

Dušan Todorović

UDK 159.944:331.3

*Departman za psihologiju**Filozofski fakultet**Univerzitet u Nišu*

ORGANIZACIONA IDENTIFIKACIJA I NJENI ASPEKTI KOD ZAPOSLENIH RAZLIČITOG BRAČNOG I RODITELJSKOG STATUSA¹

Apstrakt

Identifikacija zaposlenih sa organizacijom je važna, s obzirom na to da što se više identifikuju sa organizacijom, to zaposleni u većoj meri razmišljaju i ponašaju se u skladu sa perspektivom i ciljevima organizacije (Dutton et al., 1994). Cilj istraživanja je proveriti da li postoje razlike u izraženosti organizacione identifikacije i njenih aspekata (lojalnost organizaciji, doživljaj sličnosti sa drugim članovima organizacije, osećanje pripadnosti organizaciji) kod zaposlenih, zavisno od bračnog statusa (u bračnoj zajednici ili ne) i roditeljskog statusa (sa i bez dece). Uzorak je činilo 530 ispitanika. Svi ispitanici su zaposleni, i starosti su od 30 do 50 godina. Organizaciona identifikacija zaposlenih merena je preko skale organizacione identifikacije (Cheney, 1982; Tompkins & Cheney, 1983), dok je za prikupljanje podataka vezanih za socio-demografske varijable konstruisan upitnik za potrebe ovog istraživanja, kroz koji su između ostalog evidentirane varijable vezane za bračni status ili status veze kao i trenutni roditeljski status ispitanika (da li imaju decu ili ne).

Nalazi ukazuju da zaposleni koji imaju decu imaju izraženiju organizacionu identifikaciju, te izraženije i sve njene aspekte, a sve u odnosu na zaposlene bez dece. Postoje statistički značajne razlike u izraženosti lojalnosti, doživljaja sličnosti i osećanja pripadnosti, kao i ukupnog skora na skali organizacione identifikacije, između zaposlenih različitog bračnog statusa. Veoma zanimljiv nalaz predstavlja to da su razlike u izraženosti organizacione identifikacije zavisno od bračnog statusa, statistički značajne samo na poduzorku zaposlenih u privatnom sektoru, dok na poduzorku zaposlenih u državnom razlike nisu na statistički značajnom nivou. Slična je situacija i kada se u razmatranje uzmu nalazi vezani za izraženost organizacione identifikacije zavisno od roditeljskog statusa, te su one statistički značajne samo na poduzorku zaposlenih u privatnom sektoru.

Ključne reči: *organizaciona identifikacija, bračni i roditeljski status, zaposleni, privatne i državne organizacije*

¹ Rad je nastao u okviru projekta 179002 koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

Uvodna razmatranja

U aktuelnom vremenu, na neki način izraženo zahtevno i dinamičko okruženje ubrzano vodi ka globalizaciji. Da bi organizacija postigla uspehe na tržištu, neophodna je kvalitetna radna snaga koja bi produkovala kvalitetne proizvode ili pružala kompetentne usluge, kako bi bila spremna na inovacije, mora biti u mogućnosti da traga i održava talentovano osoblje i da privlači nove, još talentovanije kadrove, a da ujedno pruža što je manje moguće otpora promenama (Joo & McLean, 2006). Identifikacija zaposlenih sa organizacijom je važna, s obzirom na to da što se više identifikuju sa organizacijom to zaposleni u većoj meri razmišljaju i *ponašaju se u skladu sa perspektivom i ciljevima organizacije* (Dutton et al., 1994). Ovo gledište potkrepljuju brojne studije istraživača gde se ističe potreba za podrškom organizacionom identifikacijom od strane zaposlenih (Alessandri, 2001; Hatch and Schultz, 1997; Hatch and Schultz, 2002; Hatch and Schultz, 2003; Pruzan, 2001; Stuart, 2002), zato što njihovi pozitivni ili negativni stavovi mogu da utiču na performanse organizacije. Brojne studije potvrđuju da internalizacija od strane članova organizacije može da deluje na eksterno viđenje imidža i reputacije same organizacije (Balmer, 2001; Dinnie, 2003; Dowling, 2001; Dowling, 2006; Hatch and Schultz, 2002; Hatch and Schultz, 2003; Miles and Mangold, 2005; Whetten, 1997). Uz sve to, organizacioni identitet je dokazano i vitalni faktor organizacionog života.

