

**Анализ установок работников различных сфер экономики в рамках
концепции управления ценностями**

Пажаева Татьяна Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Южный федеральный университет, Факультет экономический, Кафедра управления
человеческими ресурсами, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: tangenz@rambler.ru

На сегодняшний день связь между работниками и компанией имеет особое значение ввиду того, что она определяет комфорт и уверенность в завтрашнем дне, мотивация персонала, дает работникам чувство стабильности и доверия своей компании. В тоже время, организация таким образом обеспечивает себе прочный кадровый потенциал с высокой лояльностью.

Из-за возросших требований к уровню профессиональности, качеству работы и обслуживанию клиентов устанавливаются более высокие стандарты для сотрудников, которые должны совершенствовать свои методы работы, повышать свой квалификационный уровень, развиваться в соответствии с веяниями рынка, чтобы соответствовать им. Но в тоже время и работодатели вынуждены корректировать совокупность тех бонусов и условий, что они готовы предоставить своим работникам, для того, чтобы привлечь потенциальных профессионалов в свою компанию.

Культивирование общих ценностей и перевод их в действенные регуляторы организационной деятельности приводят к интеграции и консолидации усилий всех категорий работников, оптимизации использования человеческих ресурсов, а также создают такое важное конкурентное преимущество компании, как приверженность работников своей компании. Приверженность персонала является результатом продуманной и профессиональной работы менеджмента, действия всех систем управления организацией[4]. «Гуманизируя» основное стратегическое видение, компания может не только выжить, но и обеспечить себе рост с максимальным доходом, используя личную заинтересованность внутренних и внешних акционеров[1].

Когда корпоративные ценности и ценности отдельного сотрудника совпадают или пересекаются, то есть когда сотрудник разделяет эти ценности, создается хорошая платформа для эффективной работы. Мотивация сотрудника, отношение к труду переходит на иной уровень, появляется энтузиазм, стойкий интерес к делу, усиливается ответственность, развиваются навыки самоконтроля[3].

В нашем исследовании мы стремились ответить на вопросы, во-первых, является ли политика управления ценностями фактором нематериальной мотивации для сотрудников, во-вторых, как сфера профессиональной деятельности влияет на формирование ценностных установок. С целью определения ценностных установок и предпочтений сотрудников и был проведен опрос среди представителей трех сфер экономики - сферы торговли (ТЦ Мега), финансово-банковской сферы (отделение Московского Индустриального Банка в г. Ростове-на-Дону) и сферы образования (сотрудники Экономического факультета Южного Федерального Университета), выборочную совокупность составили 75 человек.

Нами была разработана анкета, в которой респондентам были предложены 32 ценности, наиболее важные для современного работника, которые нужно было проранжировать от 1 до 5 баллов: 1 - совершенно неважно, 2 - не очень важно, 3 - средняя важность, 4 - очень важно, 5 - чрезвычайно важно. Данные категории можно сгруппировать в 5 блоков: материальное благополучие, организация рабочего процесса, коммуникации, удовлетворе-

ние от работы, реализация личных качеств.

В ходе исследования были сделаны выводы о том, что разные сферы экономической деятельности предъявляют к своим работникам разные требования, которые должны согласовываться с системой ценностей, разделяемой работником. В рамках нашего исследования можно обозначить тенденцию: работники сферы торговли больше заинтересованы в финансовой стороне своей деятельности, чем в возможности реализации своих возможностей и удовлетворении потребностей личностного роста за счет своей организации; работники финансово-банковской сферы нацелены на карьерный рост и финансовое благополучие, а также организационную стабильность; НПП оценивают возможности саморазвития и реализации творческого потенциала, создание чего-то совершенно нового в области своих профессиональных интересов и научной работы.

В данном контексте нами были разработаны рекомендации для работодателей, заинтересованных во внедрении ценностей в корпоративную культуру своей компании:

1. Необходимо хорошо знать специфику деятельности организации, занимаемую ею нишу на рынке, возможные перспективы и пути развития.
2. Важно учитывать мнение сотрудников - людей, которые будут непосредственно претворять эти ценности в жизнь каждый день.
3. При помощи методов оценки ценностных установок, можно проанализировать удовлетворенность работников мотивационным пакетом.
4. Следует четко обозначить принципы, которые должны будут определять деятельность компании.

В условиях экономической нестабильности, характерной для современных условий, можно выстраивать систему мотивации сотрудников, опираясь на их ценностные установки, изменять организационную структуру для максимизации отдачи сотрудников[2].

В случае синергии ценностных установок возникает приверженность и дополнительные мотивы к выполнению поставленных задач, что венчает собой повышение эффективности как работников, так и компании в целом.

Источники и литература

- 1) Долан С., Гарсия С. Управление на основе ценностей. Корпоративное руководство по выживанию, успешной жизнедеятельности и умению зарабатывать деньги в XXI веке / С. Долан, С. Гарсия. – М.: Претекст, 2012. – С. 32.
- 2) Пригожин, А.И. Цели и ценности: новые методы работы с будущим / А. И. Пригожин. – М.: Дело, 2012. С. 16.
- 3) Салиенко Н.В., Виноградова Е.Л. Построение системы управления компанией на основе ценностей: ценность личности и коучинг // Сборник научных статей Московской международной высшей школы бизнеса «Мирбис» - 2010. - №1.
- 4) Яхонтова Е. С. Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами компании // Менеджмент в России и за рубежом - 2013. - №4.

Слова благодарности

Выражаю благодарность моему научному руководителю Е.П. Костенко и всему преподавательскому составу экономического факультета ЮФУ.