

УДК 159.9

Авторы исследовали особенности терминальных ценностей и жизненных сфер работников коммерческих компаний на разных этапах организационного развития. В исследовании приняли участие 189 сотрудников из 16 организаций Нижегородской и Владимирской областей. Для сбора данных использовались анкета «Организационное развитие» и тест «Опросник терминальных ценностей-2». Выявлены различия между испытуемыми, работающими на разных этапах развития бизнеса, в следующих терминальных ценностях: «креативность», «достижения», «сохранение собственной индивидуальности». Установлены достоверно значимые различия между четырьмя группами испытуемых в жизненной сфере «общественная жизнь».

Ключевые слова: терминальные ценности; внешние ценности; внутренние ценности; жизненные сферы; организационное развитие; этап развития бизнеса.

The authors investigated the peculiarities of terminal values and life spheres of employees of commercial companies at different stages of organizational development. 189 employees from 16 organizations of Nizhny Novgorod and Vladimir regions took part in the investigation. To collect the data the inventory «Organizational Development» and test «Questionnaire of Terminal Values-2» were used. Differences between the respondents working at different business development stages are revealed in the following terminal values: «creativity», «achievements», «retaining one's own individuality». Statistically significant differences between the four groups of the respondents were determined in the sphere of social activities.

Keywords: terminal values; extrinsic values; intrinsic values; life spheres; organizational development; business development stage.

В. В. Колосова

E-mail: kovv27@mail.ru

М. В. Прохорова

E-mail: personalgerente@mail.ru

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Особенности жизненных ценностей работников коммерческих компаний на разных этапах организационного развития

Научная статья

V. V. Kolosova

M. V. Prokhorova

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Especially of Life Values in People With Different Levels of Severity of Reflection

Scientific article

В современном российском обществе социально-экономическая ситуация качественных изменений характеризуется как ситуация нестабильности, кризиса и /или переломного момента. Переходный период предполагает поиск эффективных психологических механизмов управления организационным развитием и человеческими ресурсами предприятия как необходимыми условиями обеспечения конкурентоспособности производимых товаров и услуг.

Несмотря на то что «почти стопятидесятилетняя история научного исследования управленческой деятельности – это поиск ответа на вопрос о факторах эффективной работы организаций» [1, с. 67], по-прежнему актуальна задача психологического анализа функционирования организаций, включая проблему оценки этапов организационного развития и учёт особенностей жизненных ценностей персонала. В этом направлении хорошо известны работы Т. Ю. Базарова, А. Л. Журавлёва,

© Колосова В. В., 2016

© Прохорова М. В., 2016

Н. А. Журавлёвой, Ю. М. Забродина, А. В. Карпова, С. А. Липатова, В. В. Новикова.

Результаты научных исследований психологических аспектов деятельности сотрудников и их организационного поведения востребованы предпринимателями и топ-менеджерами компаний. Открывая собственный бизнес, предприниматель не только должен сформировать бизнес-идею, но и создать команду единомышленников, которая будет способствовать воплощению замысла основателя компании, что возможно при условии осознания и разделения ценностей организации, норм и правил делового общения и поведения [2; 3].

Проблемы управления организационным развитием и человеческими ресурсами предприятия диктуют необходимость изучения ценностной сферы работников коммерческих компаний. «Ценностный подход в психологии обладает одной особенностью: он позволяет увидеть личность таковой, какова она есть сейчас, и такой, какой она могла бы быть и будет. Он позволяет понять, чем она могла бы быть и не стала, какие тенденции в ней оказываются тенденциями роста и развития, какие – деградации. Ценностный подход предполагает отношение к личности как к субъекту ...» [4, с. 103–104]. Многовариантность значений понятия «ценностные ориентации» подробно проанализирована в работах отечественных и зарубежных авторов. С позиции основных психологических направлений ценностные ориентации личности являются основанием выбора способов и видов деятельности, основанием выбора отношения к деятельности и в целом основанием для важных жизненных решений [5], в том числе для профессионального выбора. Принимая решение о найме или продолжении работы в той или иной компании, человек более или менее осознанно сопоставляет свои ценностные ориентации с целями и культурой организации. В свою очередь, «цели и задачи организации зависят от стадии её развития. Каждая организация на протяжении своего развития может пройти четыре стадии: формирование, интенсивный рост, стабильность, спад» [6, с. 363]. Выявление особенностей ценностной сферы работников коммерческих организаций, находящихся на каждом из перечисленных этапов развития бизнеса, представляет собой актуальную для практики и психологической науки в целом задачу, решение которой началось с исследования терминальных ценностей и жизненных сфер сотрудников стабильных организаций [7].

Процедура исследования

В исследовании, которое проводилось с 2011 г. на протяжении 5 лет, приняли участие 189 работников шестнадцати организаций Нижегородской и Владимирской областей. На этапе формирования бизнеса работают 39 сотрудников семи компаний, сферами деятельности которых являются информационные технологии, консалтинг, производство, туризм. На этапе интенсивного роста трудятся 24 сотрудника трёх компаний, которые занимаются производством, медицинским обслуживанием, способствуют познавательному развитию детей. На этапе стабильности бизнеса работают 32 сотрудника трёх компаний: производственного предприятия, рекламного агентства и розничной сети. На этапе спада бизнеса трудятся 94 сотрудника трёх компаний, занимающихся производством и торговлей.

