

УДК 331.1:37.015.311:378

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.17.15>**Лядський І.К.**

кандидат сільськогосподарських наук,
старший викладач кафедри маркетингу,
докторант кафедри менеджменту імені І.А. Маркіної,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6431-973X>

Дячков Д.В.

доктор економічних наук, професор, директор,
Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій
Полтавського державного аграрного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2637-0099>

Liadskyi Ihor, Diachkov Dmytro
Poltava State Agrarian University

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ ТА ЗАЛУЧЕНІСТЬ СПІВРОБІТНИКІВ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ

THE IMPACT OF SOCIAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE LOYALTY AND ENGAGEMENT AS A FACTOR OF THE PERSONNEL SECURITY FORMATION

У статті проаналізовано вплив соціального інтелекту на залученість персоналу та його лояльність до компанії. Анкетування проведено на науково-педагогічному колективі Полтавського державного аграрного університету. Метою дослідження була перевірка можливого зв'язку соціального інтелекту з кадровою безпекою закладу вищої освіти, завдяки опитуванню колег-освітян. Науково-теоретичним підґрунтям для нашого дослідження стала наша попередня робота, яка продемонструвала зв'язок соціального інтелекту з патріотизмом людини. Лояльність працівника до своєї компанії цілкомитно узгоджується з цим критерієм, оскільки також засновується на психічній стабільності, порядності, відповідних морально-етичних орієнтирах. Наші дослідження виявили вірність цього припущення. Соціальний інтелект має достовірний позитивний зв'язок ($p=0,01^{**}$) з лояльністю респондентів до своєї компанії. Аналогічним чином впливають на неї й компоненти соціального інтелекту, а саме обробка соціальної інформації, соціальні навички та соціальна обізнаність. Інший показник, який було досліджено – залученість персоналу. Він не показав достовірного зв'язку із соціальним інтелектом, що може бути пов'язано з переважним впливом на нього зовнішніх чинників, зокрема кадрової політики та лідерських якостей керівництва. Тож у подальших дослідженнях вважасмо за доречне поглибити вивчення саме зв'язку між соціальним інтелектом та лояльністю.

Ключові слова: м'які навички, соціальні навички, соціальна обізнаність, обробка соціальної інформації, лояльність, працівники, кадрова безпека.

The article analyses the impact of social intelligence on staff engagement and loyalty to the company. The survey was conducted on the scientific and pedagogical staff of Poltava State Agrarian University. The purpose of the study was to test the possible connection between social intelligence and personnel security of a higher education institution by interviewing fellow educators. The level of social intelligence was determined by using the TROMSØ test, and loyalty was established by using a model by Nikita Nazarov and Zhang Haoyu. Employee engagement was measured using the Gallup Q12 questionnaire. The scientific and theoretical basis for research was previous work, which demonstrated the connection between social intelligence and a person's patriotism, active citizenship, desire to participate in the political life of the community, and desire to learn and improve. An employee's loyalty to company was fully consistent with these criteria, as it was also based on mental stability, integrity, and appropriate moral and ethical

*guidelines. An active, conscious, motivated person tries to fulfill to the best ability within the framework of professional activity, respecting and appreciating the opportunity provided by the company. Our research has shown that this assumption is correct. Social intelligence has a significant positive correlation ($p=0.01^{**}$) with respondents' loyalty to their company. It was similarly influenced by the components of social intelligence, namely social information processing, social skills and social awareness. Another indicator that was studied was staff engagement. It didn't show a significant relationship with social intelligence, which may be due to the predominant influence of external factors, including HR policy and leadership qualities of management. An adequate HR-policy, the organizational talent and leadership skills of management determine the extent to which employees feel immersed in the company's activities, strive to improve their own work and move in the same direction as their team. Therefore, in further research, we will consider it appropriate to deepen the study of the relationship between social intelligence and loyalty.*

Key words: *soft skills, social skills, social awareness, social information processing, loyalty, employee, personnel security.*

Постановка проблеми. У сучасному динамічному світі питання економічної безпеки підприємств стає все актуальнішим з позицій політичних, соціальних та інших причин. Важливою складовою економічної безпеки є кадровий потенціал. Попри стрімкий розвиток штучного інтелекту, людина залишається головною цінністю для організації. Створення умов для якнайкращої реалізації творчого та інтелектуального потенціалу працівників – важливий стратегічний напрям у роботі кожного HR-підрозділу, який передбачає і формування ефективної системи управління кадровою безпекою, як основи економічної безпеки суб'єкту. Водночас, недоцільно кадрову безпеку поєднувати тільки з забезпеченістю підприємства кадровими ресурсами, формуванням ефективної системи управління персоналом та комунікаційної політики, як визначено. Оскільки сама наявність всіх складових не гарантує відсутності впливу на них кадрових загроз та небезпек. Стан захищеності – це мета будь-якого суб'єкту господарювання, але її досягнення можливе лише за умови застосування певного набору засобів, інструментів та заходів. Відтак, кадрова безпека розглядається як багаторівнева система соціально-трудових відносин між її учасниками (роботодавцем, працівниками, державними та іншими громадськими інститутами), спрямована на запобігання негативним впливам на діяльність суб'єкта господарювання з боку персоналу, так і зі сторони динамічного зовнішнього середовища за допомогою правильного вибору та застосування відповідних засобів, методів, інструментів управління, що сприяє як ефективному використанню персоналу, так і успішному розвитку підприємства в цілому [17, с. 614].