Zaposleni koji su posvećeni (eng. committed) organizaciji veruju da je organizacija dobro mesto za rad, ne tragaju za zaposlenjem u novoj organizaciji, imaju razvijene pozitivne afekte prema organizaciji i veruju da nema boljih alternativa u drugim radnim organizacijama, kojim bi se zadovoljile njihove potrebe (Dunham, Grupe & Casteneda, 1994; Mathieu & Zajac, 1990). U poređenju s tim, pojedinci koji „se identifikuju” sa svojim organizacijama, grade slike o sebi koje su usklađene sa imidžom organizacije i njenim vrednostima (Cheney, 1982, 1983a, 1983b; Tompkins & Cheney, 1983, 1985). U skladu s tim je i činjenica da, kada pojedinci usvoje vrednosti i ciljeve organizacije, oni razvijaju premise u okviru procesa donošenja odluka koje su komplementarne vrednostima i ciljevima baziranim premisama koje gradi organizacija (Barker & Tompkins, 1994; Tompkins & Cheney, 1983).

Prilikom operacionalizacije konstrukta organizacione identifikacije, Čeni (Cheney, 1982, 1983a) polazi od Pačenove (Patchen, 1970) sugestije da se identifikacija sastoji od tri isprepletana fenomena: (a) *osećanja solidarnosti ili članstva – osećanje pripadanja*, snažno osećanje privrženosti ili emocionalnog privlačenja, koje se odnosi na self vezan za organizaciono članstvo, ali i ponos zbog samog članstva u organizaciji; (b) *podrška koja se dobija od strane organizacije ili lojalnost – lojalnost prema organizaciji i entuzijazam vezan za organizacione ciljeve*; (c) *percipiranje zajedničkih* (deljenih, eng. shared) *karakteristika ili doživljaj sličnosti* – opažena sličnost vezana za zajedničke karakteristike a uz to i respekt prema zajedničkim (deljenim) vrednostima ili ciljevima. Pregled literature ukazuje na to da i drugi autori (npr. Kelman, 1961) imaju slična gledišta u pogledu ovih komponenti organizacione identifikacije kao konstrukta.

Organizaciona identifikacija odavno je prepoznata kao kritični konstrukt od velikog značaja za organizaciono ponašanje, te da može imati uticaja kako na zadovoljstvo zaposlenih, tako i na njihovu efikasnost na radu (Brown, 1969; Hall, Schneider, & Nygren, 1970; Rotondi, 1975, prema Ashforth & Mael, 1989; Patchen, 1970).

Teoretičari i praktičari vrlo često mešaju organizacionu identifikaciju sa sličnim konstruktima, kao što su organizaciona predanost i internalizacija, koje su zapravo ili antecedente ili konsekventi organizacione identifikacije.

Socijalna identifikacija je koncept koji se neretko poistovećuje sa grupnom identifikacijom (Tolman, 1943). Kroz literaturu se ističe nekoliko principa koji su relevantni za razumevanje organizacione identifikacije.

Prvo, identifikacija se shvata kao perceptivno kognitivni konstrukt koji nije nužno povezan sa bilo kakvim specifičnim ponašanjem ili afektivnim stanjem. Kako bi se identifikovala sa grupom, individua ne mora da uloži neki napor ka ostvarenju ciljeva i vrednosti grupe; zapravo, individua treba da percipira i doživi sebe na psihološkom planu kao deo grupe i da smatra da deli sudbinu cele grupe. Ponašanja i afekti se ovde podrazumevaju kao potencijalne antecedente ili konsekventi (Foote, 1951; Gould, 1975). Ovakva konceptualizacija razlikuje identifikaciju od sličnih koncepata, kao što su naponi usmereni ka ostvarenju ciljeva grupe (ponašajni nivo) ili lojalnosti (afektivni nivo). Ipak, treba imati u vidu i literaturu koja se bavi teorijom socijalnog identiteta, a u kojoj se nalaze gledišta po kojima su i afektivna i evaluativna dimenzija uključeni u konceptualizaciju organizacione identifikacije (Tajfel, 1978).

Drugo, socijalna identifikacija se često vidi kao lično doživljeni uspeh ili poraz cele grupe kojoj se pripada (Foote, 1951; Tolman, 1943). Česta je pojava da se socijalna identifikacija ispoljava u najvećoj meri upravo u situacijama velikih gubitaka ili patnji (Brown, 1986), propuštenih prilika za nekim postignućem ili ostvarenjem (Tajfel, 1982), neuspeha u nekoj sferi (Turner, 1981) ili, čak, u situacijama anticipiranja nekog neuspeha (Gammons, 1986).

Treće, socijalna identifikacija se mora razgraničiti od internalizacije (Hogg & Turner, 1987). Dok se socijalna identifikacija odnosi na self u terminima socijalnih kategorija (Ja sam), internalizacija se odnosi na inkorporaciju vrednosti i stavova koji su unutar selfa osobe i koji se tiču ličnih principa te osobe (Ja verujem). Iako se određene vrednosti i stavovi tipično vezuju za članove neke socijalne grupe (kategorije), prihvatanje grupe (kategorije), kao nečega što predstavlja deo selfa osobe, ne znači nužno i prihvatanje datih vrednosti ili stavova. Osoba može sebe doživljavati kao deo radne organizacije u kojoj je zaposlena, ali ipak može istovremeno da iskaže i neslaganje sa vrednostima, strategijom ili sistemom autoriteta date radne organizacije (Martin & Siehl, 1983; Mintzberg, 1983).

