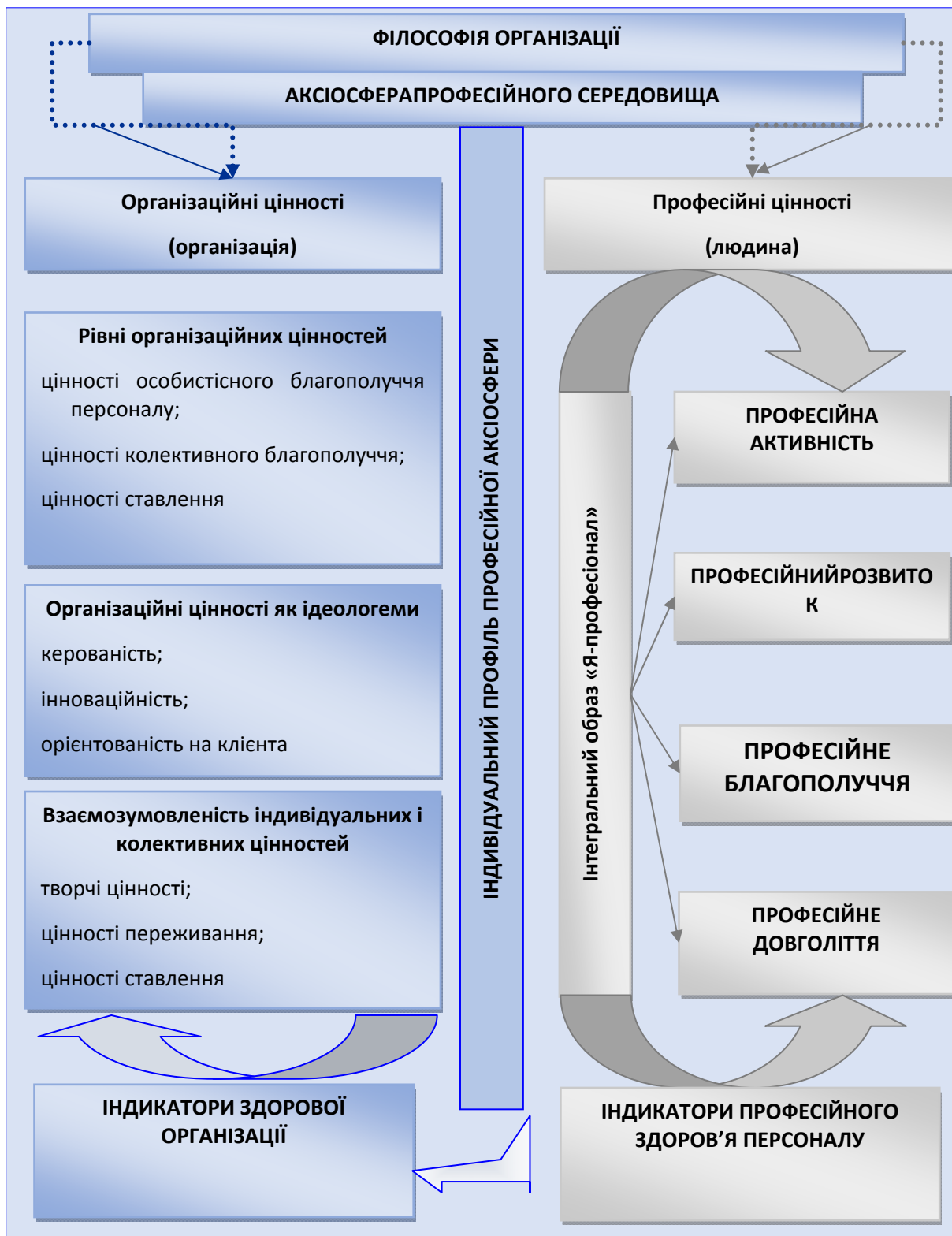


Рис. 1. Місце і статус цінності здоров'я в цілісній структурі організаційного середовища

Як висновок зазначаємо, організаційні цінності інтегровані в цілісну організаційну систему, спрямовані на задоволення потреб її членів, спрямовують поведінку й дії персоналу організації і визнаються як такі більшістю членів організації. Тому, якщо професійне здоров'я в ієрархії стратегічних цілей організації стає пріоритетною організаційною цінністю, то філософія організації визначає важливість створення психологічно безпечного середовища, суттю якого стає акцент на розвиток і підтримку психічних ресурсів здоров'я як особистості, так і організації в цілому.

Список використаних джерел

1. Дзюба Т. Аксіопсихологічні аспекти професійного здоров'я особистості // Психологія особистості. 2016. № 1 (7). С. 169–182.
2. Дзюба Т.М. Феномен «здоров'я» як актуальний напрям досліджень в організаційній психології // Організаційна психологія. Економічна психологія» / за наук. ред. С.Д. Максименко, Л. М. Карамушки. 2019. № 1 (16). С. 22–33.
3. Канафоцька, Г. П. Менеджмент творчості: навч. посіб. К.: Київ. ун-т імені Б. Грінченка, 2010. 40 с.
4. Пригожин, А. И. Целиорганizational: стереотипы и проблемы // Общественные науки и современность, 2001, № 2: с. 5–19.
5. Франкл В. Людина в пошуках справжнього сенсу. Психолог у концтаборі. Пер. з англ. О. Замойської. Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2020. 160 с.
6. Abbott, G. N., White, F. A., Charles, M. A. Linking values and organizational commitment: A correlational and experimental investigation in two organizations. *Journal of occupational and organizational psychology*, 2005, Vol. 78, № 4: 531–551.
7. Bennis Warren G. Changing organizations // *The Journal of Applied Behavioral Science*, 1966, 2.3: 247–263.
8. Buchko A. A. The effect of leadership on values - based management // *Leadership & Organization Development Journal*, 2007. Vol. 28 № 1, pp. 36–50.
9. Kouzes J. M., Posner B. Z. *The leadership challenge*. John Wiley & Sons, 2006.
10. Prilleltensky I. Value-based leadership in organizations: Balancing values, interests, and power among citizens, workers, and leaders. *Ethics & Behavior*, 2000, Vol. 10 № 2, 139–158.
11. Strickland R. A., Vaughan S. K. The hierarchy of ethical values in nonprofit organizations: A framework for an ethical, self-actualized organizational culture. *Public Integrity*, 2008, Vol. 10 № 3, 233–252.