

ОБРАЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКОВ

Фофанова Г. А., Брукиштын К. А., г. Минск

Согласно современным исследованиям в области организационной психологии, психологии управления, менеджмента и экономики, настоящим бедствием для современных организаций может стать проблема текучести кадров, которая создает угрозу стабильности и целостности организации, а также вызывает у нее значительные затраты. Среди основных причин текучести кадров большинство исследователей называет материальные, организационные и межличностные факторы. Одним из методов управления и минимизации текучести кадров является положительный имидж компании на рынке труда и при необходимости формирование его для успешной работы. В предыдущих работах нами было доказано, что одним из основных факторов формирования имиджа компании является организационная культура. Данное исследование посвящено рассмотрению организационной культуры как феномена, связанного с лояльностью сотрудника к компании.

Организационная культура – это автономный пласт культуры, сложившаяся система общих ценностей, представлений, убеждений, отношений, символов, норм, которые проявляются в формальных или неформальных правилах, ориентирующих членов организации на определенные образцы поведения [1].

«Организационная лояльность – это социально-психологическая установка, характеризующая связь субъекта с организацией и определяющая ее силу» [3, с. 39-40]. Рассматривая организационную лояльность как социальную установку, в нее включают аффективный, поведенческий и когнитивный компоненты. Под аффективным понимают, чувства и эмоции, которые испытывает субъект по отношению к компании, под когнитивным – принятие ценностей, норм и целей организаций, а под поведенческим – намерение действовать определенным образом [3, 2].

Таким образом, образ организационной культуры складывается из представлений сотрудника о доминантных характеристиках организации, стиле лидерства, стиле отношения к наемным работникам, механизмах, которые связывают организацию воедино, стратегических акцентах, критериях успеха, которые показывают, что именно вознаграждается и ценится. На основании

проведенного теоретического анализа и прошлых эмпирических исследований в области организационной культуры, мы предположили, что уровень организационной лояльности и образ организационной культуры могут быть взаимосвязаны не только количественно, но и качественно.

Методологическая основа работы представлена теоретической моделью «Рамочная конструкция конкурирующих ценностей», на основе которой построена типология организационных культур К. Камерона и Р. Куинна, а также концепцией С.С. Баранской о лояльности сотрудников [1, 2]. Методиками исследования являются инструмент оценки организационной культуры (OCAI) К. Камерона и Р. Куинна и методика измерения лояльности С.С. Баранской. Данные эмпирического исследования обработаны с помощью программы IBM SPSS Statistics v.16.

В исследовании приняли участие 218 сотрудников из разных подразделений крупной торговой организации со стажем работы от 1 месяца до 6 лет из разных городов Беларуси – из Минска, Могилева и Лиды. Это сотрудники, которые занимаются основной деятельностью в организации – продажами.

По результатам исследования все респонденты были разделены на три группы по уровню ОЛ: сотрудники с низким уровнем ОЛ, средним и высоким. Было выявлено, что у большинства сотрудников (44% респондентов) средний уровень ОЛ. У 29% респондентов высокий уровень ОЛ, т.е. почти треть сотрудников в целом преданы своей компании. Они считают оправданным выбор данной организации, принимают и разделяют условия и требования работы в ней, стремятся быть в курсе планов и проблем компании и участвовать в ее жизни и развитии. Такие сотрудники ощущают себя ответственными за состояние дел своей организации и готовы прилагать собственные силы для ее успеха и процветания. В противовес этим сотрудникам 27% персонала имеют низкие показатели по ОЛ. Компания не является для этих сотрудников чем-то большим, чем временное место работы. Сотрудники с низким уровнем организационной лояльности легко уходят из организации при возникновении проблем; они не видят причин разделять ответственность за неудачи и успехи своей компании, не чувствуют необходимости участвовать в ее жизни и прилагать собственные усилия для более качественной, продуктивной работы и развития своей организации.

В результате исследования было выявлено, что образ организационной культуры сотрудника взаимосвязан с уровнем его организационной лояльности:

- 1) сотрудники с более высоким уровнем организационной лояльности более удовлетворены организационной культурой;
- 2) у сотрудников с разным уровнем организационной лояльности наблюдаются значимые различия не в образах желаемой организационной культуры, а в образах реальной организационной культуры;
- 3) сотрудники с высоким уровнем организационной лояльности воспринимают организационную культуру как смесь Кланового и Рыночного типов, со средним уровнем организационной лояльности – как смесь Кланового, Рыночного и Бюрократичного типов, с низким уровнем организационной лояльности – как смесь Рыночного и Бюрократичного типов.

По результатам эмпирического исследования можно сделать и практические выводы. Для того чтобы сотрудники гордились своей организацией, были вовлечены в ее дела, не задумывались об уходе из компании, нужно заботиться об уровне организационной лояльности у персонала. Уровень организационной лояльности тесно взаимосвязан с образом организационной культуры у сотрудников компании. Для современных сотрудников преимущественно привлекательны компании с творческой, динамичной организационной культурой, которые, с одной стороны, направлены на конкуренцию во вне и на жертвенность во благо компании, а с другой стороны, на поддержание семейственности внутри компании: поддержки, взаимопонимания, заботы, открытости, дружбы.

Литература

1. Cameron, K. S. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework / K. S. Cameron, R.E. Quinn. – San Francisco : Jossey-Bass, 2005. – 242 p
2. Баранская, С. С. Психологические факторы организационной лояльности автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.03 / С. С. Баранская ; СПб гос. универ. – Санкт-Петербург, 2012. – 24 с.
3. Доминяк, В. И. Организационная лояльность. Модель реализации ожиданий работника от своей организации : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / В. И. Доминяк ; СПб гос. универ. – Санкт-Петербург, 2006. – 281 с.