U svetu i kod nas je značajno mali broj istraživanja koja su se bavila problematikom vezanom za odnos organizacione identifikacije i bračnog i roditeljskog statusa zaposlenih, a u pojedinim su uglavnom dobijani kontradiktorni nalazi kada je u pitanju postojanje/nepostojanje razlika u izraženosti organizacione identifikacije zavisno od bračnog ili roditeljskog statusa, ili su pak dobijani rezultati u kojima nisu pronađene statistički značajne relacije (Celik & Findik, 2012; Ghannam & Taamneh, 2017).

Društvene krize i promene ubrzano postaju integralni deo današnjeg radnog konteksta. U okviru svojih poslova zaposleni mogu iskusiti i doživeti prirodne katastrofe, otkaze, brojne posledice globalne konkurencije, efekte reorganizacije i integracije kompanija.

Veliki broj istraživanja bavio se menadžmentom kriznih situacija u organizaciji i ulogom različitih organizacionih struktura i organizacione kulture u ovom procesu (Kovoor-Misra, 1995; Kovoor-Misra & Nathan, 2000), ali je tokom svih njih obraćano nedovoljno pažnje na ulogu percipiranog organizacionog identiteta. Nalazi dobijeni u istraživanju Sare Kovor-Misre (Kovoor-Misra, 2009) ukazuju da u okolnostima koje zaposleni doživljavaju kao preteće, percepcije vezane za organizacioni identitet „ko smo mi” postaju istaknutije i čvršće.

Metodološki deo

Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja je proveriti da li postoje razlike u izraženosti organizacione identifikacije i njenih aspekata (lojalnost organizaciji, doživljaj sličnosti sa drugim članovima organizacije, osećanje pripadnosti organizaciji) kod zaposlenih, zavisno od bračnog statusa (u bračnoj zajednici ili ne) i roditeljskog statusa (sa i bez dece).

U skladu sa opštim ciljem istraživanja izvedeni su i specifični ciljevi:

H.1. Ispitati da li zaposleni koji su u braku imaju izraženiju organizacionu identifikaciju (i sve njene aspekte) od onih koji nisu u braku ili su u vanbračnoj vezi.

H.2. Ispitati da li zaposleni koji imaju decu ispoljavaju izraženiju organizacionu identifikaciju (i sve njene aspekte) od onih koji nemaju decu.

H.3. Ispitati da li se zaposleni koji su različitog bračnog statusa mogu diferencirati na osnovu izraženosti organizacione identifikacije.

H.4. Ispitati da li se zaposleni koji su različitog roditeljskog statusa mogu diferencirati na osnovu izraženosti organizacione identifikacije.

H.5. Ispitati da li postoje razlike u izraženosti organizacione identifikacije zavisno od bračnog i roditeljskog statusa ispitanika na poduzorcima zaposlenih u privatnom i državnom sektoru.

Instrumenti istraživanja

Organizaciona identifikacija zaposlenih merena je preko skale organizacione identifikacije (Cheney, 1982; Tompkins & Cheney, 1983) (navedena skala je primarno konstruisana po uzoru na šest različitih skala korišćenih za merenje navedenog konstrukta: Brown, 1969; Buchanan, 1974a, 1974b; Lodahl & Kejner, 1965; Mowday et al., 1979; Patchen, 1970; Schneider, Hall & Nygren, 1971).

Za prikupljanje podataka vezanih za sociodemografske varijable konstruisan je upitnik za potrebe ovog istraživanja, kroz koji su između ostalog evidentirane varijable vezane za bračni status ili status veze kao i trenutni roditeljski status ispitanika (da li imaju decu ili ne).

Uzorak ispitanika

Uzorak je činilo 530 ispitanika. Svi ispitanici su zaposleni, i starosti su od 30 do 50 godina. Sa namerom kontrolisanja varijabli vezanih za sektor radnog angažovanja, svi ispitanici su zaposleni u uslužnom sektoru. 40.3% je zaposleno u privatnom a 59.7% u državnom sektoru. Navedeni raspon godina starosti je odabran kako bi obezbedio da svi ispitanici budu u godinama kada se očekuje da su već zasnovali svoju porodicu, a ukoliko nisu, to se ne pripisuje godinama starosti već pre uverenjima, stavovima ili pak nemogućnosti zasnivanja i održavanja odnosa sa drugima. Uzorak je izjednačen po polu i sačinjen od 255 muških i 271 ženskog ispitanika. Većina ispitanika je u braku 338 (63.1%), dok je 76 ispitanika (15.3%) slobodno, 59, tj. 11,9% u vezi. Nešto manje od 5% je razvedeno i 0,5% ispitanika čine udovci/udovice. 324 ispitanika ima decu, njih 179 nema dece.

