

ИЗУЧЕНИЕ ПРИВЕРЖЕННОСТИ СОТРУДНИКОВ СЕРВИСНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЙ

Study of adherence of people working for service organization and enterprise

Abstract

The article gives an overview of the notion of adherence and loyalty of people working in two types of organizations: Specialized laboratory "Trubnadzor" of Gazprom and Chelyabinsk State Pedagogical University. Structure of adherence, its types, factors are determined. Current adherence and normative adherence in the two types of organizations is studied.

Key words: current adherence, normative adherence, loyalty to the organization.

Введение

Вся деятельность человека обусловлена реально существующими потребностями. На современном этапе сотрудники компании не рассматриваются как средство производства, а являются полноправной группой влияния, такой же, как клиенты, акционеры, инвесторы. Организация представляет собой открытую систему, залогом выживания и развития которой является способность успешно адаптироваться к постоянным изменениям во внешней среде. При этом оптимизация использования человеческих ресурсов создает такое важное конкурентное преимущество компании, как приверженность работников. Приверженность работника проявляется в оптимистической оценке будущего, самоконтроле, внутренней мотивации к трудовой активности и гордости за принадлежность к компании.

Определение приверженности к организации

Феномен «приверженность» изучался социальными психологами на протяжении многих лет. Например, в толковом словаре В.И.Даля [2] приверженный определяется

как преданный, сторонник чего-либо, верный и покорный заступник.

По мнению А.Богословского [1], под приверженностью понимается отношение к компании, которое проявляется в различных типах поведения сотрудников:

- привязанность к компании / уход из компании;
- честность / нечестность по отношению к компании;
- производительная / непроизводительная работа.

При этом все авторы отмечают, что повышение приверженности связано с уменьшением вероятности ухода работника из компании [3; 4; 6].

Необходимо отметить, что М.И. Магура [5] в структуре приверженности, наряду с идентификацией и вовлеченностью, выделяет и лояльность. Критерием лояльности – выступает эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом. Эмоциональная лояльность выступает как истинная приверженность организации. Таким образом, «приверженность» включает в себя понятие «лояльность» – как эмоциональную привязанность к организации, совпадение собственных целей с целями организации (идентификация) и вовлеченность.

Подходы к проблеме приверженности

Можно выделить два основных подхода к проблеме приверженности персонала. В первом случае приверженность персонала определяется как профессиональную пригодность и надежность (А.В. Ковров, И.Г. Чумарин, К.В. Харский) [9], во втором случае приверженность определяется как готовность персонала всегда отстаивать интересы организации, гордость за принадлежность к организации, рассмотрение ее целей и ценностей как своих собственных, вовлеченность в работу организации, стремление сделать больше, чем от тебя ожидают или требуют (М.И. Магура, В.И. Доминяк, Е.В. Доценко, Д.С. Витман) [3; 5].

Описания психологической природы приверженности различны. Зарубежными и отечественными психологами разработаны установочный и поведенческий подхо-

ды к приверженности [8]. При поведенческом подходе, лояльность отражает связь работника и организации. В рамках поведенческого подхода приверженность определяется – как поведение, соотносящееся с действием человека по поступлению на работу – продолжение работы в организации [7]. Представители установочного подхода выдвигают концепцию установочной приверженности. Под этим термином понимается эмоциональное отношение сотрудника к организации, и приверженность определяется как эмоциональная реакция, включающая в себя заботу и беспокойство за компанию и коллег, чувство присоединения, взаимозависимости или доверия.

Структура и виды приверженности

Самой распространенной стала трехкомпонентная концепция [8], которую выдвинули Дж. Мейер и Н. Аллен. Организационная приверженность в рамках этой концепции определяется как «психологическая связь между служащим и организацией, снижающая вероятность того, что служащий добровольно оставит организацию», выделяются три компонента приверженности:

1. *Аффективная приверженность*: идентификация, вовлеченность, и эмоциональная привязанность к организации. В компании остаются потому, что хотят этого.

2. *Текущая приверженность*: осознание работниками затрат, связанных с уходом из организации. В компании остаются потому, что это выгодно.

3. *Нормативная приверженность*: осознание обязательств по отношению к организации. В компании остаются потому, что испытывают чувство долга перед ней.

В основу этой классификации положен принцип выделения главенствующей потребности, удовлетворение которой в данной организации и порождает отношения приверженности, верности, лояльности.

В отечественной психологии, в частности, по мнению М.И. Магуры [5] структура приверженность организации складывается из трех составляющих: идентификация, вовлеченность и лояльность.

1. *Идентификация*. Гордость за принадлежность к организации, рассмотрение ее целей и ценностей как своих собственных, идентификация с организацией.

2. *Вовлеченность в работу организации*, стремление сделать больше, чем от тебя ожидают или требуют.

3. *Лояльность к организации* – готовность всегда отстаивать ее интересы; эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом [6].

Таким образом, теоретический анализ показал неоднозначность понимания структуры приверженности разными авторами.

