

Е. Л. Трофимова

КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ПОТЕНЦИАЛ УСПЕШНОЙ ТРУДОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ

Уточняется понятие, конкретизируется структура корпоративной идентичности, содержательно определяется каждый компонент. Выявляется уровень корпоративной идентичности и степень выраженности каждого компонента у сотрудников, обнаружены и описан характер связей компонентов корпоративной идентичности с показателями удовлетворенности трудом (значимостью и престижностью профессии, видом трудовой деятельности, организацией труда, санитарно-гигиеническими условиями труда, удовлетворенностью работой в целом и др.), а также с профессиональными особенностями поведения и установками. Полученные данные позволяют резюмировать, что организационная идентификация сотрудника положительно коррелирует с удовлетворенностью значимостью и престижностью профессии, работой в целом и отрицательно с чувством успешности в профессиональной деятельности и стремлением к профессиональному росту.

Ключевые слова: социальная идентичность, корпоративная идентификация, корпоративная идентичность, компоненты корпоративной идентичности, удовлетворенность трудом, профессиональные установки.

E. L. Trofimova

CORPORATE IDENTITY AS A POTENTIAL SUCCESSFUL EMPLOYMENT SOCIALIZATION

The article clarifies the concept of «corporate identity». The article specifies the structure of the corporate identity and defines each component. The article waylays level of corporate identity and severity of each component of the employees. The article describes the nature of the relationship of the components of corporate identity and indicators of job satisfaction, and professional behaviors and attitudes. The obtained data allows to summarize that organizational identification staff can be positively correlated with satisfaction with and importance of presenting profession, work in General, and negatively with a sense of success in professional activity and aspiration for professional growth.

Keywords: social identity, corporate identity, corporate identity, corporate identity components, job satisfaction, professional installation.

Вступление в процесс трудовой социализации предполагает изменение, дополнение Я-концепции в связи с появлением в ее структуре новых элементов, связанных с вхождением в новые социальные группы и осмыслением новых социальных ролей: профессиональной и организационной. Вопросы социальной идентичности личности сохраняют свою актуальность на протяжении десятилетий. Понятие социальной идентичности введено в работах Э. Эриксона и рассматривалось «как внутреннее согласие человека с социальными, групповыми

идеалами и стандартами», в теории социальной идентичности Н. Tajfel и J. Turner (1979), а также теории самокатегоризации J. Turner (1982) социальная идентичность показана как результат процесса социальной категоризации. Современные исследования идентичности направлены на изучение таких видов как религиозная, региональная, городская и сельская, гражданская, профессиональная и пр.

В организационной психологии, управлении персоналом внимание исследователей привлечено к организационной идентификации (organizational identification). Преимущественно это работы зарубежные, в отечественной психологии тема организационной/корпоративной идентичности пока теоретически и особенно эмпирически еще недостаточно разработана. Анализируются само понятие «корпоративной» идентичности, ее структура, типология, факторы формирования, возможности диагностики. Перечисленные и другие аспекты обсуждаются в трудах авторов: Б. Эшфорт и Ф. Маел, Р. ван Дик и У. Вагнер, Ю. Липпонен, Я. В. Артемовой, О. Н. Бурмистровой, А.В. Кошарного, А. С. Куприянова, С. А. Липатова, А. В. Ловакова и др.

Мы под корпоративной идентичностью будем понимать осознание своей принадлежности к организации, причастности с ней, предполагающее наличие четких представлений о деятельности своей компании, ее структуре, направленности, целях, трудовых и профессиональных обязанностях, сопровождающееся позитивными эмоциями и готовностью следовать принятым корпоративным нормам и действовать на пользу организации.

В структуре организационной/корпоративной идентичности мы считаем целесообразным выделять следующие компоненты:

- когнитивный – уровень знаний о ценностях, целях, правилах, политике, обычаях, стиле управления и языке компании, своих профессиональных обязанностях;
- поведенческий – установки сотрудника следовать принятым корпоративным нормам и готовность действовать на пользу организации;
- эмоциональный – валентность корпоративной идентичности, т. е. позитивность чувств, испытываемых сотрудником в связи с его членством в данной организации;
- оценочный компонент – уровень кооперативной идентичности, обозначенный нами как сила идентификации или степень ощущения себя частью своей организации.

