

УДК 330.101.5

***ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ НА ПРИМЕРЕ
РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ***

Гусева А.П.

Студент бакалавриат, 4 курс

факультет «Иностранные языки,

современная коммуникация и управление»

Московский государственный психолого-педагогический университет

Россия, г. Москва

Аннотация

В статье рассматривается организационная идентичность в различных Российских компаниях: «Газпром», «Лукойл», «Сбербанк», «Яндекс», «РЖД». Изучается отношение руководства к сотрудникам и его влияние на организационную идентичность работников. Для более эффективного анализа, представлены компании в различных сферах деятельности. Сделан вывод, что уровень организационной идентичности зависит от условий труда, коллектива, стресса, а также ответственности.

Ключевые слова: организационная идентичность, организация, сотрудники, организационная культура, идентичность, руководитель.

***ORGANIZATIONAL IDENTITY ON THE EXAMPLE OF RUSSIAN
ORGANIZATIONS***

Guseva A.P.

Undergraduate student, 4th year

Faculty of "Foreign Languages,

Modern Communication and Management"

*Moscow State University of Psychology & Education,
Russia, Moscow*

Abstract

The article discusses the organizational identity in various Russian companies: Gazprom, Lukoil, Sberbank, Yandex, Russian Railways. The attitude of management towards employees and its impact on the organizational identity of employees is studied. For a more effective analysis, companies in various fields of activity are presented. It is concluded that the level of organizational identity depends on working conditions, teamwork, stress, and responsibility.

Keywords: organizational identity, organization, employees, organizational culture, identity, manager.

Проблема организационной идентичности в последнее время особо актуальна. В связи с разными взглядами и трактовками на эту тему - ее продолжают исследовать по сей день. Наиболее популярное объяснение организационной идентичности состоит в том, что это психологическая связь между индивидом и организацией, близость работника с организацией, совпадение или не совпадение ценностей индивида и организации [1, с. 35].

У организационной идентичности есть как плюсы, так и минусы. К плюсам можно отнести: включенность в рабочий процесс, преданность организации, высокая эффективность, удовлетворенность работой [2, с. 80]. Минусы вытекают из плюсов: из-за высокой преданности старым порядкам сотрудники не удовлетворены изменениям, также происходит подавление инакомыслия. Для того чтобы более подробно изучить тему организационной идентичности следует рассмотреть ее на примерах [3, с. 41].

Начнем с глобальной энергетической компании «Газпром». В организации высоко ценятся интересы сотрудников, их профессионализм, инициативность. Предпочитается преемственность, уважается труд и опыт старшего поколения, поэтому в компании присутствует наставничество и обучение нового персонала профессиональными сотрудниками. Поэтому была разработана комплексная программа по подготовке и обучению профсоюзных кадров и актива. Для руководства очень важна обратная связь, в связи с этим проводится анкетирование и интервью сотрудников. И далее полученные данные используют для планирования деятельности компании, а также они влияют на принятие решений руководителя. Согласно статистическим данным, сотрудники «Газпрома» удовлетворены своей работой, инициативны, а отношения с руководителями складываются успешно, к ним всегда можно обратиться за советом. Однако работников не интересует, как их оценивают и что о них думают в коллективе, а также они не стремятся поднимать престиж организации. Скорее всего, это связано с тем, что сотрудники гордятся своим местом работы. Имеются и негативные аспекты в организационной идентичности в «Газпроме», например, уделяется недостаточно времени на формирование общих корпоративных ценностей и норм поведения [4].