Доцільно відмітити й ключову особливість кадрової безпеки: з позиції суб'єктно-об'єктних відносин кадрової безпеки персонал не повинен розглядатися лише як об'єкт, оскільки персонал організації також є і суб'єктом безпеки. Зазначена специфіка суб'єктно-об'єктних відносин кадрової безпеки пояснюється тим, що кадрова безпека складна багаторівнева система, яка включає в себе підсистему безпеки персоналу. У цій системі безперервно відбуваються процеси взаємодії та протидії життєвоважливих інтересів працівника, роботодавця в поєднанні із загрозами цим інтересам, як внутрішніми, так і зовнішніми (рис. 1) [3, с. 52].

Основними, класичними причинами, через які «людський фактор» перетворюється на реальну загрозу кадрової безпеки організації поділяються на декілька підгруп (рис. 2).

Кадрова безпека залежить від багатьох чинників, серед яких важливими є лояльність та залучення персоналу. Перший компонент пов'язаний з внутрішнім психічним станом людини, її світоглядом та порядністю. Друга складова – це скоріш заслуга керівництва, що сприяє глибшій інтеграції працівника до корпоративної спільноти, захоплення цінностями та місією компанії. Водночас, слід відзначити, що економічний інтерес в процесі формування та забезпечення кадрової безпеки на підприємствах, установах та організаціях не має першочергового значення. Ключовими факторами ефективності функціонування цієї підсистеми є соціально-психологічні, моральні,

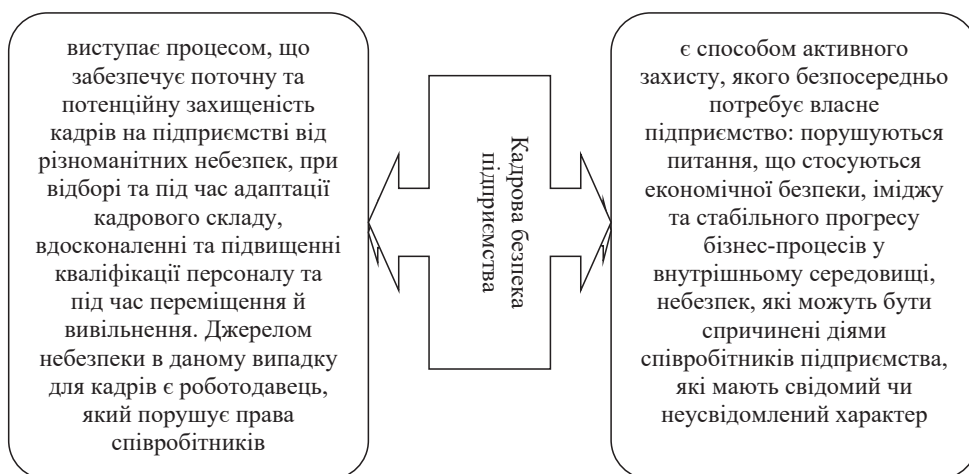


Рис. 1. Дуальний характер кадрової безпеки підприємства

Джерело: власна розробка авторів

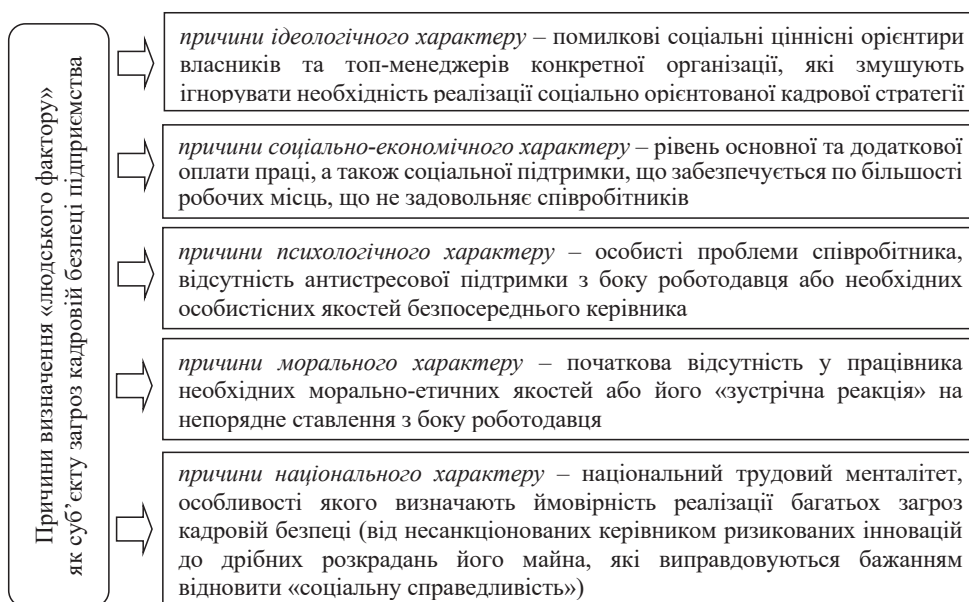


Рис. 2. Причини визначення «людського фактору» як суб'єкту загроз кадровій безпеці підприємства

Джерело: власна розробка авторів

ідеологічні та інші. Відтак, формування моделі працівника, який володітиме вмінням управляти власним соціальним, а отже і емоційним інтелектом є запорукою високої результативності кадрового захисту.