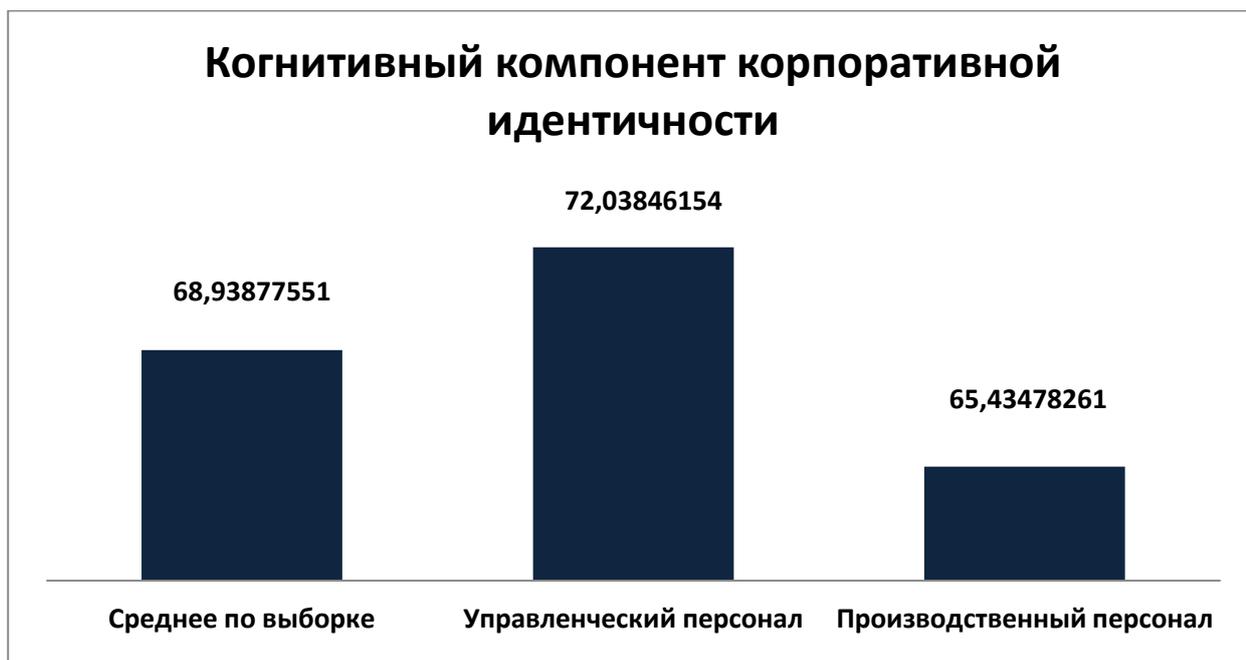
Гипотезой исследования выступает предположение, что высокая степень идентификации сотрудника с организацией связана с удовлетворенностью трудом и установками на успешность в профессиональной деятельности.

В качестве эмпирических методов исследования для выявления уровня корпоративной идентичности использовались: опросник организационной социализации О. О. Богатырева; методика измерения лояльности персонала С. В. Голубкова, анкета на выявление силы и валентности корпоративной идентичности. Изучение удовлетворенности трудом осуществлялось методикой, разработанной Т. Л. Бадоевым. Для определения особенностей поведения и переживания, связанных с работой, был использован опросник «AVEM», разработанный У. Шааршмидтом и

А. Фишером в Институте психологии Потсдамского университета и адаптированный под руководством Т. И. Ронгинской.

В нашем исследовании принимали участие 49 респондентов (сотрудники компаний «СибСвет» и «Сименс Финанс»). В их состав вошли: 26 сотрудников – управленческий персонал: бухгалтеры, экономисты, менеджеры (22 женщины и 4 мужчины), 23 сотрудника – производственный персонал: грузчики, водители, кладовщики, рабочие (1 женщина и 22 мужчины). Возраст испытуемых – от 21 до 40 лет. Стаж работы в организации – от 1 года до 11 лет.

На рисунке представлены показатели когнитивного компонента. В целом средние значения по выборке показывают высокий уровень сформированности данного компонента, т. е. выше 61 балла.