Для определения этапа развития бизнеса использовалась анкета «Организационное развитие», которую заполняли собственники или руководители компаний [8, с. 29–35]. Для диагностики особенностей ценностной сферы испытуемых применялся тест «Опросник терминальных ценностей-2» [9; 10].

Статистическая обработка данных проводилась сначала с помощью непараметрического критерия Н Краскела-Уоллеса (см. табл.), использование которого позволило выявить множественные различия в уровне выраженности терминальных ценностей и жизненных сфер у работников четырёх групп коммерческих компаний.

Достоверно значимые различия выявлены между четырьмя группами испытуемых по терминальной ценности «достижения». В двух случаях («креативность», «сохранение собственной индивидуальности») прослеживаются тенденции к различиям, которые могут проявиться при увеличении численности выборки. Достоверно значимые различия были установлены между четырьмя группами испытуемых по выраженности такой сферы, как «общественная жизнь».

Для более детального изучения особенностей терминальных ценностей и жизненных сфер, при множественном сравнении которых были выявлены достоверно значимые различия или тенденции к ним, проводился статистический анализ с помощью непараметрического критерия U Манн-Уитни.

При сравнении испытуемых, работающих на четырёх этапах развития бизнеса, которое производилось попарно, по ценности «креативность» были

Таблица

Множественный анализ различий выраженности терминальных ценностей и жизненных сфер сотрудников организаций, находящихся на разных этапах развития бизнеса (методика «ОТеЦ-2»)

Терминальные ценности	Н, критерий Краскела-Уоллиса	р, уровень значимости	Жизненные сферы	Н, критерий Краскела-Уоллиса	р, уровень значимости
Собственный престиж	3,478	0,324	Профессиональная жизнь	3,898	0,273
Высокое материальное положение	1,858	0,620	Обучение и образование	6,143	0,105
Креативность	6,864	0,076	Семейная жизнь	3,389	0,335
Активные социальные контакты	1,373	0,712	Общественная жизнь	10,148	0,017*
Развитие себя	2,903	0,407	Увлечения	6,252	0,100
Достижения	8,39	0,039*			
Духовное удовлетворение	5,289	0,151			
Сохранение собственной индивидуальности	6,966	0,073			
Внешние ценности	4,471	0,215			
Внутренние ценности	4,014	0,260			

Примечание: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

установлены достоверные различия между сотрудниками стабильных и регрессирующих организаций ($U=1114,50$; $p=0,029$), а также сильная тенденция к различиям между сотрудниками регрессирующих и формирующихся организаций ($U=1451,00$; $p=0,059$). Работники компаний, находящихся на спаде бизнеса, стремятся реализовать свои творческие возможности, внести изменения и усовершенствования в профессиональной деятельности меньше сотрудников формирующихся и стабильных организаций (рис.1). Достоверно значимые разли-

чия получены при сравнении уровня выраженности ценности «достижения» между работниками формирующихся и интенсивно растущих ($U=307,00$; $p=0,023$), стабильных ($U=437,00$; $p=0,03$) и регрессирующих ($U=1349,50$; $p=0,020$) организаций. На этапе формирования бизнеса достижение конкретных результатов более значимо, чем для представителей остальных компаний. При парном сравнении уровня выраженности терминальной ценности «сохранение собственной индивидуальности» в четырёх группах испытуемых выявлено единственное различие