Далее рассмотрим одну из крупнейших нефтяных компаний – «Лукойл». Руководители организации являются лидерами, которые воодушевляют сотрудников, вызывая у них энтузиазм к работе, путем публичных выступлений и личными примерами. К молодым сотрудникам относятся почтительно, воздействуя на них неформально для более успешной адаптации в организации. Благодаря грамотному руководству и развитой корпоративной культуре, деятельность сотрудников строго направлена на цель, присутствует мотивация к работе, а также им присуще быстрое решение возникающих проблем. Организована политика поощрений

компании, например, поощрения за успехи в работе, благодарности, подарки, а также доска почета. Это дает работникам в «Лукойле» стремление к работе, чтобы их заслуги оценили по достоинству. Присутствует сверхурочная работа, нанося ущерб собственным интересам, потребностям и семье, однако сотрудников это устраивает, ведь они ходят на работу с удовольствием, а не для того, чтобы прокормить семью. По статистическим данным, большинство служащих удовлетворены работой и готовы вносить свой вклад в развитие организации, что говорит о том, что организационная идентичность хорошо развита. В компании успешно происходит взаимодействие рядовых сотрудников с руководством, есть возможность свободного выражения мнения, высокий уровень морали и чувство принадлежности к организации. Немаловажно, что у всех должностных лиц есть подробное описание и понимание целей организации, и это эффективно влияет на их эффективную деятельность. Необходимо отметить, что внутри коллективов благоприятный климат, взаимодействие происходит без препятствий, проводятся анонимные опросы, доверительные отношения с руководством, а также сотрудничество в решении задач. Нормы и правила компании строго формулированы, что повышает прозрачность принимаемых управленческих решений для рядовых сотрудников, увеличивая доверие [5].

В крупнейшем универсальном банке России – «Сбербанке» все ценности и нормы регламентируются в Кодексе корпоративной этики, с которым ознакомлен каждый сотрудник и все строго придерживаются всех правил. Для коммуникации сотрудников между собой и руководством используется внутренний портал, с целью обратной связи. Для адаптации новых сотрудников применяется наставничество для большего углубления новичка в организацию. Немаловажно, что в компании ценятся праздники, регулярно проводятся развлекательные мероприятия для сотрудников, с целью поддержать корпоративный дух и традиции. Также это влияет на

развитие доверительных отношений в коллективе, взаимопонимание, укрепляются неформальные связи в организации и создается впечатление, что абсолютно все должностные лица причастны к одной цели. Нельзя не обратить внимание на то, что сотрудники объединяются в единое целое благодаря личностному подходу организационной культуры. Компания очень ценит своих сотрудников и утверждает, что без профессиональных, амбициозных сотрудников достижение целей было бы невозможным. Около половины всего состава служащих используют весь свой интеллект и профессионализм (согласно теории Дугласа Макгрегора, это «сотрудники Y»). Такие сотрудники считают выполнение задач банка своими задачами и эффективно и упорно работают над ними. «Сбербанк» уделяет много внимания своим сотрудникам, стараясь, чтобы все могли реализоваться. В связи с тем, что у компании надежная репутация, присутствует стабильность и успех, сотрудники горды быть частью такой организации. Подытожив разбор «Сбербанка», можно отметить, что сотрудники в данной компании считают себя частью организации, присутствуют партнерские дружественные отношения в коллективе, руководство поддерживает работников, а те в свою очередь разделяют цели и философию компании. А для более успешной коммуникации присутствует открытая телефонная линия для обращений сотрудников [6].

Также хочется рассмотреть транснациональную компанию «Яндекс». Для более эффективной работы сотрудникам позволяют самим организовывать свое рабочее место, по своему вкусу, а расходы на это берет организация. Немаловажно, что все должностные лица чувствуют себя как дома, поскольку на работе у них имеется собственный тренажерный зал, врач, комнаты отдыха и так далее. Главной ценностью «Яндекса» являются люди, поэтому очень много внимания уделяется подбору кадров и адаптации персонала. Компания также привлекает много студентов, которые