Средние значения выраженности когнитивного компонента

Большинство сотрудников имеют четкое представление о деятельности своей компании, ее структуре, направленности, целях, трудовых и профессиональных нормах, причем преобладающее большинство из них (22 сотрудника из 35) – это представители управленческого персонала. Однако и значения, попавшие в диапазон низких, были выявлены у менеджеров, работающих в организации свыше 1 года. Обнаружена корреляция уровня когнитивного компонента с возрастом сотрудников ($r = 0,38$ при $p \leq 0,01$) и более сильная связь со стажем работы в организации ($r = 0,45$ при $p \leq 0,01$).

Уровень эмоционального компонента оказался в основном в пределах средних значений, то есть большинство сотрудников считает, что работа в данной организации дает им чувство спокойствия, стабильности, уверенности в завтрашнем дне. 24,5 % не испытывают никаких чувств, не позитивных, не негативных. Ни один из респондентов не ответил, что осознание принадлежности к данной организации вызывает у них гордость. Аналогично, ни у кого не выражены

только отрицательные чувства: обида, ущемленность. Валентность корпоративной идентичности скорее однозначна и при этом более позитивно окрашена у сотрудников, относящихся к управленческому персоналу. Можно предположить, что особенно в условиях экономического кризиса, они рассматривают работу в организации как гарантированную, но не считают ее особо престижной и не связывают с серьезными перспективами своего профессионального роста. Выявлены слабые корреляции с возрастом и стажем сотрудников.

Большая дисперсия наблюдается в ответах при оценке поведенческого компонента. 20,4 % опрошенных утверждают, что они всегда защищают компанию и отстаивают ее интересы, 40,8 % полагают, что делают это часто. Но в то же время 18,4 % не поступают так никогда либо крайне редко, вероятно, когда этого требует выполнение трудовых обязанностей. Причем связи выраженности данного компонента с полом, возрастом и стажем выявлено не было. Средние значения группы управленческого персонала и группы производственного персонала очень близки, хотя последние продемонстрировали показатели чуть выше. Средние значения по выборке относятся к среднему уровню, но смещением к его нижней границе, что позволяет нам делать вывод о том, что сотрудники далеко не всегда проявляют готовность действовать на пользу организации и следовать принятым корпоративным нормам, как управленцы, так и производственники.

Рассмотрим силу идентификации сотрудников, т. е. самооценку степени ощущения себя частью организации, в которой они работают. Только один респондент ответил, что слабо ощущает свою сопричастность к компании. Большинство сотрудников считают себя частью своей организации, а 30,6 % опрошенных из них ощущают это в полной мере, что, по нашему мнению, можно расценивать как высокий уровень идентификации.

Интересно, что более высокий уровень самокатегоризации присущ для мужчин, вероятно, для женщин более значимой является идентификация с семьей. Кроме того, обнаружена корреляционная связь ($r = 0,49$ при $p \leq 0,01$) с возрастом сотрудников и со стажем работы в компании ($r = 0,38$ при $p \leq 0,01$): чем старше работник, и чем дольше он работает в организации, тем сильнее он ощущает себя ее частью. Респонденты, представляющие производственный персонал по шкале силы идентификации имеют более высокие показатели, 43,5% из них в полной мере ощущают себя частью организации, остальные продемонстрировали средний уровень оценочного компонента, тогда как среди управленческого персонала только 19,2 % имеют высокий уровень самокатегоризации.

Таким образом, при высоком уровне значимости, выявлены различия по когнитивному и оценочному компонентам, при менее высоком уровне значимости по эмоциональному компоненту. Следовательно, можно утверждать, что относительно более высокий уровень когнитивного и эмоционального компонентов характерен для управленческого персонала, а оценочного – для производственного персонала.

Особенности профессионального поведения сотрудников представлены в табл. 1. Использование опросника AVEM показало, что у опрошенных сотруд-

ников не отмечалось параметров с экстремально высоким или особо низким значением. В высоких значениях находятся активная стратегия решения проблем, стремление качественно выполнять обязанности и профессиональные притязания. У управленцы отличаются более высокими значениями по шкалам: чувство успешности в профессиональной деятельности и удовлетворенность жизнью, но сама профессиональная деятельность и готовность к энергетическим затратам на нее у них выражены значимо ниже.

