

**Взаимосвязь организационной культуры и вовлечённости сотрудников
коммерческого банка**

Научный руководитель – Липатов Сергей Алексеевич

Воронцова Валерия Вячеславовна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

E-mail: well.psy@yandex.ru

В настоящее время возрастает вопрос об управлении персоналом, его вовлеченностью в дела организации. В современных экономических условиях нашей страны, конкуренция между организациями, а соответственно коммерческих банков, растет, в связи с чем появляется потребность в сотрудниках, которые способны быстро реагировать на изменения, эффективно справляться с поставленными задачами. Иными словами, организации нуждаются в вовлеченных сотрудниках, которые заинтересованы в ее успешности. Проблема влияния организационной культуры на вовлеченность сотрудников является актуальной из-за ряда факторов. Современная рыночная ситуация требует от компаний быть гибкими, инновационными и адаптивными. Организационная культура, способствующая развитию и поддерживающая изменения, играет ключевую роль в достижении этих целей. Недостаточно просто иметь стратегию развития, важно, чтобы каждый сотрудник был вовлечен в процесс и готов поддержать изменения.

Организационная культура — это набор ценностей, норм, обычаев и поведенческих моделей, которые определяют, как сотрудники взаимодействуют друг с другом, какие цели преследуют и каким принципам они придерживаются. Организационная культура формируется со временем и оказывает огромное влияние на результативность и успех компании. Идентификация с организационной культурой - это процесс, в ходе которого сотрудник ассимилирует ценности, нормы и общие принципы компании и интегрирует их в свое поведение и деятельность. Чем сильнее идентификация с культурой, тем лучше сотрудник понимает и разделяет цели организации, что способствует укреплению единства и взаимопонимания в коллективе.

Вовлеченность сотрудников - это степень заинтересованности и приверженности работников своей работе и компании. Исследования показывают, что высокая вовлеченность сотрудников ассоциируется с повышенной производительностью, лояльностью к компании и позитивным климатом в коллективе. Организация, где сотрудники чувствуют себя важными и оцененными, где организационная культура соответствует их ценностям и убеждениям, способствует росту вовлеченности и, как следствие, эффективности и успеху.

Понимание и учет организационной культуры, активное вовлечение сотрудников и стимулирование идентификации с компанией - это ключевые компоненты успешного управления персоналом и построения здоровых и процветающих организаций, в особенности для исследованного нами коммерческого банка.

Цель исследования – изучение особенностей взаимодействия организационной культуры и вовлеченности сотрудников коммерческого банка.

Гипотезы:

- 1) Уровень вовлеченности в организацию положительно связан уровнем идентификации.

- 2) В коммерческом банке «Кубань Кредит» доминирующим типом организационной культуры является иерархическая культура (по К.Камерону и Р. Куинну).
- 3) Желаемой организационной культурой для сотрудников банка «Кубань Кредит» является клановая культура (по К.Камерону и Р. Куинну).
- 4) При определенных типах организации рабочего сообщества вовлеченность будет выше.

В качестве респондентов для нашего исследования выступают сотрудники коммерческого банка «Кубань Кредит», в исследовании приняли участие 54 человека, 50 из которых были отобраны для обработки данных. В соответствии с тем, что коллектив в основном женский, наше исследование прошли 94% женщин и 6% мужчин. Возрастной диапазон: от 21 года до 56 лет, основной массив данных получен от респондентов в возрасте от 28 до 45 лет. Также, нашу выборку можно разбить на группы по стажу работы в банке

"Кубань Кредит". "Менее одного года" 6% сотрудников, "до 10 лет стажа" 40% сотрудников, "10 лет и более" 54% сотрудников. Предложенные группы были выделены нами самостоятельно для рассматриваемой выборки, так как вопрос являлся открытым, респонденты самостоятельно указывали стаж своей работы как сотрудника определенного банка.

Для того, чтобы измерить вовлеченность сотрудников, мы использовали апробированные методики А. Сакса "Вовлеченность в работу" и "Вовлеченность в организацию". Далее мы использовали методику на выявление уровня идентификации с организацией (Ф.Маел, Б.Эшфорт). Одной из самых популярных методик, измеряющих организационную идентификацию, является методика, созданная американскими учеными Б. Эшфортом и Ф. Маслом (Ashfarth & Mael, 1989). Для работы с организационной культурой банка мы использовали методику ОСА К. Камерона и Р. Куинна, который разработали «Рамочную

конструкцию конкурирующих ценностей»,

На основе эмпирических данных можно сделать следующие выводы:

1. Вовлеченность в организацию работников коммерческого банка «Кубань Кредит» и идентификация с этой же организацией положительно связаны.
2. Сотрудники коммерческой организации оценивают нынешнюю культуру как клановую, а значит организация держится «вместе» благодаря верности и традициям. В рамках рассматриваемой организации основное внимание уделяется долгосрочным выгодам от развития человеческих ресурсов, большое значение придается личным отношениям моральному духу. Именно в этом ключе сотрудники в будущем хотели бы видеть развитие внутри организации.
3. Также, учитывая эмпирические данные, мы можем сказать, что вовлеченность в организацию и клановая культура положительно связаны между собой.

Источники и литература

- 1) Андреева, Г. М. (2005). Психология социального познания: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс.
- 2) Андреева, А. И. Донцов (ред.). Социальная психология в современном мире: Учебное пособие для вузов (115–131). М.: Аспект Пресс.
- 3) Базаров, Т. Ю., Еремин, Б. Л. (ред.). (2002). Управление персоналом: Учебник для вузов. М.: Юнити.
- 4) Базаров, Т. Ю., Кузьмина, М. Ю. (2005). Процессы социальной идентичности в организациях. Российский психологический журнал, 3(1), 30–44.

- 5) Ван Дик Р. Преданность и идентификация с организацией. Харьков.: Издво Гуманитарный Центр, 2006.
- 6) Викентьева, Е. Н. (2002). Привлекательность труда как психологический аспект организационной культуры: дис. на соиск. учен. степ. канд. психол. наук. СПб.
- 7) Гогина Е.А., Демененко И.А. Взаимосвязь организационной культуры и корпоративного обучения персонала // Вектор экономики. – 2018 – № 11 (29). – с. 131- 140
- 8) Липатов, С. А. (1997). Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, 4, 55–65.
- 9) Ловаков, А. В. Липатов С.А. “Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие” // Журнал Высшей школы экономики, 2011. Т. 8, № 2. С. 69–80.
- 10) Несмеянова Р. К., Липатов С. Взаимосвязь восприятия и внедрения корпоративной культуры с организационной идентификацией сотрудников // Организационная психология. 2017. №3.
- 11) Сидоренков А.В, «Организационная идентичность» и «организационная идентификация»: содержание и соотношение понятий // Организационная психология. 2021. №3.