

- потрібно вносити зміни в Конституцію (так вважає 55%), а 32% вважають, що реформа можлива без конституційних змін.

Аналіз показує, що зі зростанням інформаційної обізнаності, зростає оптимізм щодо результатів реформи з децентралізації [1,с.8].

Література

1. Аналітичний звіт Ради Європи «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати другої хвилі соціологічного дослідження».-2016 рік. Програма «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні» [Електронний ресурс]- Режим доступу:www.slg-coe.org.ua.

2. Аналітичний звіт Ради Європи «Дослідження потреб у навчанні представників органів місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад: результати соціологічного дослідження». – 2017 рік. Програма «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні» [Електронний ресурс]- Режим доступу:www.slg-coe.org.ua.

УДК 658.012.323

Бутенко Н.Ю.,

канд. екон. наук, доцент,

кафедра менеджменту,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

ТРУДОВА АДАПТАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

В сучасних умовах все більшу увагу для вітчизняних організацій набувають питання мотивації організаційної поведінки, особливо формування лояльності до відповідної організації. Це обумовлено, в першу чергу, радикальною зміною цінностей в сфері праці, зміною характеру взаємовідносин «роботодавець – найманий працівник». Значний інтерес сучасних керівників до проблеми лояльності персоналу пов'язаний, на нашу думку, з усвідомленням того факту, що лояльні і віддані співробітники все далі стають основою розвитку компанії.

Зазвичай організації відповідно до власних цілей, структури і технології роботи намагаються найняти працівника, який має відповідні кваліфікаційні та особистісні характеристики для виконання певної роботи, досягнення бажаного результату, за який він має отримати відповідне винагородження. Окрім цього, організації, як правило, очікують від свого працівника, що він буде поділяти її основні цінності, відстоювати її інтереси і підтримувати гарні стосунки з колегами. Таким чином, входження людини в організацію пов'язане з вирішенням декількох проблем: його адаптації до нового оточення, навчання і соціалізації, формування прив'язаності до організації та організаційної ідентичності.

Адаптованість людини до конкретного трудового середовища виявляється в її реальній поведінці, в конкретних показниках трудової діяльності – ефективності праці, в усвідомленні соціальної інформації та її практичної реалізації, підвищенні усіх видів активності, задоволеності різними сторонами трудової діяльності. Процес адаптації, як відомо, відбувається поступово і має наступні стадії. Стадія ознайомлення, під час якої працівник отримує інформацію щодо нової ситуації в цілому, критеріїв оцінки різних дій; щодо еталонів, норм поведінки. Стадія пристосування, протягом якої працівник переорієнтується, усвідомлюючи головні елементи нової системи цінностей, але все ще зберігаючи багато власних настанов. Стадія асиміляції, впродовж якої відбувається повне пристосування до оточення, ідентифікація з новою групою. Ідентифікація має місце, якщо особисті цілі працівника ототожнюються з цілями організації, установи, фірми тощо.

Можливості включення людини в організаційне оточення (цей процес має назву організаційної соціалізації) однаково залежить як від характеристик організації, так і від самої людини. Більшість нових працівників має здійснювати соціалізацію відразу у двох групах: у безпосередньому робочому оточенні та в організації в цілому [2]. Як свідчать проведені дослідження і практика, спеціальна процедура введення нового співпрацівника до організації може суттєво зменшити кількість проблем, які виникають у нього на початку роботи.

Для цього існують програми загальної орієнтації, за допомогою яких відбувається ознайомлення нових працівників з місцією і основними цілями

організації, кадровою політикою, правилами, робочими процедурами і рівнем вимог, які висуваються до працівників [1]. Правильно організований процес входження людини до організації призводить до того, що в неї з'являються відчуття відповідальності за дії організації і стійкі внутрішні зобов'язання стосовно неї.

Фінський дослідник Ю. Ліппонен визначає організаційну ідентифікацію як сприйняття і відчуття єдності з організацією або приналежності до організації, за умов, що індивід визначає себе в термінах організації, до якої він належить [7].

Уперше поняття ідентичності в організаційному контексті трапляється в науковій праці американського вченого Г. А. Саймона в 1947 р., на думку якого, ідентифікація є процесом заміщення індивідуальних цілей особистості організаційними, що супроводжується прийняттям стереотипів поведінки, норм, цінностей робочої групи та є основою для формування у працівника механізму саморегуляції, спрямованого на досягнення інституціональних цілей організації [3].