Науковим припущенням, що стало основою цього дослідження, є думка, що соціальний інтелект (SI) співробітника впливає на його лояльність до компанії, а також визначає ступінь залучення у спільну справу. Ця гіпотеза заснована на успішних попе-

редніх дослідженнях, які виявили статистично значиму кореляцію соціального інтелекту з такими суспільно корисними явищами, як патріотизм, зацікавлення саморозвитком та залучення до громадської і політичної діяльності [4, с. 110; 16, с. 47]. Якщо вдасться виявити зв'язок між SI та лояльністю і залученістю працівників, це дозволить сформулювати практичні рекомендації для HR-підрозділів стосовно найму та адаптації персоналу, створення належних умов для ефективного внутрішнього маркетингу.

Додає оптимізму й те, що дослідження спорідненого до SI психічного процесу – емоційного інтелекту, виявили статистично значимий позитивний вплив на залученість працівників [20, с. 317]. У нашій роботі ми вирішили перевірити аналогічний вплив соціального інтелекту не тільки на залученість, а й лояльність персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лояльність працівників та їх залученість у спільну справу перебуває у центрі уваги не тільки HR-менеджерів, а й дослідників, які наполягають на тому, що ці фактори можуть бути вирішальними для комерційного успіху компанії, а також її економічної безпеки [18, с. 34]. Залученість працівників стає передумовою для багатьох корисних індивідуальних (лояльність, позитивна поведінка тощо) та організаційних результатів (фінансова віддача, задоволеність клієнтів тощо). Дослідження виявили, що існують індивідуальні відмінності людини, які впливають на схильність персоналу до залученості [8, с. 7].

Працівники, яким властивий високий рівень залученості, як правило, демонструють такі три риси [21, с. 116]:

- Енергійність – надмірна жвавість та психічна стійкість перед труднощами, а також наполегливість та зусилля у виконанні поставлених завдань.

- Відданість – справжній ентузіазм стосовно роботи, гордість від виконання доручень.

- Цілеспрямованість – бажання продовжувати працювати та виконувати свої обов'язки.

Фактори, що формують позитивну атмосферу в колективі та підсилюють бажання працівників якомога краще виконувати свою роботу на спільну користь, можна розділити на три великі категорії [23, с. 65]:

- Організаційні фактори (стиль управління, винагорода за роботу тощо);

- Фактори роботи (робоче середовище, характер завдань тощо);

- Індивідуальні фактори (фізична енергія, самосвідомість тощо).

Рівень залученості співробітників можна дослідити за допомогою тесту Gallup Q12 – популярної методики, яка визначає цей критерій за 12-бальною шкалою. Нею вже скористалися понад 2,7 мільйонів працівників з 100 тисяч команд по усьому світові, що охоплюють понад 50 галузей діяльності (інформація з офіційного сайту Gallup.com). Широка база даних дозволила цій компанії зробити узагальнення, щодо вмотивованості персоналу до роботи в компаніях. Як виявилось, тільки 26% американських працівників дійсно цікавляться своєю роботою та намагаються принести користь роботодавцю, понад 50% просто відпрацьовують свої робочі години, а 19% взагалі створюють супротив діяльності компанії [6, с. 150].

Іншим важливим компонентом кадрової безпеки підприємства, крім залученості персоналу є його лояльність. Природа виникнення лояльності персоналу та особливості її прояву привертає увагу багатьох дослідників у різних сферах наукового пізнання, зокрема психології, менеджменту, маркетингу, соціології, права [2, с. 16]. Співробітники, які демонструють лояльне відношення до компанії, дорожать своїми робочими місцями, прагнуть покращувати свою роботу, розвиватися у професійному рівні, створюють позитивну атмосферу в колективі, мотивують колег до відповідального ставлення по відношенню до робочих обов'язків, з розумінням підходять до тимчасових труднощів компанії, необхідних організаційних рішень керівництва, ладні йти на певні поступки задля успіху спільної справи [12, с. 43]. Тому, лояльний персонал – важлива довгострокова конкурентна перевага компанії, що і обумовлює актуальність діагностики лояльності працівників, її підсилення й розвитку [7, с. 105].

Відомо багато підходів до визначення лояльності персоналу, зокрема Портера Л. (Organizational Commitment Questionnaire, OCQ), Мейєра Дж. та Аллен Н. (Organizational Commitment Scale – OCS-93), Харського К. Цікавим методом є синтетичне поєднання цих опитувальників, запропоноване Микитою Назаровим та Zhang Naoyu, що складається з 15 питань, які розглядають лояльність у чотирьох її проявах – ставлення до організації, прихильність, ставлення до кадрової політики, дезадаптація [6, с. 151].

В цілому дослідники переконані, що залученість та лояльність робітників залежать від цілої низки факторів, до яких належать як зовнішні так і внутрішні чинники [19, с. 807]. Враховуючи дослідження [11, с. 30; 20, с. 324] та інших, можна припустити, що до індивідуальних факторів належать, з-поміж інших передумов, соціальний та емоційний інтелект людини.