Таблица 1

Основные параметры профессионального поведения и переживаний

	Профессиональная активность	Психическая устойчивость и стратегии преодоления проблемных ситуаций	Эмоциональное отношение к работе
Среднее по выборке	19,95	18,4	18,83
Управленческий персонал	19,9	18,2	19,97
Производственный персонал	21,06	18,7	18,96

Респонденты, представляющие производственный персонал, характеризуются более высокой готовностью к энергетическим затратам, концентрацией на качестве выполняемых обязанностей при внутреннем спокойствии и равновесии (способность к релаксации и отдыху после работы) и умеренной тенденции к отказу в ситуации неудачи и более высокой значимостью работы в жизни. Так как возраст респондентов до 40 лет, то, возможно, многие из молодых производственников рассматривают для себя данную работу как временный этап в период профессионального поиска (например, в период обучения или на время кризиса и т. д.).

Как показывают вышеприведенные данные, все значения находятся в диапазоне средних с тенденцией смещения к высоким. У представителей управленческого персонала опасения могут быть связаны с невысокой психической стабильностью и равновесием, что в условиях напряженной деятельности может привести к эмоциональному выгоранию. А представители производственного персонала положительная установка на выполнение профессиональной деятельности не подкрепляется мобилизирующим воздействием положительных эмоций, в перспективе вероятно возрастание профессиональной неудовлетворенности на фоне успешности других людей.

Перейдем к анализу удовлетворенности трудом сотрудниками организации (табл. 2). Сотрудники в большей степени удовлетворены: потребностью в общении и коллективной деятельности, взаимоотношениями с коллегами и работой в целом (на уровне средних значений). Менее всего удовлетворены: размером заработной платы, возможностью повышения квалификации и возможностью творчества. Обнаружены следующие достоверные различия между выборками производственного и управленческого персонала: респонденты, относящи-

еся к управленческому персоналу относительно более удовлетворены престижностью своей профессией и видом трудовой деятельности, которой они занимаются, конечно, это квалифицированный интеллектуальный труд. Опрошенные производственники удовлетворены в большей степени санитарно-гигиеническими условиями, отношением администрации к труду, отдыху и быту работников, взаимоотношениями с коллегами и возможностью реализовать потребности в общении. Возможно, они менее притязательны в своих ожиданиях, кроме того, в компаниях действительно уделяется внимание корпоративному отдыху и внутри коллектива независимо от должностных обязанностей сложились дружеские комфортные отношения.

Таблица 2

Удовлетворенность трудом

	Работой в целом	Значимостью вашей профессии	Престижностью профессии	Видом трудовой деятельности	Организацией труда	Санитарно-гигиеническими условиями	Размером заработной платы	Возможностью повышения квалификации	Отношением администрации к труду, отдыху и быту работников	Взаимоотношениями с коллегами	Потребностью в общении	Потребностью в реализации индивидуальных особенностей	Возможностью творчества
Среднее по выборке	1,7	1,3	0,8	1,3	1,3	1,1	0,3	0,4	1,0	1,7	1,9	1,3	0,7
Управленческий персонал	1,6	1,4	1,0	1,6	1,2	0,8	0,3	0,2	0,5	1,4	1,4	1,3	0,6
Производственный персонал	1,8	1,3	0,6	0,9	1,4	1,4	0,4	0,6	1,6	2	2,4	1,4	0,8
Достоверность различий по Стьуденту при $p =$	0,4	0,8	0,3	0,1	0,5	0,1	0,6	0,3	0,01	0,06	0,0	0,6	0,7

Корреляционный анализ показал:

1. Когнитивный компонент организационной идентичности имеет наиболее сильные положительные связи с удовлетворенностью значимостью (0,414**) и престижностью профессии (0,448**). А также чем выше показатели когнитивного компонента, тем более выражена удовлетворенность организацией труда (0,352**) и работой в целом (0,340*), тем значимее для них трудовая деятельность, тем сильнее они переживают проблемы и удачи организации. Интересно, что отрицательная связь обнаружена с удовлетворенностью санитарно-гигиеническими условиями (-0,391**) и отношением администрации к труду, отдыху и быту работников (-0,306*), вероятно, объясняется это тем, что повышается и собственная значимость в компании и выше становится уровень притязаний.