Rezultati istraživanja

Kako bi se proverilo da li postoje statistički značajne razlike u izraženosti organizacione identifikacije i njenih aspekata (lojalnosti, doživljaja sličnosti i osećanja pripadnosti) kod zaposlenih različitog bračnog statusa, sprovedena je analiza varijanse za utvrđivanje razlika između različitih grupa ispitanika.

Tabela 1.
Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog bračnog statusa (ANOVA)

	df	F	p
Osećanje pripadnosti	4	3.052	.017
Lojalnost	4	3.059	.017
Doživljaj sličnosti	4	2.523	.040
Organizaciona identifikacija	4	3.342	.010

Tabela 2.

Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog bračnog statusa (aritmetičke sredine)

Bračno stanje	Osećanje pripadnosti	Lojalnost	Doživljaj sličnosti	Organizaciona identifikacija
Slobodan/na	13.07	14.71	18.10	45.89
U vezi	13.86	14.72	17.77	46.37
U braku	14.22	15.69	18.79	48.71
Razveden/na	12.71	13.90	17.47	44.09
Udovac/ica	12.50	16.50	19.50	48.50
Total	13.93	15.35	18.51	47.80

Rezultati prikazani kroz tabelu 1 ukazuju da postoje statistički značajne razlike u izraženosti lojalnosti, doživljaja sličnosti i osećanja pripadnosti, kao i ukupnog skora na skali organizacione identifikacije, između zaposlenih različitog bračnog statusa.

Najviše skorove (tabela 2) na skali koja meri aspekt organizacione identifikacije vezan za osećanje pripadnosti organizaciji ostvaruju zaposleni koji su u braku, a najniže su kod onih koji su razvedeni, udovci ili nisu u vezi (deklarirani kao slobodni). Sličan je trend i kada su u pitanju aspekti organizacione identifikacije koji se odnose na lojalnost organizaciji i doživljaj sličnosti sa ostalim članovima organizacije, s tim što su ovi aspekti najizraženiji kod zaposlenih koji su u braku ili su pak udovci/udovice, a slabije su izraženi kod onih koji su „slobodni“, nalaze se u vanbračnoj vezi ili su razvedeni.

U smeru provere postojanje eventualnih statistički značajnih razlika u izraženosti organizacione identifikacije i njenih aspekata (lojalnosti, doživljaja sličnosti i osećanja pripadnosti) kod zaposlenih koji imaju decu i onih koji su bez dece, sprovedena je analiza t-testom za utvrđivanje razlika između različitih grupa ispitanika (tabela 3). Nalazi ukazuju da zaposleni koji imaju decu imaju izraženiju organizacionu identifikaciju, te izraženije i sve njene aspekte, a sve u odnosu na zaposlene bez dece. Sve navedene razlike su statistički značajne.

Tabela 3.

Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog roditeljskog statusa (t-test)

	Da li imate dece	Mean	t	p
Osećanje pripadnosti	Imam decu	14.20	3.267	.001
	Bez dece	13.22		
Lojalnost	Imam decu	15.70	3.600	.000
	Bez dece	14.54		
Doživljaj sličnosti	Imam decu	18.84	2.908	.004
	Bez dece	17.96		
Organizaciona identifikacija	Imam decu	48.75	3.730	.000
	Bez dece	45.73		

Sa namerom da ispitamo da li zaposleni različitog bračnog statusa, ali i različitog roditeljskog statusa, mogu da budu diskriminirani na osnovu izraženosti organizacione identifikacije, sprovedena je kanonička diskriminaciona analiza.

Organizaciona identifikacija i njeni aspekti kod zaposlenih različitog bračnog i ...

Tabela 4.1.
Hi kvadrat kanoničkih diskriminativnih funkcija

Function	Eigenvalue	Canonical R	Wilks lambda	Chi square	df	p-level
1	.028 ^a	.164	.954	22.978	12	.028
2	.019 ^a	.138	.981	9.640	6	.141
3	.000 ^a	.022	1.000	.238	2	.888

Tabela 4.2.
Matrica strukture kanoničkih diskriminativnih funkcija

	I funkcija	II funkcija	III funkcija
Organizaciona identifikacija	.990*	.113	.088
Lojalnost	.950*	-.030	-.310
Doživljaj sličnosti	.843*	-.213	.494
Osećanje pripadnosti	.832*	.548	.089

