

## **Психологические особенности корпоративной приверженности сотрудников отдела продаж**

### **(на примере компании по продаже элитной мебели)**

Современное функционирование организаций предполагает совершенствование всей системы управления предприятием. Сегодня выделяется множество факторов увеличивающих эффективность организации, перечисляются позитивные и негативные моменты, преследующие руководителя, которые свидетельствуют о необходимости изучения корпоративной приверженности и профессиональной мотивации.

Организационное поведение проявляется в определенной организационной культуре. Эта культура объективно задает способы поведения руководителей и подчиненных им сотрудников, определенным образом мотивирует их к выполнению профессиональной деятельности, что является позитивным, направленным на развитие организации, или негативным фактором, разрушающим ее.

Культура обычно создается основателем или высшим руководителем компании, формирующим ключевую группу, объединенную общим видением перспективы. Эта группа сообща работает над созданием культурных ценностей, норм и климата, необходимых для воплощения их видения перспективы. Для поддержания этой культуры компании обычно предпринимают ряд шагов, к которым относятся: тщательный отбор кандидатов для приема на работу; опыт, приобретаемый на рабочем месте и знакомящий новичков с культурой организации; усвоение необходимых для работы навыков; пристальное внимание к оценке результатов труда и вознаграждению деятельности каждого сотрудника; воспитание приверженности основным ценностям организации; закрепление корпоративной истории и фольклора и, наконец, признание и продвижение работников, которые хорошо выполняют свою работу и могут служить примером для нового персонала организации.

Сравнительно недавно в исследовательской литературе стала рассматриваться еще одна общая установка – преданность организации, важная для понимания и прогнозирования организационного поведения сотрудника. Преданность организации отражает меру лояльности, верности работника работодателю.

Профессиональная преданность – это ощущаемая работником эмоциональная связь с профессией. Организационная преданность отражает лояльность к конкретному работодателю. Наконец, вовлеченность в работу представляет наиболее узкий аспект преданности – лояльность к собственной работе. Но чтобы стать лояльным, преданным организации и своему делу сотрудник должен не только набрать достаточно подтверждений, но и познакомиться с существующими правилами и нормами.

Общая гипотеза нашего исследования психологических особенностей корпоративной приверженности состоит в том, что корпоративная приверженность сотрудников как сложное интегративное образование имеет множественные взаимосвязи с мотивацией труда.

В качестве исследуемых были выбраны менеджеры отдела продаж элитной мебели. Это люди, которые непосредственно общаются с клиентами организаций и директорами крупных фирм. В исследовании приняли участие 37 менеджеров, из них 20 мужчин и 17 женщин. Средний показатель по возрасту среди исследуемых составляет 30 лет. Среди исследуемых 13 человек являются менеджерами высшего руководящего звена, остальные 24 человека – менеджеры по продажам, менеджеры по отгрузкам, менеджеры по рекламе – это менеджеры среднего звена, которые выполняют распоряжения высшего руководящего звена.

Одна из основных задач проведенного исследования – определение актуального состояния организационного поведения сотрудников, особенностей их труда и организации в целом. Сбор эмпирических данных осуществлялся методами опроса, тестирования, наблюдения и анкетирования для изучения психологических особенностей корпоративной приверженности сотрудников отдела продаж.

Анализ полученных данных позволяет установить следующее:

- в большей степени работники отдела продаж удовлетворены содержанием работы и возможностью профессионального роста, что возможно для сотрудников в любое удобное для него время за счет организации, а также отношениями в коллективе, работников удовлетворяют такие факторы, как уровень организации работы, безопасность труда, необходимость решения новых интересных задач и стимулирующая труд атмосфера в коллективе;

- практически все участники исследования (88%) меньше всего удовлетворены своим отношением с непосредственным руководителем, т.е. эти отношения способствуют возникновению напряженности в работе;

- у менеджеров отдела продаж из терминальных ценностей преобладают духовное удовлетворение, высокое материальное положение, развитие себя и достижения, т.е. происходит принятие ценности, присвоение ей личностного смысла, а уровни выраженности остальных терминальных ценностей находятся на среднем уровне;

- работники стремятся к получению морального удовлетворения во всех сферах жизни, они руководствуются нравственными принципами, духовные потребности играют огромную роль в их профессиональной жизни и могут преобладать над материальными;

- сотрудники больше всего ценят в работе удовлетворение материальных потребностей (94%) и интерес к профессиональной жизни (67%). Все работники отдела продаж удовлетворены своей работой, как в плане заработной платы, так и в плане выполняемых профессиональных функций (100%). Они получают наибольшее удовлетворение от продаж выпускаемой продукции и непосредственной работой с покупателями (84%);

- большинство членов данного коллектива стремятся к достижению единой цели – увеличение прибыли фирмы (99%) и ценят в данной фирме стабильность, уверенность в завтрашнем дне (94%). Также сотрудники отдела продаж являются сплоченным коллективом и дорожат отношениями друг с другом (90 % дали утвердительные ответы), в свободное от работы время они собираются вместе и отдыхают.

На основе результатов, полученных в ходе исследования, можно сделать следующие выводы:

- большинство членов отдела продаж приближены единой целью организации – увеличение прибыли компании и ценят в данной фирме стабильность, уверенность в завтрашнем дне.

- в целом, внутренняя мотивация у сотрудников выражена слабо, они более заинтересованы такими стимулами как удовлетворение материальных потребностей, стремлением к продвижению по работе, ориентацией на престиж и уважение со стороны других, нежели удовлетворение от хорошо выполненной работы или общественной полезности труда.

- можно предположить, что с возрастом у менеджеров уменьшается

ся значимость установления отношений в различных сферах социального взаимодействия, расширения своих межличностных связей, снижается уровень постановки и решения определенных жизненных задач, как главных жизненных факторов, такие люди меньше уделяют времени для решения профессиональных и семейных проблем, так как огромное значение имеет личный уровень активности.

- в структуре профессионально-нравственного поведения преобладают элементы, свидетельствующие о том, что на стадии профессионализации в возрасте от 30 до 40 лет у менеджеров отдела продаж доминирующей тенденцией является становление лично-профессионального стиля деятельности, в которой ведущей будет структура «я сам».

- высокая социальная активность, определяющая поведенческий репертуар в профессиональной сфере для данной выборки связана с ценностями высокого материального положения, что в большей степени ориентирует испытуемых на личный план действий и в меньшей степени – на внешнюю среду. Регуляторами поведения выступает система «поощрение – наказание» и отношение с руководством.

Таким образом, подтвердилась гипотеза о том, что существует взаимосвязь между показателями мотивации труда и корпоративной приверженностью сотрудников отдела продаж.

Ананьина О.С.

### **Исследование структуры профессионально важных качеств врачей**

В системе врачебного труда особое значение имеют данные о структуре профессионально важных качеств его субъекта, формирующихся в процессе трудовой деятельности, «специфика которой порождает профессиональную специфику личности». Врачебная деятельность относится к сложным видам труда, требующего от субъекта разносторонней образованности, непрерывности процесса профессионализации, выполнения различных структурированных видов деятельности, операций и манипуляций, предъявляющих к субъекту специфические требования.

Один из наиболее значимых вопросов, с необходимостью решения которого постоянно сталкиваются руководство предприятий и организаций, – это отбор персонала. Вместе с мероприятиями по профессиональному обучению, обеспечению стимулирования, созданию условий развития профессио-