

Итак, подведем итоги:

Любая профессия инициирует образование профессиональных деформаций личности. Наиболее уязвимы социомические профессии типа «человек — человек». Характер, степень выраженности профессиональных деформаций зависят от характера, содержания деятельности, престижа профессии, стажа работы и индивидуально-психологических особенностей личности.

Среди работников социальной сферы, правоохранительных органов, врачей, учителей, менеджеров часто встречаются следующие деформации: авторитарность, агрессивность, консерватизм, социальное лицемерие, поведенческий трансфер, эмоциональная индифферентность.

Профессиональные деформации — это разновидность профзаболеваний, они неизбежны. Проблема заключается в их профилактике и технологиях преодоления.

Фарион А.В.

г. Екатеринбург, РГППУ

Лояльность персонала своей организации¹

Очень часто основатели и руководители компании задаются вопросом о том, до какой степени можно доверять тому или иному работнику, насколько он предан и верен, сколь конфиденциальную информацию ему можно сообщить и где тот рубеж, после которого верить работнику рискованно.

Преданность, приверженность персонала, его готовность разделять цели и ценности организации, а также стремление сохранять членство в организации и напряженно трудиться в ее интересах – это важнейшее условия позитивного отношения работника к организации и ее культуре.

В настоящее время увеличивается рост интереса к проблеме лояльности и приверженности со стороны специалистов по организационному поведению.

Лояльность (loyalty) в переводе означает "преданность, верность". Это эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом. Лояльность по отношению к организации предполагает, что данная работа вызывает у работников:

¹ Научный руководитель – Лопес Е.Г., ст. преподаватель каф. ППР, к.пед.наук

- удовлетворенность содержанием работы, выполняемой в организации;
- ощущение внимания и заботы со стороны организации;
- удовлетворенность своей карьерой в организации;
- удовлетворенность в целесообразности длительной работы в данной организации.

Лояльный сотрудник имеет сильное желание оставаться членом организации, несмотря на возникающие проблемы и сложности в работе.

На возникновение лояльности влияют три фундаментальные причины:

- Внимание со стороны компании. Внимание и забота – своеобразная плата за лояльность. Проявление заботы предполагает, что руководитель хорошо понимает своих сотрудников, знает, что важно для конкретного человека, что он любит, чего избегает.
- Предыдущий опыт. Предыдущий опыт, становясь убеждениями, в значительной степени влияет на дальнейшую жизнь человека. Если человек имел положительный опыт лояльности, то у него будет большее желание проявить лояльность и на новом месте работы. Если же опыт был негативным, то его решимость будет гораздо ниже.
- Чувство гордости. Необходимо гордиться своей компанией и своим членством в ней.

Процесс становления лояльности складывается из двух последовательных этапов. Сначала человек накапливает важные для него примеры, подтверждающие, что этой компании можно доверять. Затем сотрудник должен познакомиться с существующими правилами и нормами. До тех пор, пока сотрудник не осознал, какие правила ему придется выполнять, нельзя говорить о лояльности. Истинно лояльный сотрудник обладает следующими качествами:

- честность по отношению к объекту лояльности;
- верность;
- разделение с объектом лояльности основных убеждений, ценностей;
- открытая демонстрация лояльности;
- готовность предупредить об опасности;
- готовность идти на жертвы;

- чувство гордости за свою компанию;
- стремление наилучшим образом выполнить миссию, возложенную на человека объектом лояльности.

Необходимо отметить, что лояльное отношение можно трактовать как мотивацию человека работать на пользу организации, отстаивать ее интересы в различных сферах бизнеса.

Разработка и внедрение системы мотивации становится необходимой, если у сотрудников отмечается снижение лояльности, нелояльность к организации. Комплексность подхода мотивирования определяется количеством выявленных потребностей, определяющих лояльность данного работника к этой организации. Чем больше количество жизненно важных потребностей работник может удовлетворить в организации, тем выше будет его лояльность к ней.

М. Вудкок и Д. Френсис выделяют регуляторы мотивации, которые должны быть приведены в соответствие для снижения возможной неудовлетворенности, нелояльности, и главные мотиваторы, которые являются подлинным источником чувства личной удовлетворенности (см. табл. 1.).

Таблица

РЕГУЛЯТОРЫ МОТИВАЦИИ		
1. Рабочая среда	2. Вознаграждение	3. Безопасность
Рабочее место	Заработная плата и	Риск стать лишним
Уровень шума	прочие выплаты	Ощущение своей
Фоновое звучание музыки	Дополнительные выгоды	принадлежности к организации
Эргономика	Системы медобслуживания	Уважение и одобрение
Столовая	Социальные проблемы	Стиль управления
Дизайн		Отношения с
Удобства		окружающими
Чистота		Сведения об обращении в
Физические условия работы		компании с работниками

Окончание табл.

ГЛАВНЫЕ МОТИВАТОРЫ		
4. Личное развитие	5. Чувство причастности	6. Интерес и вызов
Ответственность	Подача информации	Интересные проекты
Экспериментирование	Консультации	Развивающийся опыт
Новый опыт	Совместное принятие решений	Рост ответственности
Возможности для обучения	Коммуникация	Цели
Обратная связь	Представительство	Обратная связь с продвижением к цели

Таким образом, мотивировать можно и нужно не только отношение работника к труду, но и его отношение в целом к компании и ее организационной культуре. Форма презентации мотивационного плана, акценты и аргументы должны учитывать личностные особенности сотрудников.

Можно сделать вывод о том, что лояльность сотрудника к компании является функцией удовлетворения его потребностей в ней, то есть существует причинно-следственная связь между ними. Лояльный сотрудник всегда стремится быть честным и искренним с компанией, искренне беспокоится и переживает за ее успехи, стремится выполнить свою часть работы наилучшим образом, всегда испытывает чувство гордости за победы компании.

Фарион А.В.

г. Екатеринбург, РГППУ

Изучение лояльности менеджеров по работе с клиентами ОАО НТВ – ПЛЮС, основных мотиваторов трудовой деятельности и ценностных ориентаций сотрудников организации¹

В настоящее время руководители организаций все плотнее подходят к необходимости рассматривать снижение мотивации персонала как фактор риска, влияющий на эффективность их деятельности. Во многих компаниях службы персонала озабочены созданием системы позитивной

¹ Научный руководитель – Реньш М.А., доцент каф. ППР, к.ф. наук