Tabela 4.3.
Funkcije grupnih centroida kanoničkih diskriminativnih funkcija

	I funkcija	II funkcija	III funkcija
Slobodan/na	-.206 (p [†] < .05)	-.187	.002
U vezi	-.197 (p [†] < .05)	.264	-.033
U braku	.107 (p [†] < .05)	.006	.004
Razveden/na	-.439 (p [†] < .05)	-.052	.043
Udovac/ica	.237 (p [†] < .05)	-1.156	-.252

Rezultati (tabela 4.1.- 4.3.) ukazuju na činjenicu da je moguće diferencirati zaposlene koji imaju različiti bračni status, a sve na osnovu stepena njihove organizacione identifikacije, odnosno izraženosti pojedinih aspekata organizacione identifikacije, poput lojalnosti organizaciji, doživljaja sličnosti za ostalim članovima organizacije i osećanja pripadnosti organizaciji.

Tabela 5.1.
Hi kvadrat kanoničkih diskriminativnih funkcija

Function	Eigenvalue	Canonical R	Wilks lambda	Chi square	df	p-level
1	.028	.166	.973	13.905	3	.003

Tabela 5.2.
Matrica strukture kanoničkih diskriminativnih funkcija

<u>I function</u>	
Organizaciona identifikacija (OID) ^a	.992 (p [†] < .05)
Lojalnost (OID_L)	.957 (p [†] < .05)
Osećanje pripadnosti (OID_M)	.869 (p [†] < .05)
Doživljaj sličnosti (OID_S)	.809 (p [†] < .05)

Tabela 5.3.
Funkcije grupnih centroida kanoničkih diskriminativnih funkcija

Type of employment (job)	Function I
Imam decu	.125
Bez dece	-.226

Pregledom rezultata prikazanih kroz tabele 5.1, 5.2 i 5.3 moguće je diferencirati zaposlene koji imaju različiti roditeljski status a sve na osnovu stepena njihove organizacione identifikacije, odnosno na osnovu izraženosti pojedinih aspekata organizacione identifikacije, poput lojalnosti organizaciji, doživljaja sličnosti sa ostalim članovima organizacije i osećanja pripadnosti organizaciji.

Proveravano je i da li postoje razlike u izraženosti organizacione identifikacije kod zaposlenih različitog bračnog statusa, a sve u odnosu na vrstu vlasništva nad radnom organizacijom.

Tabela 6.
Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog bračnog statusa (ANOVA) na poduzorku iz državnog sektora

	df	F	p
Osećanje pripadnosti	3	7.016	.000
Lojalnost	3	4.795	.003
Doživljaj sličnosti	3	1.360	.256
Organizaciona identifikacija	3	4.870	.003

Tabela 7.
Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog bračnog statusa (ANOVA) na poduzorku iz privatnog sektora

	df	F	p
Osećanje pripadnosti	4	.220	.927
Lojalnost	4	.510	.729
Doživljaj sličnosti	4	1.942	.104
Organizaciona identifikacija	4	.838	.502

Tabela 8.

Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog bračnog statusa (aritmetičke sredine) na poduzorku iz privatnog sektora

Bračno stanje	Osećanje pripadnosti	Lojalnost	Doživljaj sličnosti	Organizaciona identifikacija
Slobodan/na	13.43	14.97	17.76	46.17
U vezi	13.33	14.66	16.84	44.84
U braku	13.68	15.31	18.29	47.29
Razveden/na	13.25	14.41	17.00	44.66
Udovac/ica	12.50	16.50	19.50	48.50
Total	13.57	15.15	17.99	46.73

Veoma interesantan nalaz predstavlja to da su razlike u izraženosti organizacione identifikacije zavisno od bračnog statusa, statistički značajne samo na poduzorku zaposlenih u privatnom sektoru, dok na poduzorku zaposlenih u državnom razlike nisu na statistički značajnom nivou.

Slična je situacija i kada se u razmatranje uzmu nalazi vezani za izraženost organizacione identifikacije zavisno od roditeljskog statusa. Razlike u izraženosti organizacione identifikacije su statistički značajne samo na poduzorku zaposlenih u privatnom sektoru.

Tabela 9.

Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog roditeljskog statusa (t-test) na poduzorku iz državnog sektora

	Da li imate dece	Mean	t	p
Osecanje pripadnosti	Imam decu	13.69	1.527	.128
	Bez dece	13.09		
Lojalnost	Imam decu	15.35	1.910	.057
	Bez dece	14.53		
Doziviljaj slicnosti	Imam decu	18.28	1.825	.070
	Bez dece	17.52		
Organizaciona identifikacija	Imam decu	47.34	2.028	.058
	Bez dece	45.16		

Tabela 10.