Факторы, влияющие на возникновение и изменение приверженности

Приверженность является динамическим образованием, формирующимся и функционирующим под воздействием различных факторов. Авторы выделяют различные группы факторов по разным основаниям, рассматривая в качестве детерминант и биологические, и личностные, и социально-психологические образования, что свидетельствует о сложности изучаемого феномена [6].

- *Мотивы выбора работы*. Работники, ориентированные на содержательную составляющую работы, более приверженные, чем работники, ориентированные на заработок.

- *Мотивация труда и трудовые ценности*. Формирование у работника приверженности своей организации связано с тем, в какой степени данное место работы соответствует его ожиданиями и дает возможность удовлетворения важнейших потребностей, с которыми для него связан смысл работы.

- *Особенности трудовой этики*. Уровень приверженности выше у работников, которых характеризует ориентация на работу как на основную сферу самореализации, на труд с полной самоотдачей и готовность принимать на себя ответственность за производственные результаты. Возраст. Чем старше работники, тем в большей степени они склонны проявлять приверженность своей организации.

- *Опыт работы сотрудников*. Работники, трудившиеся много лет в компании, скорее могут рассчитывать на отдачу

от нее в виде пенсий и разного рода льгот, которые как бы «привязывают» их к организации.

- *Пол.* Женщины чаще, чем мужчины, проявляют приверженность организации.

- *Уровень образования.* Чем выше образовательные уровни работников, тем ниже их готовность к проявлению приверженности организации.

Среди индивидуальных факторов наиболее объективными, не зависящими от личности являются пол и возраст; они отражают биологические параметры сотрудника и могут влиять на приверженность как положительно, так и отрицательно. Мотивы выбора конкретного вида трудовой деятельности и мотивация к её выполнению являются личностно-психологическими образованиями, сформированными в процессе индивидуального жизненного опыта.

Практическое исследование приверженности сотрудников сервисной и производственной организации

База исследования: организация, предоставляющая образовательные услуги (ГОУ ВПО «ЧГПУ») и производственная организация (Специализированная лаборатория «Трубнонадзор» ОАО «Газпром»). Выборка: 60 человек. 30 человек – из производственной организации «Газпром» (10 женщин и 20 мужчин), 30 человек из организации, предоставляющая образовательные услуги ЧГПУ (28 женщин и 2 мужчины).

Краткий обзор демографических характеристик респондентов представлен в таблицах 1 и 2.

Таблица 1. Социально–демографическая характеристика выборки ЧГПУ.

Статус	Мужчины		Женщины		Возраст, лет
	Кол-во человек	Кол-во человек, %	Кол-во человек	Кол-во человек, %	
Преподаватель	0	0	23	76	23 – 65
Лаборант	2	6	5	16,5	19 – 68

Таблица 2. Социально–демографическая характеристика выборки «Газпром».

Статус	Мужчины		Женщины		Возраст, лет
	Кол-во человек	Кол-во человек, %	Кол-во человек	Кол-во человек, %	
Инженер	15	49	1	3,3	68 – 23
Бухгалтер	0	0	5	16,5	29 – 50
Рабочий	5	16,5	4	13	52 – 39

Методы исследования

Исследование проведем при помощи опросника на приверженность. Для исследования видов лояльности сотрудников к организации использовался опросник Organizational Commitment Scale (OSC – Шкала Приверженности Организации) Дж. Мейера и К. Аллена [8]. Опросник состоит из 16-ти утверждений, выражающих разнообразные чувства, которые может испытывать человек по отношению к своей организации. Предложили рассматривать три измерения приверженности – эмоциональную, нормативную и текущую, которые могут быть в различной степени выражены у каждого сотрудника:

- Эмоциональная (аффективная) приверженность – эмоциональная привязанность к организации, идентификация с организацией, вовлечённость в её дела и проблемы;
- Текущая приверженность – приверженность, обусловленная стажем, связана с пониманием тех потерь, которые вызовет уход из организации;
- Нормативная приверженность связана с обязательством работника оставаться в данной организации.

Респондентам было необходимо определить собственные чувства по отношению к организации, в которой он работает в данный момент, отметив степень согласия или не согласия с каждым из приведенных утверждений используя при этом пяти балльную шкалу:

- 1 – совсем не соответствует;
- 2 – слабо соответствует;

- 3 – затрудняюсь ответить;
- 4 – по большей части соответствует;
- 5 – полностью соответствует.

Обработка данных: вычисление суммарного балла по каждому из виду лояльности и общего суммарного балла.

Сравнительный анализ общего уровня приверженности для сотрудников разных организаций

В рамках данной работы ставилась задача сравнить общий уровень приверженности для сотрудников разных организаций.

На первом этапе была сформирована выборка из 60 человек, 30 человек из организации «Газпром» и 30 человек из организации «ЧГПУ».

Обеим группам была предложена методика «Диагностика трудовой мотивации» и опросник «Приверженность».

Полученные результаты, мы обработали при помощи t-критерий Стьюдента и коэффициента линейной корреляции Пирсона.

Для выявления различий трудовой мотивации и приверженности двух организаций нами был выбран t-критерий Стьюдента.