Соціальний інтелект – це здатність людини ефективно взаємодіяти з оточенням, оцінювати поточні соціальні сценарії та прогнозувати майбутній розвиток подій. Вперше це явище почали досліджувати на початку XX століття [10, с. 368]. За різними версіями першовідкривачами SI були Джон Дьюї (1909 рік), Лулл Герберт Гален (1911 рік), Едвард Лі Торндайк (1920 рік) або Гаррі Барнс (1926 рік). Все залежить від того, наскільки строго слід розцінювати вживання терміну «соціальний інтелект» в їх працях, а також науковість самих видань, де вони були опубліковані [5, с. 116].

З того моменту, коли соціальний інтелект став предметом ретельного дослідження психологів та педагогів, науковці спробували розробити ефективний підхід до тестування цього компоненту психічної активності людини. Одними з найпоширеніших методів стали тести Вашингтона Дж. (GWIST), Гілфорда Дж. та О'Саллівен М. (Four Factor Test of Social Intelligence). Але вони мають ряд суттєвих недоліків, зокрема трудомісткість, складність у застосуванні та низький рівень кореляції з іншими аспектами розумових здібностей. Дослідники продовжили пошуки більш ефективних та універсальних методів оцінки рівня CI. Однею з вдалих спроб став тест TROMSØ, що створено норвезькими науковцями Сильверою Д., Мартинуссенем М., Далем Т. [22, с. 315]. Їх робота заснована на поглядах прибічників когнітивно-поведінкової моделі соціального інтелекту Джона О. та Космітські К. Зазначені автори зробили акцент на три компоненти соціального інтелекту, а саме:

- Social information processing;
- Social skills;
- Social awareness.

Формування цілей статті. В рамках дослідження було поставлене завдання виявити зв'язок між соціальним інтелектом та залученістю і лояльністю персоналу з використанням тестів TROMSØ (соціальний інтелект), Gallup Q12 (залученість) та методики, розробленої Микитою Назаровим та Zhang Naoyu (лояльність).

Матеріали і методи. Анкетування проводилося на вибірці респондентів – працівників Полтавського державного аграрного університету загальною кількістю 110 осіб. З них жінок 72 та чоловіків 38. Середній вік респондентів – 40 років, усі мають повну вищу освіту, а переважна більшість (70%) ще й вчений ступінь кандидата або доктора наук.

У дослідженні використано стандартну модель тесту TROMSØ, який складається з 21 питання, що розподілені серед трьох базових компонентів соціального інтелекту. Щоб не переобтяжувати респондентів однотипними питаннями, вони були подані в різнобій, а не послідовно за кожним блоком.

Блок 1. Обробка соціальної інформації

1. «Я можу передбачувати поведінку інших людей».
3. «Я знаю, що будуть відчувати інші люди після моїх дій».
6. «Я розумію почуття інших людей».
9. «Я розумію бажання інших людей».
14. «Я часто можу зрозуміти, чого прагнуть інші, навіть не питаючи їх про це».
17. «Я можу передбачити, як інші будуть реагувати на мою поведінку».

19. «Я часто можу зрозуміти, що насправді інші мають на увазі, за допомогою їх міміки, виразу обличчя, мови тіла».

Блок 2. Соціальні навички

4. «Я часто відчуваю себе невпевнено в оточенні нових людей, яких я не знаю».
7. «Я легко пристосовуюсь до різних соціальних ситуацій».
10. «Я швидко орієнтуюся в нових ситуаціях і знайомлюся з новими людьми».
12. «Мені важко налагоджувати відносини з іншими людьми».
15. «Щоб добре зрозуміти інших людей, мені потрібно багато часу».
18. «Я добре підбираю потрібні слова у розмові з новими людьми».
20. «Мені важко підібрати цікаву тему для розмови».

Блок 3. Соціальна обізнаність

2. «Я часто відчуваю, що мені важко зрозуміти вибір інших людей».
5. «Люди часто дивують мене своїми вчинками».
8. «Інші люди гніваються на мене, але я не знаю чому».
11. «Люди часто гніваються або дратуються, коли я говорю те, що думаю».
13. «Я вважаю людей непередбачуваними».
16. «Я часто ображаю інших, не усвідомлюючи цього».
21. «Мене часто дивує реакція інших на те, що я роблю».

Кожна відповідь була оцінена респондентом за шкалою від 1 до 7, де перша позначка відповідає твердженню «Зовсім не про мене», а сьома позначка «Цілковито про мене».

Залученість персоналу визначалася за допомогою тесту Gallup Q12, що складається з 12 питань, які показують чотири галузі: базові потреби, індивідуальний потенціал, вміння працювати в команді та корпоративний розвиток [14].

Блок 1. Basic Needs

1. Чи знаєте ви, на що чекає від вас роботодавець?
2. У вас є матеріали та інструменти, необхідні для якісної роботи?

Блок 2. Individual contribution

3. У вас є можливість щодня робити те, що ви вмієте найкраще?
4. За останні сім днів ви отримували визнання чи похвалу за хорошу роботу?
5. Чи вважаєте ви, що ваш керівник чи хтось на роботі дбає про вас як про особистість?
6. Хтось на роботі сприяє вашому розвитку?