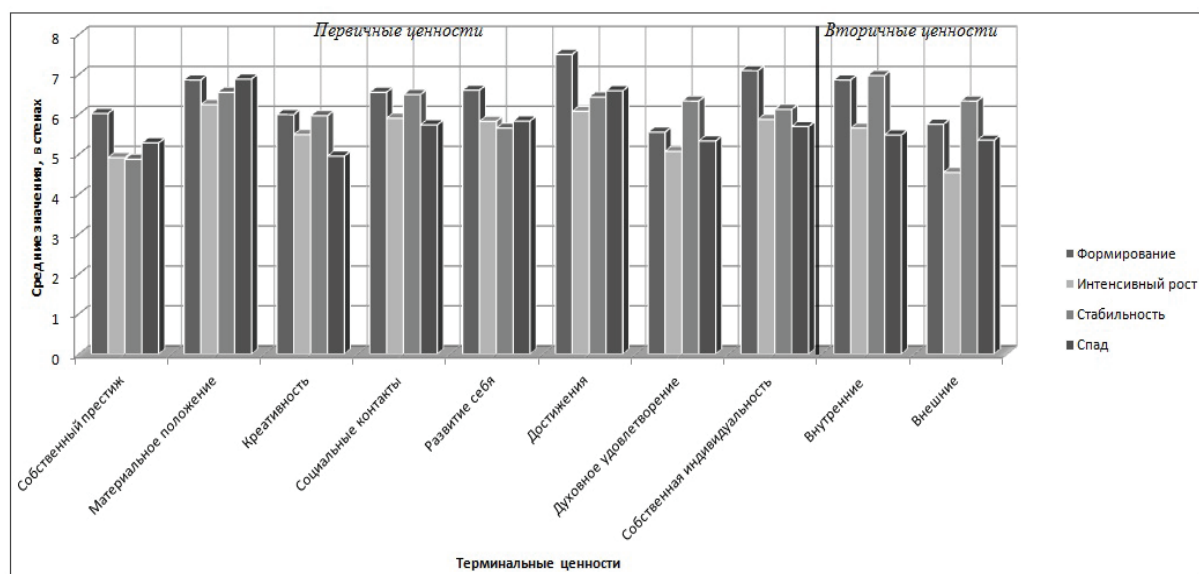


Рис. 1. Терминальные ценности работников компаний, находящихся на разных этапах организационного развития

между работниками формирующихся и регрессирующих организаций ($U=1322,00$; $p=0,012$). Сотрудники вновь созданных компаний сильнее, чем работники организаций, находящихся на спаде бизнеса, стремятся к независимости от других людей, более активно отстаивают свои взгляды и убеждения.

При сравнении выраженности жизненных сфер (рис. 2) достоверные различия выявлены между работниками формирующихся ($U=287,00$; $p=0,010$) и интенсивно развивающихся ($U=287,00$; $p=0,010$), формирующихся и регрессирующих ($U=1369,00$; $p=0,027$), интенсивно развивающихся и стабильных ($U=230,50$; $p=0,011$) организаций. Для работников вновь созданных и стабильных организаций жизнь общества более важна, чем для сотрудников быстро растущих и регрессирующих компаний.

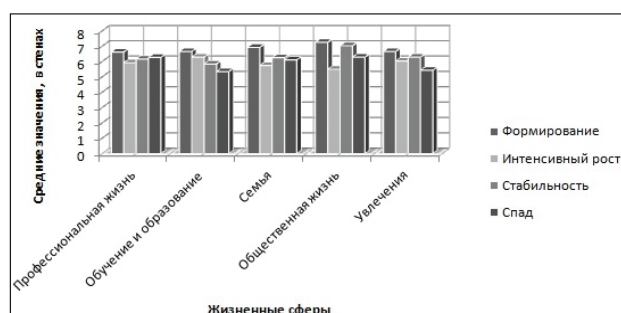


Рис.2. Жизненные сферы работников компаний, находящихся на разных этапах организационного развития

Выводы

1. Терминальные ценности и жизненные сферы работников организаций, находящихся на разных этапах развития бизнеса, имеют ряд особенностей. Достоверно значимые различия выявлены как по внутренним («креативность», «сохранение собственной индивидуальности»), так и по внешним («достижения») ценностям. Установлены статистически значимые различия между четырьмя группами работников в жизненной сфере «общественная жизнь».

2. Особенности ценностной сферы наиболее сильно прослеживаются у сотрудников организаций, находящихся на этапах формирования и спада бизнеса. Работников формирующихся организаций отличают наибольшие показатели сразу трёх терминальных ценностей («креативность», «достижения», «сохранение собственной индивидуальности»), по которым получены достоверно значимые различия, что можно обозначить как симптомокомплекс активности, который в том числе находит

проявление в сфере общественной жизни. Работники регрессирующих организаций имеют наименьшие показатели двух внутренних ценностей («креативность», «сохранение собственной индивидуальности»), что можно обозначить как симптомокомплекс пассивности.

Ссылки

1. Карпов А. В., Маркова Е. В. Когнитивная детерминация эффективности управленческих решений // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия гуманитарные науки. 2010. № 4. С. 67–72.
2. Колосова В. В., Гремина Е. В. Психологический анализ содержания системы личностных конструктов менеджеров // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2006. № 1. С. 54–66.
3. Прохорова М. В., Кондратьева Ю. И. Эффективная система оплаты труда: разработка и внедрение. М.: Омега-Л, 2008. 180 с.
4. Абульханова К. А. Психология и сознание личности. Избранные психологические труды. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: МОДЕК, 1999. 224 с.
5. Колосова В. В. Парадигма профессионально-личностного развития и задачи модернизации образовательных программ // Наукоедение. 2013. № 4. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/84pvn413.pdf> (дата обращения: 09.06.2016).
6. Прохорова М. В., Ким В. В. Структура мотивации трудовой деятельности на разных стадиях развития организации // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2012. Вып. 1. С. 363–389.
7. Прохорова М. В., Колосова В. В. Ценностная сфера работников коммерческих организаций на этапе стабильности бизнеса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2014. № 3 (35). С. 49–56.
8. Прохорова М. В. Психодиагностика в организациях. Н. Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2013. 76 с.
9. Сенин И. Г. Опросник терминальных ценностей. Ярославль: Психодиагностика; Фонд гражданских инициатив «Содействие», 1991. 19 с.
10. Сенин И. Г. Опросник терминальных ценностей-2. Шкалы второго порядка. Ярославль: Психодиагностика, 2008. 12 с.