Формування ідентичності працівника зумовлюється впливом численних факторів, які поділяються на дві групи: індивідуальні (вік, стать, рівень освіти, досвід роботи, особистісні цінності) та організаційні (організаційний престиж, підтримка та справедливість у ставленні до колективу, комунікативний клімат, елементи організаційної культури).

Однак, ключовими детермінантами розвитку ідентичності працівників, на наш погляд, є саме організаційні фактори, оскільки, на відміну від індивідуальних чинників, вони піддаються впливу з боку керівництва та можуть регулюватися відповідно до визначених цілей. Тому важливого значення у процесі управління цією діяльністю набуває свідоме використання різних складових діяльності організацій, як економічних, так і соціально-психологічних. Особливого значення в цьому контексті набуває формування сильної організаційної культури.

Забезпечення високого ступеню відданості працівників своїй організації, яке передбачає збільшення ідентифікації працівників з професійною роллю,

підрозділом або організацією в цілому, розглядається кращими західними компаніями як один з найбільш важливих елементів організаційної культури.

Досвід таких всесвітньо відомих компаній, як «Мацусіта» і «ІВМ» свідчать, що цілеспрямована керівництвом робота по культивуванню міфології, традицій, ритуалів, цінностей, яка домінує в практиці управління, дає можливість отримувати високий ступень відданості працівників цілям організації.

Цілеспрямовані дії по формуванню організаційної ідентичності стосуються двох аспектів: змісту (знання про компанію – об'єктивна складова) та ставлення (сприйняття цього змісту, формування певного підходу до нього – суб'єктивна складова).

Формування знань про компанію поєднує інформаційну і організаційну складову. В інформаційній частині може бути реалізоване наступне:

- використання всіх організаційних засобів інформації з метою ознайомлення співробітників з різними сторонами життєдіяльності компанії, включаючи як виробничі, так і невиробничі питання;
- формування інформаційної організаційної документації: презентаційні буклети, брошури з історії компанії, кодекс професійної етики, інша інформація про організацію і події, що відбуваються тощо.

В організаційній частині передбачається:

- запровадження єдиних правил і процедур, що регламентують усю діяльність компанії;
- запровадження єдиних, зрозумілих процедур;
- формування єдиного комунікаційного середовища;
- використання єдиної символіки.

Ставлення до компанії формується на основі знань про неї та її оточення і залежить від багатьох факторів: чи зрозумілий цей зміст, чи адресований він працівнику, чи має працівник своє місце і перспективи в організації, в яких умовах відбувається передача знань про фірму і т.ін. Ставлення визначає емоційну реакцію на отриману інформацію. Ця реакція суттєво впливає на сприйняття отриманого змісту інформації і на прийняття її.

Підсумовуючи, треба відмітити, що ключовою умовою успішного проведення адаптації є розробка і використання соціокультурних важелів організаційного управління цим процесом. Відсутність такого підходу для вітчизняних організацій є однією з основних причин декларативності управління адаптацією і в наслідок цього - низьким рівнем ототожнення працівників із своєю організацією, що негативно впливає, як на самопочуття людини, так і на результати діяльності організацій.

Література

1. Базаров Т.Ю., Еремін Б.Л. (ред.) Управление персоналом. –М.: ЮНИТИ, 2001.
2. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. – СПб.: Питер, 2001.
3. Дудник О. В. Теория организации: учебно-методический комплекс / О. В. Дудник ; Магадан. ин-т экономики С.-Петербур. акад. упр. и экономики. Магадан, 2006. 91 с.
4. Любомудрова Н.П., Смолінська Н.В., Грибик І.І. Роль організаційної культури в забезпеченні ефективної трудової адаптації персоналу підприємства. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: vlp.com.ua/files/47_3.pdf
5. Липатов С.А. Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии // Мир психологии, 2004, - N2, - с. 142-148.
6. Скворцова Т., Стернин И. О корпоративной идентичности // Управление компанией. - 2007, - №2. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.management.com.ua/hrm/hrm162.html
7. Lipponen, J. (2001). *Organizational identifications: Antecedents and consequences of identifications in a shipyard context*. Helsinki: Department of Social Psychology, University of Helsinki.