Блок 3. Teamwork

7. Чи враховується ваша думка?
8. Місія і ціль вашої компанії змушує вас відчувати, що ваша робота важлива?
9. Чи вважають ваші колеги своїм обов'язком якісно виконувати свою роботу?
10. У вас є найкращий друг на роботі?

Блок 4. Growth

11. За останні півроку хтось на роботі говорив з вами про ваші успіхи?
12. Минулого року у вас були можливості вчитися та рости на роботі?

Для узгодження результатів тесту Gallup Q12 з відповідями на тест TROMSØ, нами також було впроваджено шкалу оцінювання від 1 до 7, де перша позначка відповідає твердженню «Зовсім не про мене», а сьома позначка «Цілковито про мене».

Лояльність співробітників визначалася за допомогою моделі дослідників Микити Назарова та Zhang Naoyu, яку вони склали синтетично поєднуючи три опитувальники видагних учених, а саме: Портера Л. (Organizational Commitment Questionnaire, OCQ), Мейера Дж. та Аллен Н. (Organizational Commitment Scale – OCS-93), Харського К. [6, с. 150]. За допомогою цієї анкети можна проаналізувати чотири блоки лояльності персоналу, які характеризують: а) ставлення до організації; б) прихильність, патріотизм; в) ставлення до кадрової політики; г) приховану «плинність», дезадаптацію.

Блок 1. Ставлення до організації

1. Я готовий докласти зусиль, що навіть перевищують загальноприйняті очікування, щоб моє підприємство процвітало та розвивалося.

2. Я завжди говорю своїм друзям, що працюю на чудовому підприємстві.
 6. Я з гордістю заявляю іншим, що є частиною організації.
 10. Я дуже радий, що вибрав саме цю організацію, коли шукав роботу й розглядав інші пропозиції.
 13. Мені дійсно не байдужа доля підприємства.
 14. Для мене це найкраща з організацій, де я міг би працювати.

Блок 2. Прихильність, патріотизм

3. Я не сильно відданий організації.
 4. Я погоджуся практично з будь-яким призначенням аби тільки залишитися працювати на підприємстві.
 9. Потрібні дуже незначні зміни у моїх особистих обставинах, щоб я залишив роботу в організації.

Блок 3. Ставлення до кадрової політики

5. Я вважаю, що мої особисті цінності й цінності, прийняті в моїй організації, дуже схожі.
 8. Моя організація дійсно надихає мене працювати якнайкраще.
 12. У багатьох випадках я не згодний з основними напрямками політики організації щодо її персоналу.

Блок 4. Прихована «плинність», дезадаптація

7. З таким самим успіхом я працював би будь-якій іншій організації, якби можна було виконувати аналогічну роботу.

11. Не варто надовго затримуватися на підприємстві.

15. Рішення почати працювати в цій організації було, безумовно, моєю помилкою.

Для узгодження результатів з тестами Микити Назарова – Zhang Haoyu та TROMSØ, ми також запровадили шкалу оцінювання від 1 до 7, де перша позначка відповідає твердженню «Зовсім не про мене», а сьома позначка «Цілковито про мене».

Анкетування проводилося онлайн та анонімно з використанням анкети, створеної у Google-формі. Для обробки результатів дослідження використовувалася програма Microsoft Excel. Для встановлення зв'язку між двома змінними було використано Коефіцієнт кореляції рангу Спірмена, згідно до рекомендацій Боснюк В.Ф. [1, с. 65] де X (незалежна змінна) – соціальний інтелект та його компоненти, а Y (залежна змінна) – рівень залученості та лояльності персоналу. Показники кореляції інтерпретувалися згідно з рекомендаціями Turan U. [24, с. 51] за шкалою Чеддока, за якою можна визначити силу зв'язку між двома змінними: 0.1-0.3 – слабкий; 0.3-0.5 – помітний; 0.5-0.7 – помірний; 0.7-0.9 – високий; 0.9-1.0 – дуже високий.

Виклад основного матеріалу. Дослідження виявили приблизно рівний рівень розвитку соціального інтелекту серед чоловіків та жінок, що є вищим за середній показник. Так само, майже на однаковому рівні знаходиться їх залученість та лояльність до університету. Чоловіки у цьому продемонстрували трохи вищі результати, особливо в контексті залученості, що видно у таблиці 1, проте вони не відрізняються суттєво від відповідей респондентів-жінок.

Таблиця 1

Гендерний аспект соціального інтелекту, залученості та лояльності

Показник	Жінки	Чоловіки	Загалом
Соціальний інтелект	5,1	5,0	5,1
Залученість	5,1	5,3	5,2
Лояльність	5,3	5,4	5,3

Хоча це не було першочерговим завданням, ми вирішили перевірити вплив залученості на лояльність персоналу, де незалежною змінною X було вибрано залученість, залежною змінною Y – лояльності працівників. Коефіцієнт кореляції рангу

Спірмена показав оцінку 0,665 (помірний зв'язок), а її достовірність сягнула найвищого рівня $p \leq 0,001^{***}$, що свідчить на користь надважливого значення кадрової політики для формування колективу. Рівень лояльності працівників напряму залежить від глибини їх зв'язку з діяльністю компанії, відчуття спільної справи.

