

Корпоративная приверженность персонала: факторы формирования

Научный руководитель – Беспалова Юлия Михайловна

Леонова Анастасия Загидовна

Студент (магистр)

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

E-mail: jarasheva@yandex.ru

Проблематика организационной приверженности сегодня приобретает все большую актуальность благодаря осознанию важности человеческого фактора в успешности и эффективности деятельности организации. По данным многих исследований, человек, который является лояльным, вовлеченной в деятельность своей компании, демонстрирует высокие показатели успеваемости и мотивированности.

Объектом исследования выступает феномен корпоративной приверженности. Целью исследования становится определение факторов формирования корпоративной приверженности.

С точки зрения социальной установки приверженность рассматривается следующим образом:

1. Приверженность как сильное желание остаться частью организации;
2. Приверженность как желание приложить максимальные усилия в интересах более эффективного функционирования организации;
3. Приверженность как убежденность в корпоративных ценностях и идентификация себя частью команды [1].

Корпоративная приверженность, как правило, определяется как относительная сила идентификации индивида с участием в той или иной организации.

Концептуально, ее можно охарактеризовать, по крайней мере, тремя факторами:

1. Сильная вера и принятие целей и ценностей организации;
2. Готовность прилагать значительные усилия от имени организации;
3. Сильное желание сохранить членство в организации [3].

На формирование приверженности персонала влияют следующие организационные источники:

1. Система управления организацией воздействует на взаимоотношения работника с коллегами и руководством, а также развитие профессиональных и личностных качеств;
2. Система управления персоналом помогает сотрудникам осознать и принять свое место и роль в организации;
3. От социальной политики организации зависит удовлетворенность условиями труда;
4. От системы экономического стимулирования - материальная удовлетворенность оплатой труда;
5. Организационная культура.

Приверженностью является интегральный фактор, отражающий трудовые ценности, профессиональную этику, мотивацию и удовлетворенность трудом сотрудником.

В организации обязательно нужно поддерживать высокий уровень приверженности, так как это является основой репутации компании в глазах клиентов. Приверженные сотрудники используют все резервы и ресурсы для достижения максимальных результатов в работе [2].

Таким образом, приверженность становится одной из главных ценностей компании.

Источники и литература

- 1) Витман, ДС. Мотивация и стабильность персонала в организации: дис. ... канд. психол. наук/ДС. Витман. - СПб., 2004. -188
- 2) Доминьяк, В. И. Различные подходы к феномену лояльности и безопасность организации // Теория и практика становления и развития школы безопасности (научные, учебные, методические и организационные аспекты). Сборник тезисов докладов всероссийской научно-практической конференции. - СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2001.
- 3) Ребзуев, Б.Г. Четырехслойная модель аффективной преданности работников организации: опыт применения на российской выборке / Б.Г Ребзуев // Психологический журнал. - 2006. —№ 2. - С. 44-59