отзываются о работе в компании в положительном ключе, поскольку рабочие задачи решаются быстро, в связи с тем, что можно их осуществлять, находясь не только на рабочем месте. Сотрудники компании отождествляют себя как влюбленных в работодателя и в организацию. Для них важно реализоваться как специалистам, не подводить своего руководителя и коллег, а также рационально использовать рабочее время. Для этого все вопросы рабочий будет решать непосредственно с руководителем, так как в организации складываются дружественные и доверительные отношения, нет боязни начальства. Обратная связь предоставляется вовремя, чтобы избежать конфликтов. Если сотрудник проявляет инициативность в каких-либо проектах, то ему обязательно дают такую возможность и поддержку, чтобы принести пользу компании и реализовать себя. В связи с тем, что в «Яндексе» офисы «ореп спасе», коллектив фактически живет вместе, работая в сотрудничестве. Специалисты высоко оценивают комфортные условия труда, социальный пакет и признание результатов труда. Но, несмотря на эти факторы, отмечается высокий уровень стресса, огромное количество задач, необходимость быть всегда на связи, даже в выходные дни. Бывшие сотрудники советуют не задерживаться в этой компании исходя из этих недостатков, что говорит о высокой текучести кадров и низкой организационной идентичности.

В другой компании, например, в РЖД, сотрудники, в связи с выполнением ответственной работы, очень дисциплинированные и сплоченные. Из-за длительных поездок в регионы нашей большой страны, коллектив объединяется и сближается очень быстро. Также, у работников высокое стремление к профессиональному мастерству, они привержены своей компании и строгой дисциплине, дорожат своей работой. Благодаря специфике работы железнодорожников, развивается исполнительность, преданность компании, гордость своей профессии, своему положению в

организации. Высока вероятность чрезвычайных ситуаций, где важна взаимопомощь и слаженность коллектива, а также строгая служебная дисциплина. Исходя из этих данных, у сотрудников высокий показатель организационной идентичности, а также активное пользование предметов с логотипами и эмблемами организации.

Проанализировав информацию, можно сделать вывод, что в Российских организациях развита организационная идентичность. В крупных компаниях сотрудники преданы своей организации и работе, отзываются о ней в положительном ключе, даже перерабатывая свое рабочее время. Несомненно, на уровень организационной идентичности сильно влияют отношения в коллективе, условия работы, а также понимание задач и целей компании. У многих сотрудников понижается отождествление себя с организацией в связи со стрессом, ответственностью и количеством построенных задач. В основном, взаимодействие рядовых служащих с руководством проходит эффективно и без препятствий. В крупных компаниях распространено стремление к самореализации, получению профессиональных навыков.

Возможно, в малых предприятиях ситуация будет складываться иначе. В таких организациях условия работы будут не такими привлекательными, а внимание руководства будет акцентировано на другие аспекты, нежели на сотрудников, что впоследствии будет негативно отражаться на уровень организационной идентичности работников.

Библиографический список

1. Пожарская Е.Л., Васякин Б.С. Организационная идентичность как фактор удовлетворенности трудом сотрудников // Нормирование и оплата труда в промышленности. 2018. №8. С. 33-37.
2. Николаева А.А., Савченко И.А., Корецкая Е.А. Корпоративная культура образовательной организации как средство разрешения и профилактики конфликтов // Образовательные ресурсы и технологии. 2018. № 3 (24). С. 76-82.
3. Чанько А.Д. Опыт диагностики организационной культуры российских компаний // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 4. С. 29-54
4. Исследование организационной культуры на примере ООО "ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ ТОМСК" // Diplomba URL: <http://diplomba.ru/work/30900> (дата обращения: 11.12.2022).
5. Организационная культура предприятия ОАО «Лукойл» // perviydoc.ru URL:
https://perviydoc.ru/v20410/%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F_%D0%BE%D0%B0%D0%BE_%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC?page=3 (дата обращения: 11.12.2022).
6. Корпоративная культура Сбербанка // poisk-ru URL: <https://poisk-ru.ru/s27033t5.html> (дата обращения: 11.12.2022).

Оригинальность 93%