Перевірка зв'язку соціального інтелекту працівників Полтавського державного аграрного університету з їх залученістю не виявила достовірної кореляції (таблиця 2). Це суперечить результатам дослідження Sanwal T. та Sareen P. [21, с. 124], які встановили, що співробітники з високим рівнем соціального інтелекту демонструють хороші показники залучення. Вони зробили висновок, що соціальні навички є найважливішим предиктором залучення. Наша робота дає підстави поглянути на цю ситуацію з дещо іншого боку. Якщо лояльність працівників багато в чому залежить від їх психічних факторів, то залученість скоріш формується під дією зовнішніх чинників, пов'язаних з корпоративною культурою і соціальною відповідальністю компанії. Цей висновок добре узгоджується з іншим дослідженням [9, с. 34], яке виявило, що на залученість співробітників впливає соціальний інтелект керівника, зокрема його емпатія, організаційна та соціальна обізнаність, що й допомагають створити належні умови для колективу.

Таблиця 2

Результати аналізу впливу соціального інтелекту на залученість персоналу

Критерій тесту TROMSØ / Політичні амбіції	Social information processing	Social skills	Social awareness	Загальний рівень розвитку соціального інтелекту
Коефіцієнт кореляції Спірмена	0.152	0.198	0.150	0.196
Сила зв'язку за шкалою Чеддока	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний
Статистична значимість залежності ознаки	$p > 0.05$	$p > 0.05$	$p > 0.05$	$p > 0.05$

$p \leq 0,05$ – низька статистична достовірність; $p \leq 0,01$ – середня статистична достовірність; $p \leq 0,001$ – висока статистична достовірність.

Інший аспект нашого дослідження – перевірка можливого зв'язку соціального інтелекту та лояльності працівників, виявив достовірну слабку кореляцію між ними, як на узагальненому рівні, так і з кожним окремим компонентом SI (Social information processing, Social skills, Social awareness), що відображено у таблиці 3. Це підтверджує результати дослідження Eketu C.A. та Ogbu E.F. [11, с. 32], які показали наявність позитивного зв'язку між соціальним інтелектом та наміром працівників залишитися працювати в компанії, зокрема в готелі, серед співробітників якого і проводилась вказане дослідження, що вказує на важливу роль лояльності у формуванні кадрової безпеки підприємства, яка входить, в свою чергу, до ширшого поняття економічної безпеки.

Наша робота розширює загальний науковий доробок з цього напрямку. Це важливо, оскільки все ще продовжується дискусія між науковцями стосовно різних аспектів формування лояльності та залученості працівників. Зокрема, робота Herbinu I. та Yurono B. [13, с. 377] виявила, що організаційна культура, емоційний інтелект, соціальний інтелект пов'язані із залученістю працівників, проте чомусь емоційний інтелект продемонстрував значний негативний вплив, хоча це виглядає дивно. Наприклад, Nurjanah D. та Indawati N. [20, с. 324], навпаки, виявили, що емоційного інтелекту, виявили статистично значимий позитивний вплив на залученість працівників.

Таблиця 3

Результати аналізу впливу соціального інтелекту на лояльність персоналу

Критерій тесту TROMSØ / Політичні амбіції	Social information processing	Social skills	Social awareness	Загальний рівень розвитку соціального інтелекту
Коефіцієнт кореляції Спірмена (Боснюк, 2020)	0.207	0.227	0.204	0.243
Сила зв'язку за шкалою Чеддока (Tugan, 2020)	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний	слабкий, позитивний
Статистична значимість залежності ознаки	$p \leq 0,05^*$	$p \leq 0,05^*$	$p \leq 0,05^*$	$P = 0,01^{**}$

$p \leq 0,05$ – низька статистична достовірність; $p \leq 0,01$ – середня статистична достовірність; $p \leq 0,001$ – висока статистична достовірність.

Все залежить від розмірів вибірки, чистоти експерименту та супутніх факторів, які інколи складно врахувати. Тож кожне нове дослідження наближає нас до розуміння цього явища, дозволяючи об'єктивніше поглянути на питання впливу різних soft-skills на лояльність та залученість працівників.

Так Когаш А. зі співавторами [15, с. 475] вважають, що ключовою ланкою у формуванні корисних для компанії якостей працівника є HR-менеджер, який відповідає за спільне впровадження практик управління персоналом. Управління людськими ресурсами все ще вважається недослідженим питанням з точки зору продуктивності впровадження рекомендацій по оптимізації робочого процесу. Вони досліджували взаємозв'язок між соціальним інтелектом і продуктивністю праці та мотивацією працівників. Результати дослідження показали розбіжності у вікових групах, а також а також за місцем роботи, що вказує на значний вплив зовнішніх чинників.

Узагальнюючи власні результати анкетування працівників Полтавського державного аграрного університету та опубліковані роботи наших колег, вважаємо за доцільне зосередити подальші дослідження саме на перевірку та встановлення сили впливу соціального інтелекту саме на лояльність персоналу, використовуючи у роботі два тести: TROMSØ та Микити Назарова – Zhang Наоуу, як таких, що вже продемонстрували достовірну кореляцію між цими показниками.

