

Русия Натэлла Тенгизовна

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПЕРСОНАЛА И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ

Аннотация: в статье проведен анализ личностных и организационных ценностей сотрудников торговой компании, а также выявлена доминирующая организационная культура рассматриваемой организации. На основе полученных данных проанализирована взаимозависимость ценностных ориентаций персонала и организационной культуры в торговой компании.

Ключевые слова: ценностные ориентации, организационная культура, организационные ценности.

Ценности и ценностные ориентации личности всегда были под пристальным вниманием исследователей самых различных направлений. Тему влияния динамики жизненных и организационных ценностей на эффективность деятельности сотрудников организации можно назвать достаточно новой и принципиально значимой в реалиях стремительно трансформирующихся социально-экономических условий. Она связана, прежде всего, с решением вопросов, затрагивающих личностное развитие человека, а также эффективное преодоление им кризисных периодов, в основе которых – пересмотр жизненных ценностей и их смыслового содержания. Система ценностей является одним из ключевых свойств, детерминирующих личностную конфигурацию целей и задач, которые определяют процесс принятия управленческих решений. Ценности служат базовыми ориентирами и нормами жизнедеятельности человека, они определяют его поведение и формы взаимодействия с рабочим коллективом.

Ценностью является то, что наиболее важно для человека, то, что он старается оберегать и защищать от захвата и уничтожения со стороны других людей.

Как правило, под личностными ценностями подразумевают осознанную и принятую человеком совокупность элементов смысла его жизни. Ценности личности необходимо обеспечивать эмоционально переживаемым, смысловым, задевающим личность отношением к жизни [6, с. 41].

На формирование ценностей влияют происходящие в обществе экономические и социальные деформации. Однако ценности не статичны, они могут трансформироваться в течение всего жизненного пути индивида. Факторами, оказы-вающими влияние на трансформацию ценностей могут выступать социальные и политические процессы в обществе, комплексные общественные явления. Формирование и трансформация ценностных ориентаций происходит в тесной взаимосвязи с различными личностными свойствами. К таким свойствам можно отнести: направленность в общении, самоотношение, преобладающий тип отношения к людям, направленностью личности, экономико-психологические характеристики и другие [4; 5].

Изучение ценностной составляющей персонала организации социокультурной сферы особенно важно и интересно по причине того, что в этой сфере невозможны прямолинейные, обусловленные чисто экономической выгодой, решения.

Для получения более глубокого и комплексного понимания того, насколько личностные ценности могут влиять на лояльность, сплоченность и удовлетворенность персонала, нам представляется важным изучение личностных и организационных ценностей персонала конкретной организации.

Формирование ценностных ориентаций происходит при усвоении социального опыта и проявляется в целях, идеалах, убеждениях, интересах и других элементах внутреннего мира, воплощается в поведении личности. В структуре деятельности ценностные ориентации тесно связаны с познавательными и волевыми сторонами, они обеспечивают устойчивость личности, преемственность определенного типа поведения. Формирование и трансформация системы ценностных ориентаций личности происходит в результате взаимодействия между людьми в

малой группе, в рабочем коллективе. Ценностные ориентации относятся к важнейшим компонентам структуры личности, по степени их сформированности можно судить об уровне развития личности [1; 2].

Данная работа призывает подойти к проблеме изучения ценностных ориентаций сотрудников более серьёзно, обращая внимание на специфические особенности данного процесса. В ходе исследования нами были использованы методика М. Рокича для определения ценностных ориентаций сотрудников и методика Т.О. Соломанидиной на изучение доминирующих организационных ценностей и выявление типа организационной культуры.

Анализ личностных и организационных ценностей сотрудников изучаемой торговой компании даст нам всестороннее понимание о степени сплоченности, лояльности, удовлетворенности персонала организации. В зависимости от того, какие характеристики и ценности присущи организации, определяется ее организационная культура. Так, сильная организационная культура характеризуется тем, что базовые ценности организации разделяются большинством сотрудников, приверженность им носит достаточно интенсивный характер [3].

Методика М. Рокича показала доминирующее значение таких ценностей как «здравье», «семейная жизнь», «воспитанность», «ответственность», «жизнерадостность», тогда как менее всего у сотрудников выражены «творчество», «красота», «счастье других», «высокие запросы» и «непримиримость к недостаткам в себе и других». Выбор менее значимых ценностей обусловлен отраслью исследуемой организации. Работникам торговой компании очевидно менее приоритетны творчество и красота как ценностные категории. Таким образом, руководители могут ориентироваться на результаты исследования при разработке мотивационной политики и других важных социально-психологических составляющих компаний.

Анализ методики Т.О. Соломанидиной выявил, что компании наиболее близка клановая организационная культура, что характеризует организацию как дружественное место работы, где у людей масса общего. Компания делает акцент на долгосрочной выгоде совершенствования личности, придает значение

высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату, ценит индивидуальность каждого сотрудника. Более того, доминирующие организационные ценности относятся к одной группе, что говорит о сформированности системы организационных ценностей.

В целом, методика позволила установить доминирующую организационную культуру по мнению самих сотрудников. Тот факт, что работники склонны считать, что в организации преобладает клановая организационная культура, дает основания полагать, что в целом коллектив компании сплоченный, лояльный, чувствует свою тесную причастность к деятельности организации.

Данные выводы могут быть полезны службе персонала организации так как формируют необходимое представление о том, насколько ценности сотрудников пересекаются с организационными ценностями, что в будущем позволит установить более тесные партнерские отношения между руководителями и работниками, а также сформировать понимание того насколько ценностные ориентации сотрудников пересекаются с миссией и ценностями организации.

В свою очередь, сочетание использованных методик может вызвать интерес у руководства других торговых компаний, заинтересованных в гармоничном построении мотивационной политики и организационно-управленческой модели в целом.

Список литературы

1. Барабанова А.В. Особенности ценностно-смысловой сферы личности руководителей и сотрудников кадровой службы учебного центра / А.В. Барабанова // Вестник самарской гуманитарной академии. Серия: психология. – 2013. – №1. – С. 58–74.
2. Бюраева Ю.Г. Ценностные ориентации и профессиональные качества менеджеров как социальный капитал / Ю.Г. Бюраева // Труд и социальные отношения. – 2014. – №3. – С. 96–109.
3. Дырин С.П. Многовариантность организационной культуры современных российских предприятий / С.П. Дырин // Управление корпоративной культурой. – 2009. – №1. – С. 4–14.

4. Журавлева Н.А. Влияние индивидуально-психологических характеристик на ценностные ориентации личности / Н.А. Журавлева // Наука и мир. – 2014. – №8. – С. 180–182.
5. Матвейчук Е.Н. Определение понятия «ценность» в социально-гуманистических науках / Е.Н. Матвейчук // Система ценностей современного общества. – 2013. – №28. – С. 137–140.
6. Организационное поведение: Учеб.-метод. пособие / Л.С. Скрипниченко, И.Г. Юркова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2015.