

Корпоративная идентичность сотрудников как основа корпоративного поведения в бизнес-организации.

Куприянов Александр Сергеевич

Аспирант

Южный федеральный университет, Факультет повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования (ПИ), Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: alku11987@mail.ru

Корпоративная идентичность сотрудников как основа корпоративного поведения в бизнес-организации.

Социологическое изучение корпоративной идентичности позволяет определить соответствие целей, интересов, ценностей бизнес-организации и ее сотрудников, которое является основным условием эффективности функционирования организации. Тем не менее, в отечественной социологии изучению корпоративной идентичности уделяется мало внимания, что и обуславливает проблемную ситуацию.

Изучением проблем корпоративной идентичности в бизнес-организациях занимались такие отечественные исследователи как А.Н. Крылов, Н. Ю. Пименова, В.В. Ермолаев, Н. А. Бардякова, Е.А. Дагаева, А. Кошарный и С.А. Липатов. В работах авторов основное внимание уделяется вопросам определения понятия «корпоративная идентичность», выделению ее структурных элементов, типологии, факторов формирования, развития и методов исследования. Нет работ, рассматривающих корпоративную идентичность сотрудников как фактор формирования корпоративного поведения. Поэтому, цель данной статьи – рассмотреть корпоративную идентичность сотрудника в качестве основы его корпоративного поведения.

Корпоративная идентичность сотрудника – это тип социальной идентичности личности, который обозначает принадлежность к какой-либо бизнес организации. В структуре мы выделяем следующие взаимосвязанные компоненты: 1) когнитивный компонент (знания и представления о организации, ее миссии, истории, традициях, нормах, ценностях, других сотрудниках и т.д.); 2) оценочный компонент (положительная/отрицательная оценка организации на основе полученных знаний и представлений); 3) конативный компонент (установки по отношению к организации в основе которых лежит положительная/отрицательная оценка).

Корпоративная идентичность сотрудника не просто пассивная принадлежность, а активное начало, которое предполагает активность восприятия и активность действия. В соответствии с выделенной структурой корпоративная идентичность отражает готовность сотрудника к определенным действиям при возникновении определенной ситуации. Это обусловлено тем, что корпоративная идентичность как тип социальной идентичности в совокупности с личностной идентичностью (осознаваемые индивидуальные особенности) формирует единую когнитивную систему, которая определяет поведение сотрудника в рамках организации.

Таким образом, корпоративная идентичность сотрудника определяет его корпоративное поведение. Мы не будем ограничиваться только выявлением установок, т.е. готовности совершать действия, это сторона исследования чрезвычайно важна, так как

позволяет составить представление о сотрудниках, получить знание, что от них можно ожидать. Мы считаем, что корпоративная идентичность задает некий континуум корпоративного поведения, на одном полюсе которого находится индивидуалистическое поведение, т.е. поведение сотрудника как обособленной личности, а на другом - идентификационный тип поведения, т.е. поведение сотрудника как идентифицированного члена организации.

Идентификационный тип поведения характеризуется, во-первых, установкой следовать принятым нормам и правилам поведения в организации; во-вторых, вовлеченностью в трудовой процесс; в-третьих, лояльностью сотрудника к организации. Индивидуалистическое поведение соответственно характеризуется отсутствием положительных результатов по выделенным критериям, оно подчинено каким-либо личным интересам, целям и ценностям.

Подробно опишем выделенные критерии определения типа корпоративного поведения сотрудника в организации.

Первый критерий - это установка следовать принятым нормам и правилам поведения. Нормы и правила поведения составляют корпоративную культуру организации. Одна из основных функций корпоративной культуры является внутренняя интеграция, которая предполагает формирование «чувства сопричастности» к общему делу у сотрудников. Согласно нашему представлению, принятие корпоративной культуры показывает установку сотрудника стать полноценным членом организации, стать ее частью. Поэтому, принятие корпоративной культуры на уровне поведения - это индикатор определения уровня корпоративной идентичности, отражающий степень самоотождествления сотрудника себя как части организации.

Второй индикатор - это вовлеченность в трудовой процесс. Р. Ван Дик вовлеченность определяет как «готовность прикладывать дополнительные усилия».[1] Вовлеченность, согласно нашему представлению, это желание сотрудника прилагать значительные усилия в интересах организации, проявлять активность в решении возникающих проблем. Вовлеченность есть следствие корпоративной идентичности, и в общем виде, вовлеченность сотрудника указывает на его установку быть активным членом организации, и через ее анализ можно говорить об уровне развития корпоративной идентичности.

Третий индикатор - это лояльность сотрудников по отношению к организации. Лояльность понимается нами как верность организации, осознанное следование принятым правилам, а так же толерантное отношение к руководству и организации в целом, которое складывается в процессе обмена ресурсами. Лояльность сотрудника указывает нам на его установку оставаться членом организации. Основа возникновения и развития лояльности - это удовлетворение потребностей сотрудников. Мы придерживаемся представления Т.О. Соломанидиной, которая указывает, что «чем больше насущных потребностей работник может удовлетворить в организации, тем выше будет его лояльность к ней». [2] Здесь налицо обмен ресурсами: сотрудник, удовлетворяя свои потребности в рамках организации, служит ее целям и интересам. Согласно нашему представлению, чем больше потребностей сотрудник удовлетворяет в рамках организации, тем сильнее он будет стремиться принадлежать к организации и отстаивать свое членство в ней. Таким образом, лояльность сотрудника является индикатором определения уровня корпоративной идентичности.

В заключении можно представить следующую схему: сотрудник, принимающий правила и нормы поведения в организации, вовлеченный в трудовой процесс и лояльный по отношению к организации обладает высоким уровнем корпоративной идентичности, и, таким образом, корпоративная идентичность определяет тип корпоративного поведения сотрудника в организации, от которого зависит развитие и успех организации в целом.

Литература

1. Ван Дик Р. Преданность и идентификация с организацией / Пер. с нем. Х.: Изд-во гуманитарный Центр, 2006.
2. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. стр.510.