Висновки. Дослідження виявило позитивний достовірний ($p = 0,01^{**}$) зв'язок між соціальним інтелектом співробітників та їх лояльністю до компанії, що цілком узгоджується з розумінням індивідуальних психологічних чинників, які формують кадрову безпеку підприємства. Водночас достовірної кореляції між залученістю та соціальним інтелектом не виявлено, що вказує на вирішальний вплив зовнішніх факторів. Адекватна кадрова політика та організаторський талант і лідерські якості керівництва визначають те, наскільки співробітники відчують себе зануреними у діяльність компанії, прагнуть покращувати власну роботу та рухатися в одному напрямку зі своїм колективом.

Через те, що залученість не пов'язана із соціальним інтелектом співробітників, подальші дослідження краще зосередити на встановлення зв'язку між ним та лояльністю, оскільки в такому випадку є достовірною кореляція. Вивчення більших вибірок допоможе краще зрозуміти масштаб цього явища та розробити ефективні рекомендації, щодо підсилення кадрової безпеки підприємства шляхом розвитку соціального інтелекту працівників. Також роботодавці зможуть оптимізувати процес підбору кадрів, враховуючи під час анкетування ще такий аспект претендентів на посаду, як рівень їх соціального інтелекту.

Список використаних джерел:

1. Боснюк В.Ф. Математичні методи в психології: курс лекцій. Мультимедійне навчальне видання. 2020. 141 с.
2. Галько Л. Концептуальні аспекти формування лояльності персоналу. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Випуск 48. Частина 3. С. 15–21.
3. Дячков Д.В., Богдан М.О., Вовковінський Ю.В. Сутність та роль управління кадровою безпекою підприємства в умовах цифровізації бізнес-середовища. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 69/2022. С. 50–56.
4. Лядський І.К., Дячков Д.В. Управління соціальним інтелектом як фактором впливу на формування soft-skills у здобувачів вищої освіти. *Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка*. 2022. Випуск 13. С. 108–114.
5. Матейук О. та Суходоля Ю. Соціальний інтелект: психологічний феномен і теоретична проблема. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. Випуск 11. С. 113–123.
6. Назаров Н.К., Чжан Х.Ю. Аналіз стану кадрової безпеки та лояльності персоналу промислових підприємств. *Проблеми економіки*. 2015. Вип. 3. С. 149–155.
7. Панченко Н.Г. Діагностика лояльності персоналу підприємств залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2021. № 74. С. 101–110.
8. Barreiro C.A., Treglow L. What makes an engaged employee? A facet-level approach to trait emotional intelligence as a predictor of employee engagement. *Personality and Individual Differences*. 2020. Vol. 159.
9. Dazel J. Examining the effects of leader social intelligence on employee engagement. Theses and Dissertations. 2013. 71 p.
10. Develi A., Pekkan N.U. and Cavus M.F. Social Intelligence at Work and Its Implication for Organizational Identification: A Sectoral Comparison. *Independent journal of management & production*. 2022. Vol. 13. P. 364–383.
11. Eketu C.A., Ogbu E.F. Social intelligence and employee intention to stay. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*. 2015. Vol. 2. P. 27–34.
12. Glova J., Andrejovská A. Personnel loyalty as the aspect of business value. *Journal of Interdisciplinary Research*. 2022. Vol. 12. P. 39–45.
13. Herbinu I., Yuponu B. Pengaruh Organizational Culture, Emotional Intelligence, dan Social Intelligence terhadap Employee Engagement. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*. 2022. Vol. 5. P. 366–386.
14. Gallup's Employee Engagement Survey: Ask the Right Questions With the Q12® Survey. URL: <https://www.gallup.com/workplace/356063/gallup-q12-employee-engagement-survey.aspx>
15. Korauš A., Kašćáková Z., Parová V. and Veselovská S. Sustainable economic development through human resource management: social intelligence of managers and performance. *Journal of security and sustainability issues*. 2017. Vol. 6. P. 457–477.
16. Liadskyi I., Kononets N. and Senko I. Management of social intelligence in the context of developing citizen's patriotism. *Economics, Entrepreneurship, Management*. 2022. Vol. 9. P. 44–52.
17. Markina I., Safonov Yu., Zhylynska O., Diachkov D., Varaksina E. Defining the dimensions of national security, financial security and food supply chain in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*. 2018. Vol. 7. № 6. Pp. 608–620.
18. Milhem M., Muda H. and Ahmed K. The Effect of Perceived Transformational Leadership Style on Employee Engagement: The Mediating Effect of Leader's Emotional Intelligence. *Foundations of Management*. 2019. Vol. 11. P. 33–42.
19. Noviana E., Manafe L.A. The role of organizational culture to build employee loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*. 2019. Vol. 6. P. 801–813.
20. Nurjanah D., Indawati N. Effect of Emotional Intelligence on Employee Engagement and Job Satisfaction with Work-Life Balance as Intervening Variables in the Generation Z in Surabaya. *International journal of economics, management, business, and social science*. 2021. Vol. 1. P. 316–328.
21. Sanwal T., Sareen P. Higher Employee Engagement through Social Intelligence: A Perspective of Indian Scenario. *Employ Respons Rights J*. 2023. Vol. 35. P. 111–126.
22. Silvera D.H., Martinussen M. and Dahl. T.I. The TROMSØ Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*. 2001. Vol. 42. P. 313–319.
23. Sun L., Bunchapattanasakda C. Employee Engagement: A Literature Review. *International Journal of Human Resource Studies*. 2019. Vol. 9. P. 63–80.
24. Turan U. A correlation coefficients analysis on innovative sustainable development groups. *EUREKA: Social and Humanities*. 2020. Vol. 1. P. 46–55.

