

## Моделирование структуры оценочных представлений об организациях

*Осипов Владимир Павлович*

*Студент (магистр)*

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Факультет менеджмента,  
Москва, Россия

*E-mail: moonghost1990@mail.ru*

Привлечение высококвалифицированных специалистов и увеличение продаж путем формирования положительного образа организации сегодня представляют особую актуальность для частного сектора экономики, однако для большинства исследований в этой области характерна векторная статистическая направленность. Оценка организации, не являясь эмерджентным свойством социальной группы, носит индивидуальный характер, отражаясь в представлении конкретной личности. Так обретает значимость структуризация личностного оценочного представления об организациях.

Целью исследования является разработка модели, характеризующей структуру личностных оценочных представлений об организациях в контексте трудоустройства.

В качестве гипотезы выступает предположение о том, что представление, которое содержит оценку организации, можно описать дополненной SWOT-матрицей, которая формируется благодаря воздействию внешних и внутренних факторов.

С точки зрения философии науки, оценивание происходит в результате сопоставления объекта оценки с субъективными взглядами личности, которые выполняют роль критерия. Социология предполагает, что такие взгляды не существуют изолированно, а соотносятся с общественными ценностями, которые передаются человеку в процессе его социализации. Так, в качестве основных внешних факторов, оказывающих влияние на формирование оценочного представления об организациях, выступают социально-экономическая и культурная среды, в которых происходит развитие личности.

Однако механически свести личностные ценности исключительно к ценностям социальным означало бы полностью лишить человека индивидуальности, которая проявляется в чертах характера, интересах и способностях. Так, в качестве основных внутренних факторов, оказывающих влияние на формирование оценочного представления об организациях, выступают такие свойства личности, в которых проявляется ее индивидуальность.

Оценочное представление об организации, согласно одному из принципов психологии, является динамичным, меняющимся с развитием. Оно также неоднородно и по своему контекстному содержанию. В зависимости от того, в каком контексте это представление вызывается, в структуре оценки преобладают те или иные свойства организации. К примеру, просьба оценить организацию как работодателя и оценить организацию как производителя вызовет одинаковые оценочные представления по структуре, но различные по ее внутреннему содержанию. Так, содержательная составляющая оценочного представления зависит от контекста.

Оценочное представление несет в себе преобразованное воспроизведение прошлого опыта, который формируется за счет различных источников. Так, на структуру такого представления в значительной степени оказывают влияние источники, благодаря которым оно было сформировано. Также стоит заметить, что оценка формируется не исключительно на основе разумных суждений, но также содержит в себе эмоциональный аспект.

На основании рассмотренных факторов, оказывающих влияние на формирование оценочного представления, возможно структурировать его содержание в соответствии со SWOT-матрицей, учитывающей роль не только разума, но и эмоций. Сопоставляя социальные ценности и представление об организации, личность выявляет сильные, в случае

совпадения, и слабые, в случае расхождения, ее стороны. Отчасти доказательством этому служат мотивационные модели, опирающиеся на культурные ценности различных стран [3]. Сопоставляя индивидуальные стремления и представления об организации, личность выявляет возможности и угрозы для развития своей индивидуальности. Это подтверждают исследования мотивации сотрудников-миллениалов, свидетельствующие о высокой значимости для них “возможностей” и “реализации” [1]. Источники, формирующие представление об организации, оказывают влияние на структуру представления о ней в целом. Именно этим обоснована ценность имиджа для организации. Также возможность отразить структуру оценочного представления об организации в виде дополненной SWOT-матрицы позволяют и социологические исследования, проведенные в Саратовской области, отражающие влияние внешних факторов и личностных ценностей на выбор профессии [2].

Так, модель, характеризующая структуру личностных оценочных представлений об организациях в контексте трудоустройства, изображена графически на рисунке 1. Данная модель имеет ряд недоработок, она находится на своей зачаточной стадии. Логическим продолжением служит ее корректировка и развитие до системы. Исследования в данной области способствуют выработке рациональных управленческих решений в сфере маркетинга, производства и организации труда, основанных на системном подходе, синтезирующим различные мотивационные сферы личности и учитывающим текущие социально-экономические условия, что в конечном счете позволит увеличить привлекательность фирмы для высококвалифицированных специалистов.

### **Источники и литература**

- 1) Григорьев Г.М., Левадняя М.О. Особенности мотивации трудовой деятельности сотрудников-миллениалов // Международный научно-исследовательский журнал. 2021, Социологические науки, №7(109), часть 2.
- 2) Ивченков С.Г., Сайганова Е.В., Шахматова Н.В. Динамика социального самочувствия саратовской молодежи: трудоустройство, ценности и опасения // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2022, Социологические науки, №1.
- 3) Федотов В.В. Духовно-нравственные особенности формирования трудовой мотивации в культурах Запада и Востока // Социально-гуманитарные знания. 2020, Социологические науки, №6.

### **Иллюстрации**

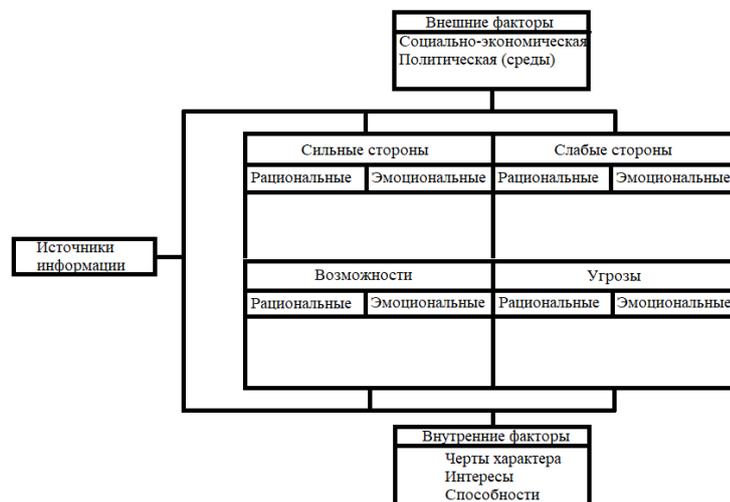


Рис. : Рисунок 1. Модель, характеризующая структуру личностных оценочных представлений об организациях в контексте трудоустройства