Organizaciona identifikacija kod zaposlenih različitog roditeljskog statusa (t-test) na poduzorku iz privatnog sektora

	Da li imate dece	Mean	t	p
Osecanje pripadnosti	Imam decu	14.97	3.242	.001
	Bez dece	13.50		
Lojalnost	Imam decu	16.25	3.501	.001
	Bez dece	14.56		
Doziviljaj slicnosti	Imam decu	19.67	2.464	.015
	Bez dece	18.66		
Organizaciona identifikacija	Imam decu	50.90	3.461	.001
	Bez dece	46.73		

Diskusija i zaključak

Radne organizacije traže takve zaposlene koji će se zalagati za njenu misiju i delovati odgovorno u smeru postizanja ciljeva radnih grupa u kojima posluju. U skladu s tim, primarni zadatak menadžmenta nije samo kultivisanje zaposlenih koji bi bili posvećeni organizaciji, već i zaposlenih koji se identifikuju sa organizacionom misijom (Dunham et al., 1994; Matheu i Zajac, 1990). Upravo iz tog razloga, nedvosmisleno je važno ispitivati varijable koje mogu biti od značaja za razumevanje koncepta organizacione identifikacije, a upravo takvi jesu činioци poput bračnog i roditeljskog statusa zaposlenih.

Rezultati istraživanja su pokazali da bračni status može biti važan prilikom razmatranja stepena organizacione identifikacije zaposlenih, te da zaposleni koji su u braku imaju izraženiju organizacionu identifikaciju od zaposlenih koji su recimo u vanbračnoj vezi ili su pak deklarirani kao "slobodni", te ispoljavaju viši stepen lojalnosti, doživljavaju sebe sličnijim sa ostalim članovima organizacije i imaju izraženiji doživljaj pripadnosti organizaciji. Pored toga, pokazalo se da zaposleni koji imaju decu takođe pokazuju viši stepen organizacione identifikacije od zaposlenih bez dece.

Ove nalaze potkrepljuju i podaci dobijeni kanoničkom diskriminativnom analizom, pa se ispostavilo da je na osnovu izraženosti organizacione identifikacije i njenih aspekata moguće razlikovati zaposlene koji su razvedeni, slobodni ili u vanbračnoj vezi, od onih zaposlenih koji su u braku ili su ostali udovci/udovice. Slične zaključke možemo izvesti i razmatranjem nalaza dobijenih kanoničkom diskriminativnom analizom, ali onda kada se u razmatranje uzima roditeljski status zaposlenih. Na taj način, moguće je na osnovu stepena izraženosti organizacione identifikacije napraviti razliku između zaposlenih sa i bez dece.

Nalazi koji ukazuju na razlike u izraženosti organizacione identifikacije zavisno od toga da li zaposleni rade u privatnom ili društvenom sektoru nisu iznenađenje ako se u obzir uzme veliki broj empirijskih nalaza vezanih za ovu oblast. Znatno broje istraživanja u svetu ukazuje da zaposleni u privatnom sektoru u većoj meri cene ekonomsko-materijalne nagrade nego li zaposleni u državnom sektoru (Cacioppe & Mock, 1984; Crewson, 2007; Karl & Sutton, 1998). Choudry (1989) nalazi da postoje razlike u stavovima prema poslu kod zaposlenih u privatnom i državnom sektoru. Intenzivne i duboke promene koje se odvijaju kako na globalnom tako i na regionalnom tržištu poslovanja, a odnose se na promene od tradicionalno sigurnog radnog konteksta ka rapidno promenljivom i nesigurnom kontekstu, očekivano izazivaju efekte ne samo na opštu psihološku dobrobit pojedinaca, nego i na njegova ponašanja i stavove prema radu na duge staze ali i na dobrobit same organizacije u kojoj je pojedinac zaposlen (Todorović, 2015). Očigledno je da novi identitet organizacija (privatne organizacije) ne nude siguran posao. U našoj donedavnoj praksi je u društvenim organizacijama postojala trajnost zaposlenja. Nezadovoljstvo nepostojanjem trajnog zaposlenja je delom proizvod naših izgrađenih očekivanja iz prošlosti (kada se dobije posao treba da traje do kraja radnog veka), a sa druge strane proizvod nepostojanja tržišta rada i potrebe za radnom snagom, odnosno mogućnosti zaposlenja. Prema rezultatima o nezadovoljstvu radnika pojedinim indikatorima posla, može se zaključiti da u privatnim organizacijama nisu adekvatno plaćeni, da nemaju zadovoljavajuće uslove rada i da nemaju osećanje ispunjenosti na poslu. Nedostatak osećanja ispunjenosti verovatno potiče iz razloga što se u nedostatku posla biraju i poslovi koji nisu sadržajni, kreativni i ne vode ispunjenosti (Marković, Pavlović & Todorović, 2013). Imajući u vidu sve rezultate proistekle iz ovog rada, preporuka je da buduća istraživanja obuhvate široku sferu varijabli potencijalno značajnih za odnos zaposlenih pojedinaca, s jedne, i radne organizacije, s druge strane. Usklađivanje profesionalno-poslovne sfere sa porodičnim kontekstom zaposlenog je zapravo imperativ ako želimo da radimo na očuvanju i unapređenju ukupnog zdravlja i dobrobiti zaposlenih.

