

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ЛИЧНОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПРЕДМЕТ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тулинов Антон Андреевич

студент, Белгородский государственный университет, РФ, г. Белгород

Худаева Майя Юрьевна

научный руководитель, доцент Белгородский государственный университет, РФ, г. Белгород

Аннотация Проведён анализ феномена вовлечённости сотрудников в профессиональную деятельность. Выявлено что вовлечённость персонала в работу компании способствует росту доходов, увеличению доли рынка, прибыли на обыкновенную акцию, что является сегодня ключевыми задачами любой организации.

Ключевые слова: вовлечённость, вовлечённость персонала.

Введение

В течение последних лет в практике российского бизнеса все чаще стало звучать новое для многих менеджеров понятие «вовлечённость персонала». Все большее число руководителей компаний начинают интересоваться исследованиями вовлечённости, стремятся измерять и управлять степенью вовлечённости своих сотрудников. При этом часто менеджеры, руководители организаций вкладывают в понятие вовлечённости самое разное содержание.

В числе первых проблем, с которыми сталкиваешься в литературе по теме вовлечённости персонала в работу организации, является отсутствие универсального определения понятия вовлечённости. Также в научных трудах зарубежных и отечественных авторов используется несколько схожих по смыслу понятий, таких как удовлетворённость, лояльность, мотивация персонала.

Понятие «вовлечённость в работу» первым определил Уильям Кан. Под этим феноменом У. Кан понимал «направленное и организованное участие; когда работники вовлечены в рабочий процесс, то они начинают самовыражаться физически, когнитивно, эмоционально и мысленно».[9 с.27]

По мнению У. Кана:

1. Когнитивный аспект вовлечения сотрудников касается убеждений сотрудников об организации, ее лидерах (руководителях) и условиях труда.
2. Эмоциональный аспект касается того, как сотрудники думают о каждом из этих трех факторов и имеют ли они положительное или отрицательное отношение к организации и ее руководителям.
3. Физический аспект вовлечения сотрудников касается физической энергии, которую вкладывают сотрудники в выполнение своих ролей.[9 с.137]

Одной из первых и основных работ, в которой вовлечённость рассматривалась в контексте

организации, считают работу профессора Бирмингемского университета К. Томпсона, который в 1990 году своей книге "The Employee Revolution" писал: «Чтобы донести обещание вашего бренда до потребителя, работник должен полностью понимать и разделять ценности вашего бизнеса».[23 с.47]

По мнению М. Магура «вовлечённость – это желание предпринимать личные усилия, вносить свой вклад как член организации для достижения ее целей».[13] Вовлечённость в работу организации может быть достигнута лишь в том случае, если работа в организации побуждает и формирует у людей:

1. Готовность, если это требуют интересы организации, к дополнительным усилиям, не ограничиваясь должностными инструкциями.
2. Чувство самоуважения.
3. Заинтересованность в достижении значимых для организации рабочих результатов.
4. Ответственность за результаты своей работы.

«Вовлечённость сотрудников – это подход, позволяющий добиться того, чтобы каждый сотрудник искренне заботился о своей работе, о компании, в которой работает и о её клиентах, подход, помогающий добиться того, чтобы сотрудник полностью посвящал себя работе, прилагал все усилия в этом отношении. Это выражается в том, что сотрудник проявляет проактивность и энтузиазм по поводу работы и берет на себя полную ответственность.»[10 с.56]

В настоящее время в бизнес – практике используется несколько подходов к описанию и исследованию вовлечённости персонала в работу организации. Они исходят от практических наработок конкретных компаний, проводящих прикладные исследования вовлечённости персонала в различных организациях. Все эти подходы имеют свои особенности в объяснении того, как правильно понимать и оценивать вовлечённость и те факторы, которые на нее влияют.

Понятие вовлеченности становится все более актуальным, и связь вовлеченности с показателями бизнеса неоспорима. Кроме теоретических подходов, которые мы уже обозначали в нашей работе, исследование вовлеченности на практике активно развивается. Все практические подходы идут от конкретных наборов инструментов, которые в рамках своей деятельности используют крупнейшие консалтинговые агентства. В основе этих взглядов лежат конкретные трактовки того, как понимать вовлеченность, какие инструменты использовать для ее оценки, как понимать факторы и элементы, которые оказывают на вовлеченность непосредственное влияние. В нашей работе мы будем рассматривать методики, разработанные специалистами компаний Hewitt Associates, Towers Watson, Gallup и ЭКОПСИ консалтинг.

1. Подход Hewitt Associates. Компания Aon Hewitt первой на рынке в 1994 году создала методику исследования вовлеченности, которая позволяет оценить человеческий капитал компании и разработать стратегию работы с ним. В компании было сформулировано следующее определение вовлечённости – это такое эмоциональное и интеллектуальное состояние, в котором сотрудники выполняют свою работу как можно лучше. В базе данных Aon Hewitt представлены более чем 7 тысяч организаций и ответы 5 миллионов работников.[3 с. 237] В России методика Aon Hewitt применяется с 2006 года, более 100 компаний уже провели по данной методике исследования, в ходе которых было опрошено более 300 тысяч человек. Они предлагают воспринимать вовлеченность, как стремление сотрудника вносить максимальный вклад в успех и развитие своей компании и предполагает, что существуют три ключевых индикатора вовлеченности персонала:
- «Говорит» - персонал положительно оценивает компанию при взаимодействии со своими друзьями, коллегами, клиентами, соискателями (потенциальными сотрудниками компании).
 - «Остаётся» - работник не планирует покинуть компанию и хочет продолжать развиваться в рамках нее и дальше.
 - «Стремится» - сотрудник воспринимает свою компанию не абстрагировано, а как

собственный бизнес и стремится прикладывать дополнительные усилия для того, чтобы бизнес был более успешен.