References:

1. Bosniuk V. F. (2020) *Mathematical methods in psychology: A course of lectures. Multimedia training edition*. Kharkiv: National University of Civil Defense of Ukraine, 141 p.
2. Halko L. (2019) Conceptual aspects of employee loyalty formation. *Demography, labour economics, social economics and politics*, vol. 48, ch. 3, pp. 15–21.
3. Dyachkov D. V., Bogdan M. O., Vovkovinskiy Y. V. (2022) The essence and role of enterprise personnel security management in the context of digitalisation of the business environment. *Market infrastructure*, vol. 69, pp. 50–56.
4. Liadskyi I. K., Diachkov D. V. (2022) Management of social intelligence as a factor of influence on the formation of soft skills among higher education students. *Tavriyskyi scientific bulletin. Series: Economics*, vol. 13, pp. 108–114.
5. Mateiuk O. and Sukhodolia Yu. (2021) Social intelligence: a psychological phenomenon and a theoretical problem. *Bulletin of Lviv University. Series of psychological sciences*, vol. 11, pp. 113–123.
6. Nazarov N. K., Zhang H. (2015) Analysis of Security and Loyalty of Personnel at Industrial Enterprises. *Problems of Economics*, vol. 3, pp. 149–155.
7. Panchenko N. G. (2021) Diagnostics of personnel loyalty in railway transport enterprises. *Bulletin of Transport and Industry Economics*, no. 74, pp. 101–110.
8. Barreiro C. A., Treglown L. (2020) What makes an engaged employee? A facet-level approach to trait emotional intelligence as a predictor of employee engagement. *Personality and Individual Differences*, vol. 159.
9. Dazel J. (2013) *Examining the effects of leader social intelligence on employee engagement*. Theses and Dissertations, 71 p.
10. Develi A., Pekkan N. U. and Cavus, M. F. (2022) Social Intelligence at Work and Its Implication for Organizational Identification: A Sectoral Comparison. *Independent journal of management & production*, vol. 13, pp. 364–383.
11. Eketu C. A., Ogbu E. F. (2015) Social intelligence and employee intention to stay. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, vol. 2, pp. 27–34.
12. Glova J., Andrejovská A. (2022) Personnel loyalty as the aspect of business value. *Journal of Interdisciplinary Research*, vol. 12, pp. 39–45.
13. Herbinu I., Yupono B. (2022) Pengaruh Organizational Culture, Emotional Intelligence, dan Social Intelligence terhadap Employee Engagement. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, vol. 5, pp. 366–386.
14. Gallup's Employee Engagement Survey: Ask the Right Questions With the Q12® Survey. Available at: <https://www.gallup.com/workplace/356063/gallup-q12-employee-engagement-survey.aspx>
15. Korauš A., Kaščáková Z., Parová V. and Veselovská S. (2017) Sustainable economic development through human resource management: social intelligence of managers and performance. *Journal of security and sustainability issues*, vol. 6, pp. 457–477.
16. Liadskyi I., Kononets N. and Senko I. (2022) Management of social intelligence in the context of developing citizen's patriotism. *Economics, Entrepreneurship, Management*. vol. 9, pp. 44–52.
17. Markina I., Safonov Yu., Zhylinska O., Diachkov D., Varaksina E. (2018) Defining the dimensions of national security, financial security and food supply chain in Ukraine. *International Journal of Supply Chain Management*, vol. 7, no. 6, pp. 608–620.
18. Milhem M., Muda H. and Ahmed K. (2019) The Effect of Perceived Transformational Leadership Style on Employee Engagement: The Mediating Effect of Leader's Emotional Intelligence. *Foundations of Management*, vol. 11, pp. 33–42.
19. Noviana E., Manafe L.A. (2019) The role of organizational culture to build employee loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, vol. 6, pp. 801–813.
20. Nurjanah D., Indawati N. (2021) Effect of Emotional Intelligence on Employee Engagement and Job Satisfaction with Work-Life Balance as Intervening Variables in the Generation Z in Surabaya. *International journal of economics, management, business, and social science*, vol. 1, pp. 316–328.
21. Sanwal T., Sareen P. (2023) Higher Employee Engagement through Social Intelligence: A Perspective of Indian Scenario. *Employ Respons Rights J.* vol. 35, pp. 111–126.
22. Silvera D. H., Martinussen M. and Dahl. T. I. (2001) The TROMSØ Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*, vol. 42, pp. 313–319.
23. Sun L., Bunchapattanasakda C. (2019) Employee Engagement: A Literature Review. *International Journal of Human Resource Studies*, vol. 9, pp. 63–80.
24. Turan, U. (2020) A correlation coefficients analysis on innovative sustainable development groups. *EUREKA: Social and Humanities*, vol. 1, pp. 46–55.