Reference

- Alessandri, S. W. 2001. Modeling corporate identity: A concept explication and theoretical explanation. *Corporate Communications*, 6(4), 173.
- Ashforth, B. E., Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20–39.
- Balmer, J. M. T. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing - seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 248.
- Barker, J. R., & Tompkins, P. K. (1994). Identification in the self - managing organization: Characteristics of target and tenure. *Human Communication Research*, 21, 247–264.
- Brown, M. (1969). Identification and some conditions of organizational involvement. *Administrative Science Quarterly*, 14, 346–355.
- Brown, R. W. (1986). *Social psychology, the second edition*. New York: Free Press.
- Buchanan, B. (1974a). Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administrative Science Quarterly*, 22, 533–546.
- Buchanan, B.. (1974b). Government managers, business executives and organizational commitment. *Public Administration Review*, 34, 339–347.
- Cacioppe, R., Mock P. (1984). A Comparison of the Quality of Work Experience in Government and Private Organizations. *Human Relations* 37 (11): 923–40.
- Celik, A., Findik, M., (2012). The Effect of Perceived Organizational Support on Organizational Identification, *International Journal of Economics and Management Engineering*, Vol. 6, No. 8, pp. 2089–2094.
- Cheney, G. (1982). *Organizational identification as process and product: A field study*. Unpublished master's thesis, Purdue University.
- Cheney, G. (1983a). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication Monographs*, 50, 342–362.
- Cheney, G. (1983b). The rhetoric of identification and the study of organizational communication. *Quarterly Journal of Speech*, 69, 143–158.
- Choudry, S. (1989). Occupational level and job satisfaction: A comparative study of public and private sector organizations. *Indian Journal of Applied Psychology*, 26(2), 1–5.
- Crewson, P. E. (1997). Public Service Motivation: Building Empirical Evidence of Incidence and Effect. *Journal of Public Administration Research and Theory* 7 (4): 499–518.
- Dinnie, K. 2003. Creating corporate reputations: Identity, image and performance. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 11–44.
- Dowling, G. R. (2001). *Creating corporate reputations: Identity, images, and performance*. Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Dowling, G. R. (2006). How good corporate reputations create corporate value. *Corporate Reputation Review*, 9(2): 134.
- Dunham, R. B., Grupe, J.A., Casteneda, M.B. (1994). Organizational commitment: the utility of an integrative definition, *Journal of Applied Psychology*, 79, 370–380.

- Dutton, J.E., Dukerich, J.M., Harquail, C.V. (1994). Organizational images and member identification, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 39, pp. 239–63.
- Foote, N. N. (1951). Identification as the basis for a theory of motivation. *American Sociological Review*, 16, 14–21.
- Gammons, P. (1986). Living and dying with the Woe Sox. *Sports Illustrated*, pp. 22–23.
- Ghannam, A. A., Taamneh, M. M. (2017). The Impact of Organizational Identification on Organizational Commitment among Governmental Employees in Jordan, *International Review of Management and Business Research*, Vol. 6, Issue 3, pp. 1026-1034, ISSN 2306–9007.
- Gould, S.B. (1975). *Organizational identification and commitment in two environments*. Unpublished PhD Thesis, Michigan State University, Lansing.
- Hall, D. T, Schneider, B.. & Nygren, H. T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative Science Quarterly*. 15. 176–190.
- Hatch, M. J., Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356.
- Hatch, M. J., Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55(8), 989–1018.
- Hatch, M. J., Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 1041.
- Hogg, M. A., Tumer, J. C. (1987) Social identity and conformity: A theory of referent informational influence. In W, Doise & S. Moscovid (Eds.), *Current Issues in European social psychology* , Vol. 2, pp, 139–182). Cambridge. England: Cambridge University Press.
- Joo, B., & McLean, G. N. (2006). Best employer studies: A conceptual model from a literature review and a case study. *Human Resources Development Review*, 5(2), 228.
- Karl, K. A., Sutton, C. L. (1998). Job Values in Today's Workforce: A Comparison of Public and Private Sector Employees . *Public Personnel Management* ,27 (4): 515–27.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*. 25, 57–78.
- Kovoor-Misra, S. (1995). A multidimensional approach to crisis preparation for technical organizations: some critical factors, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 48, pp. 143–60.
- Kovoor-Misra, S. (2009). Understanding perceived organizational identity during crisis and change - A threat/opportunity framework, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 22, No. 5, pp. 494–510.
- Kovoor-Misra, S. & Nathan, M. (2000). The optimal time for learning from crises, *Review of Business*, Vol. 21 No. 3, pp. 31-6.
- Lodahl, T. M., Kejner, M. (1965). The definition and measurement of job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 49, 24-33.
- Marković, Z., Pavlović, S., Todorović, D. (2011). Novi identitet organizacija i zadovoljstvo poslom, *Zbornik radova „Nauka i identitet“*, knjiga 6, tom 2, pp. 683–694.
- Martin, J., Siehl, C. (1983). Organizational culture and counterculture: An uneasy symbiosis. *Organizational Dynamics*, 12(2). 52–64.