2. Корреляционные связи с эмоциональным компонентом только положительные. Сотрудники, которым членство в данной организации придает чувство стабильности и уверенности имеют и более высокий уровень удовлетворенности

значимостью (0,550**) и престижностью профессии (0,573**), организацией труда (0,374**), видом трудовой деятельности (0,407**), работой (0,440**) и жизнью в целом (0,403**). Они также демонстрируют более выраженное стремление к профессиональной карьере (0,300*).

3. Поведенческий компонент положительно коррелирует с удовлетворенностью значимостью (0,414**) и престижностью профессии (0,423**), работой в целом (0,325*), возможностью повышения квалификации (0,502**) и отношением администрации к труду, отдыху и быту работников (0,442**).

4. Наибольшее количество связей обнаружено с оценочным компонентом. Чем больше выражена сила идентификации, тем выше показатели значимости трудовой деятельности (0,387**), удовлетворенности значимостью (0,386**) и престижностью профессии (0,326**), организацией труда (0,409**), видом трудовой деятельности (0,276*), работой в целом (0,431**), потребностью в реализации индивидуальных особенностей (0,338*) и возможностью творчества в процессе работы (0,437**). Неожиданным оказался тот факт, что с возрастанием силы идентификации снижается чувство успешности в профессиональной деятельности (–0,522**), а так как положительная связь выявлена между чувством успешности в профессиональной деятельности и профессиональными притязаниями, то это говорит о снижении уровня притязаний, когда работник не видит возможностей дальнейшего профессионального роста в рамках данной компании, однако трудовая деятельность в данной организации его устраивает и сама организация стала для него родной.

Таким образом, полученные данные позволяют нам сделать вывод о том, что высокая степень идентификации сотрудника связана с удовлетворенностью значимостью и престижностью профессии, работой в целом и отрицательно с чувством успешности в профессиональной деятельности и стремлением к профессиональному росту.

Список использованной литературы

1. Артемова Я. В. Типология корпоративной идентичности личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Я. В. Артемова. – М., 2012. – 22 с.
2. Бурмистрова О. Н. Организационная идентификация и оценка сотрудниками эффективности деятельности руководителя : автореф. дис. ... канд. психол. наук / О. Н. Бурмистрова. – М., 2010. – 26 с.
3. Ван Д. Р. Преданность и идентификация в организации / Д. Р. Ван. – Харьков, 2006. – 142 с.
4. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов / А. Н. Крылов // Особенности формирования корпоративной идентичности в системе дистанционного обучения: опыт Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – М. : Университетское управление : практика и анализ. – 2004. – № 5–6 (33). – С. 163–172.
5. Куприянов А. С. Корпоративная идентичность сотрудников бизнес-организаций в России : дис. ... канд. социол. наук / А. С. Куприянов. – Ростов н/Д., 2012. – 186 с.

6. Липатов С. А. Социальная идентичность работников в организационных условиях / С. А. Липатов, Н. М. Лебедева, Н. Л. Иванова, В. А. Штроо // Идентичность и организация в меняющемся мире / Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2008. – С. 191–232.

7. Липатов С. А. Социальная психология организационного поведения / С. А. Липатов // Психологические проблемы современного бизнеса : сб. науч. ст. / под ред. В. А. Штроо, Н. Л. Ивановой, Н. В. Антоновой ; Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2011. – С. 121–234.

8. Ловаков А. В. Современные тенденции в исследованиях организационной идентификации / А. В. Ловаков // Психологические проблемы современного бизнеса : сб. науч. ст. / под ред. В. А. Штроо, Н. Л. Ивановой, Н. В. Антоновой ; Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М., 2011. – С. 135–160.

9. Мунгалов В. Н. Профессиональная идентичность студентов, получающих профессиональное образование: (на примере высшего образования) [Электронный ресурс] / В. Н. Мунгалов, А. Г. Левина // Baikal Research Journal. – 2016. – Т. 7, № 6. – DOI: 10.17150/2411-6262.2016.7(6).24. – Режим доступа: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=21228>.

10. Терехова Т. А. Экспериментальное исследование экономической идентичности личности / Т. А. Терехова // Психология в экономике и управлении. – 2014. – № 1 (11). – С. 33–39.

Информация об авторе

Трофимова Елена Леонидовна – кандидат психологических наук, доцент, кафедра социальной и экономической психологии, социологии и социальной работы, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Author

Trofimova Elena Leonidovna – PhD of Psychology, Associate Professor, Department of Social and Economic Psychology, Sociology and Social Work, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.