

Динамика уровня вовлеченности сотрудников коммерческой организации

Научный руководитель – Белинская Елена Павловна

Бернадский Максим Валерьевич

Аспирант

Московский институт психоанализа, Москва, Россия

E-mail: maxim_bern@mail.ru

В последние десять лет наблюдается рост количества научных публикаций по теме вовлеченности работников в таких направлениях как организационная, социальная психология и психология труда. Интерес к данной теме объясняется ее практической значимостью: так, согласно недавним исследованиям, существует прямая корреляция между вовлеченностью работников и бизнес-результатами организации (Aon Hewitt's Model of Employee Engagement, 2015) [6]

В зарубежной литературе, посвященной данной проблематике, в текущий момент существует около 10 терминов, описывающих вовлечённость: personal engagement (Kahn, 1990), work engagement (Schaufeli et al., 2002), job engagement (Shuck et al., 2017), organizational engagement (Saks, 2006), collective organizational engagement (Barrick et al., 2015), employee engagement (Shuck et al., 2017). [1] Эти термины раскрывают, по сути, разные уровни и стороны одного и того же явления.

В отечественных публикациях широко встречаются такие понятия как приверженность работника организации, увлеченность работой, лояльность, привязанность, включенность в организацию, организационное гражданское поведение. С.А.Липатов предлагает [2] объединить тесно взаимосвязанные понятия «идентификация с организацией», «приверженность к организации» и «увлеченность работой» в более общее понятие «включенность работников в организацию» (по аналогии с социально-психологическим понятием «включенность личности в группу»). По своей сути, этот термин близок к предложенному зарубежными учёными понятию вовлечённости сотрудников, включающего как компонент, связанный с самой работой (трудовой функцией), так и с организацией в целом: «характеристика степени субъективной предрасположенности индивида рассматривать проблемы организации, в которой он трудится, как лично значимые, его готовности способствовать успеху организации» (Липатов, 2016, с.75). [2]

Многообразие подходов к определению вовлеченности привело к тому, что исследователи обращали внимание на множество факторов этого явления. Их можно разделить на четыре основные группы: 1) факторы макроуровня (например, пандемия или мобилизация в рамках СВО); 2) факторы мезоуровня (например, особенности отдельно взятой индустрии); 3) организационные факторы (организационная культура предприятия); 4) индивидуальные факторы, среди которых важную роль занимают личностные (психологические) особенности. Поскольку первые две группы факторов являются внешними для группы (организации), то исследователи чаще фокусируют свои усилия на организационных и индивидуальных факторах [1].

Мы провели эмпирическое исследование, целью которого было определение: а) взаимосвязи между организационными факторами и вовлеченностью персонала, б) возможности влиять на различные аспекты вовлеченности персонала.

Исследование проводилось с 2021 по 2023 годы. В нем участвовали сотрудники коммерческой организации, занимающиеся разработкой, производством и продвижением фармацевтической продукции. Возраст участников – от 24 до 67 лет (медиана 42 года). 28%

мужчин, 72% женщин. В 2021 году приняли участие 49 человек (75% от общего количества сотрудников организации); в 2022 году – 66 человек (70%); в 2023 году – 75 человек (71,4%).

В качестве метода исследования использовался модифицированный опросник компании Kincentric (ранее Aon Hewitt) для исследования вовлеченности [6]. Оценка производилась по 7 шкалам: Работа и продуктивность, Непосредственный руководитель, Компенсации и вознаграждения, Привлекательность бренда, Признание и награды, Обучение и развитие, Взаимодействие в команде. Суммарный балл по каждой шкале производился по нескольким вопросам, оцениваемым участниками по пятибалльной шкале Лайкерта. По итогам каждого опроса участники получали подробный анализ результатов, а также информацию о действиях, которое руководство компании планирует предпринять по данным направлениям.

Основные результаты проведенных замеров состояли в следующем.

Общий индекс вовлеченности (средняя оценка по всем шкалам опросника) показал положительную динамику: с 4,22 в 2021 г., до 4,25 в 2022 г. и 4,42 в 2023 г.

Например, в 2021 году наиболее низкие оценки были получены по шкале «обучение и развитие» (4,16). Участники исследования отмечали высокую потребность в обучении (4,22), но очень низко оценивали свои возможности для приобретения новых навыков в компании (3,31). В течение 2021 и 2022 годов отдел персонала организации разработал и внедрил систему обучения, учитывающую потребности различных групп работников (в зависимости от стажа, подразделения, руководящей роли). Динамика оценок по комплексной шкале «обучение и развитие» составила 4,17 в 2022 г., 4,34 в 2023 г. При этом возможность приобретения новых навыков в компании участники оценили на 3,87 в 2022 г., на 4,05 в 2023 г.

Анализ результатов исследования позволяет сделать следующие выводы:

1. Существует прямая взаимосвязь между организационными факторами и вовлеченностью персонала;
2. Руководство компании имеет возможность влиять на вовлеченность персонала, предоставляя работникам полную и открытую обратную связь, а также предпринимая конкретные шаги на основании полученной в опросах информации.

Сложность и многомерность конструкта «вовлеченность», малое количество научных исследований в данной области, практическая значимость и возможность управлять вовлеченностью организации, приводят нас к мысли о необходимости дальнейших исследований в данной области. Наиболее перспективным нам видится изучение социально-психологических факторов, а именно – взаимосвязь между организационными и индивидуальными факторами вовлеченности.

Источники и литература

- 1) Кабалина В.И., Макарова А.В. Вовлеченность работников: систематизация подходов к определению и измерению // Организационная психология – 2022. Т.12. №3. С.110-137
- 2) Липатов С.А. Структура включенности работников в организацию как социально-психологическая проблема // Вестник московского университета. Серия 14. Психология. 2016. №3. С.73-80
- 3) Онучин А.Н. Изучение вовлечения // The Human Resources Times – 2013. № 24. С.29–35.
- 4) Онучин А.Н. Трудовые будни. От выживания к вовлеченности – 2024.

- 5) Организационная психология. Учебник (под ред. Леоновой А.Б.) – 2023. Глава 15. С.264-280
- 6) <https://axes.ru/articles/model-vovlechennosti-sotrudnikov-aon-hewitt/?ysclid=lshdzo0jir775031478> (Модель вовлеченности сотрудников Kincentric (Aon Hewitt))