- Mathieu, J., Zajac, D. (1990). A review of meta-analysis of the antecedents, correlates and consequences of organizational commitment, *Psychological Bulletin*, Vol. 108 No. 2, pp. 171–194.
- Miles, S. J., Mangold, W. G. (2005). Positioning southwest airlines through employee branding. *Business Horizons*, 48(6), 535–545.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment, *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224–227.
- Patchen, M. (1970). *Participation, achievement and involvement on the job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Pruzan, P. (2001). Corporate reputation: Image and identity. *Corporate Reputation Review*, 4(1), 50.
- Schneider, B., Hall, D. T., Nygren, H. T. (1971). Self-image and job characteristics as correlates of changing organizational identification. *Human Relations*, 24, 397–416.
- Stuart, H. (2002). Employee identification with the corporate identity. *International Studies of Management & Organization*, 32(3), 28–44.
- Tajfel, H. (1978). The achievement of group differentiation. In: H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups* *Studies in the social psychology of intergroup relations*, (pp. 77–98). London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1982). Instrumentality, identity and social comparisons. In H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 483–507). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Todorović, D. (2015). *Osobine ličnosti, organizacione orijentacije i nesigurnost zaposlenja kao prediktori organizacione identifikacije, predanosti i opšte psihološke dobrobiti zaposlenih: integrativni pristup*, Doktorska disertacija, Beograd: Filozofski fakultet.
- Tolman, E. C. (1943). Identification and the post-war world. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 141–148.
- Tompkins, P. K. & Cheney, G. (1985). Communication and unobtrusive control in contemporary organizations, In R. D. McPhee & P. K. Tompkins (Eds.), *Organizational communication: Traditional themes and new directions*. (pp. 179–210). Beverly Hills, CA: Sage
- Tompkins, P. K., Cheney, G. (1983). Account analysis of organizations: Decision-making and identification In L. Putnam & M. Pacanowsky (Eds.), *Communication and organizations: An interpretive approach* (pp. 123–146). Beverly Hills, CA: Sage.
- Tumer, J. C. (1981). The experimental social psychology of intergroup behavior. In J. C. Tumer & H. Giles (Eds.), *Intergroup behaviour* (pp. 66–101). Chicago: University of Chicago Press.
- Whetten, D. A. (1997). Part II: Where do reputations come from?: Theory development and the study of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 1(1), 25.

ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION AND ITS ASPECTS AMONG EMPLOYEES OF VARIOUS MARITAL AND PARENTAL STATUS ²

Abstract

The identification of employees with their organization is important, considering that the more they identify with the organization, the more they think and behave in accordance with the perspective and goals of that organization (Dutton et al., 1994). The goal of the research is to evaluate whether there are any differences in the manifestation of organizational identification and its aspects (loyalty to the organization, experiencing a sense of similarity with other members of the organization, a sense of belonging) among employees, depending on their marital status (whether they are married or not) and parental status (whether they have children or not). The sample consisted of 530 respondents. All of the respondents were employed, and aged between 30 to 50. Organizational identification among the employees was measured on the scale of organizational identification (Cheney, 1982; Tompkins & Cheney, 1983), while a special questionnaire was designed specifically for this study to compile socio-demographic data on the respondents, which among other things noted any variables related to marital status or relationship status, as well as the current parental status of the respondents (whether they have children or not).

The findings indicate that employees with children have a more pronounced organizational identification, along with all of its aspects, compared to employees without children. There are statistically significant differences in the manifested loyalty, sense of similarity and sense of belonging, as well as the overall score on the scale of organizational identification between employees of different marital status. A more intriguing finding is that the differences in the manifestation of organizational identification depending on marital status are statistically significant only for the sub-sample of employees in the private sector, while for the sub-sample of employees in the state sector the differences are not statistically significant. The situation is similar when we take into consideration the findings related to the expression of organizational identification depending on parental status, as they are statistically significant only for the sub-sample of employees in the private sector.

Key words: *organizational identification, marital and parental status, employees, private and state-owned organizations*

² This research was supported by a research grant of the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia, within the framework of the 179002 project.