Для установления взаимосвязи преобладающих типов приверженности и потребностей, отраженных в структуре трудовой мотивации, мы использовали коэффициента линейной корреляции Пирсона.

Для сравнения результатов приверженности двух организаций мы высчитали среднее арифметическое по каждому типу приверженности. Полученные данные занесены в таблицу 3.

Таблица 3. Средние показатели типов приверженности у сотрудников разных организаций.

Организация	Эмоциональная	Текущая	Нормативная
ЧГПУ	2,8	4,4	4,5
Газпром	3,1	3,5	3,7

По результатам средних показателей типов приверженности у сотрудников разных организаций была построена гистограмма.

Из данной таблицы и гистограммы мы видим, что уровень эмоциональной приверженности сотрудников ЧГПУ чуть ниже, чем у сотрудников «Газпром». В обеих организациях уровень эмоциональной приверженности ниже среднего. То есть сотрудники обеих организаций отличаются низкой эмоциональной привязанностью к организации, не идентифицируют себя с организацией, не вовлечены в её дела и проблемы.



Рис. 1. Распределение средних показателей типов приверженности у сотрудников разных организаций.

Уровень текущей приверженности выше у сотрудников ЧГПУ. В организации «Газпром» уровень текущей приверженности выше среднего, в организации ЧГПУ высокий уровень текущей приверженности. Это может быть связано с морально – нравственным воспитанием сотрудников ЧГПУ. ЧГПУ – достаточно старое и авторитетное учебное заведение, многие сотрудники имеют большой стаж работы в этом вузе, они чувствуют свою значимость для университета. «Газпром» – более молодая организация (подразумевается данный филиал), стаж даже самых опытных сотрудников заметно ниже стажа сотрудников ЧГПУ. Желающих попасть в организацию «Газпром» заметно больше, чем в государ-

ственный ВУЗ. Это связано с разным уровнем заработной платы. Сотрудник «Газпром» осознаёт, что покинув организацию, будет легко заменен другим работником. Поэтому понимает, что организация не понесет особых потерь, которые вызовет его уход.

Уровень нормативной приверженности организации ЧГПУ превосходит «Газпром». Уровень нормативной приверженности в «Газпром» выше среднего, в то время как в ЧГПУ отмечается высокий уровень. Сотрудники ЧГПУ более чувствуют себя обязанными оставаться в данной организации. Это также может быть обусловлено морально-нравственным воспитанием, присущим педагогам, чувством собственной значимости для университета, для студентов.

Заключение

Проведенное исследование показало, что сотрудники обеих организаций отличаются низкой эмоциональной привязанностью к организации. Они не идентифицируют себя с организацией, не вовлечены в её дела и проблемы.

Уровень текущей приверженности сотрудников ЧГПУ заметно выше, чем сотрудников «Газпром». Это связано с морально-нравственным воспитанием сотрудников ЧГПУ, с возрастом организаций и стажем большинства сотрудников, работающих в них, с престижностью организации и конкурсом на вакансии.

Уровень нормативной приверженности организации ЧГПУ превосходит «Газпром». Это обусловлено морально-нравственным воспитанием, присущим педагогам, чувством собственной значимости для университета, для студентов.

Дальнейшие исследования могут быть продолжены по линии выработки стратегии и тактики предприятия для повышения приверженности сотрудников и по линии адаптации западных теорий к менталитету россиян.

Библиографический список

1. Богословский, А. Лояльность персонала: изучение и управление [Эл. ресурс] / А. Богословский // [http:// www.office@hrs.kiev.ua](http://www.office@hrs.kiev.ua)

2. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. [Текст] / В.И. Даль // – М.: Русский язык, 2000. – Т. 2: И–О. – 2000. – 779 с.

3. Доминяк, В.И. Различные подходы к феномену лояльности и безопасность организации. Теория и практика становления и развития школы безопасности (научные, учебные, методические и организационные аспекты) [Текст] / В.И. Доминяк // Сборник тезисов докладов всероссийской научно-практической конференции. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена, 2001. – С.31-32.

4. Казмиренко, В.К. Социальная психология организаций [Текст] / В.К. Камиренко. – К., 1996.

5. Магура, М.И. – Секреты мотивации или мотивация без секретов [Текст] / М.И. Магура. – М.: Управление персоналом, 2007.

6. Маслов, Е.В. Управление персоналом предприятия: учебное пособие [Текст] / Е.В. Маслов. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭИУ, 1998.

7. Мотивация и поведение человека в сфере труда [Текст] // Сборник научных трудов. – М., 1990.

8. Марковская, И.М. Лояльность к организации [Текст] / И.М.Марковская // Психическая и социально-психологическая адаптация: проблемы теории и практики. – Челябинск: ЮУрГУ, 2004. – С. 48-56.

9. Харский, К.В. Благонадёжность и лояльность персонала [Текст] / К.В.Харский // – СПб.: Питер, 2003. – 496 с.

Рецензент: Бердникова И.А., канд. пед. наук, ст. преподаватель, ЧГПУ, Россия.