Консультанты агентства подчеркивают, что эти индикаторы они смогли определить благодаря анализу результатов исследования, которое они проводили в тысячах компаний в разных странах. Кроме того, в рамках своего подхода агентство использует классификацию факторов, которые влияют на уровень вовлеченности. При анализе результатов исследования, уровень вовлеченности показывается по каждому из этих факторов, и, основываясь на логике полученных «провалов», можно строить программу по повышению вовлеченности персонала (табл.1.1).

Таблица 1.1

Факторы вовлеченности по версии Aon Hewitt

Фактор	Содержание
Люди	Топ-менеджеры отношение персонала к топ-менеджменту компании
	Линейные менеджеры отношение персонала к своим непосредственным руководителям
	Коллеги взаимоотношения в коллективе
	Ценность сотрудников то, каким образом корпоративная культура транслирует ценность персонала для организации
Вознаграждение	Заработная плата
	Социальный пакет
	Признание
Практика компании	Обратная связь возможность получать конструктивную оценку своей работы каждому сотруднику
	Согласованность имиджа работодателя показатель того, насколько имидж работодателя согласуется с представлением сотрудников
	Репутация работодателя
Работа	Рабочие задания
	Удовлетворённость результатом
	Самостоятельность
Возможности	Ресурсы
	Процессы
	Карьерные возможности
	Обучение и развитие
Качество работы	Условия работа
	Баланс работы и личной жизни

- Подход Towers Watson.[11 с.34] По мнению специалистов компании Towers Watson, вовлеченность – это взаимная связь сотрудников со своим работодателем, которая базируется на трех элементах: усилиях, которые прикладывают сотрудники для достижения целей; окружении, которое поддерживает продуктивность; результатах

работы, которые способствуют благополучию. Эксперты из Towers Watson выделяют индикаторы, которые влияют и характеризуют степень вовлеченности сотрудников. Это оценка может быть произведена по тому, как они:

- Думают – осознают стратегию и цели организации, принимают ценности и понимают, каким образом обязанности, которые они выполняют, согласуются с этими ценностями и задачами.
- Чувствуют – ощущают эмоциональную привязанность к компании, в которой работают.
- Действуют – ощущают сильный внутренний стимул к тому, чтобы прилагать усилия сверх того, что должны и того, что от них ждет компания.

По мнению Towers Watson, главными зонами внимания в ближайшее время для работодателей станут повышение благосостояния, обеспечение вдохновляющей среды, пересмотр и определение необходимого формата управления.

3. Подход Gallup. Специалисты Gallup провели исследование, в ходе которого выделили четыре основных индикатора вовлеченности сотрудника.[17 с. 327] Эти индикаторы эксперты выражают в 12 вопросах, которые имеют наибольшее, с их точки зрения, влияние на продуктивность работников, лояльность клиентов и на рост успешности коммерческого блока – показатели по продажам

Результаты ответов по этим вопросам собираются в индекс, который разделяет сотрудников на три категории, с которыми и предстоит впоследствии работать:

- Вовлеченные сотрудники, которые вкладывают в работу дополнительные усилия. Такой персонал ощущает глубокую эмоциональную привязанность к компании и усердно работают, чтоб вкладывать в успехи развитие компании.
- Невовлеченные, но удовлетворенные сотрудники – тот персонал, который делает адекватно ту работу, которая зафиксирована в их должностной инструкции, но не стремятся делать больше и не ощущают связи с компанией.
- Активно отключенные сотрудники, которые не удовлетворены и делают свои обязанности не всегда качественно, негативно влияя и на деятельность компании в целом, и на деятельность своих коллег и сослуживцев.

4. Подход ЭКОПСИ консалтинг. Подход Российской компании «Экопси Консалтинг»: в русском языке слово «вовлечённость», использующиеся как аналог английского engagement, несет определенный оттенок. [6 с.56] Синонимы вовлечённости – приверженность, сопричастность, заинтересованность, и антонимы – отстранённость, безразличие. Анализ этого понятия применительно к работе людей в бизнесе позволяет выделить два важных аспекта вовлечённости (табл. 1.2):

- «Приверженность своей работе» – человек увлечен своей работой и в самом процессе деятельности находит смысл, интерес и удовольствие.
- «Приверженность успеху компании» – сопричастность, переживание личной заинтересованности и ответственности за успех конкретного подразделения и компании в целом. В теоретическом плане эта составляющая может быть сопоставлена с понятием «организационная приверженность».

Таблица 1.2

Матрица вовлеченности сотрудников по версии ЭКОПСИ консалтинг

	Низкая приверженность успеху компании	Высокая приверженность успеху компании
Высокая приверженность своей работе	Энтузиаст своего дела, которому все равно, где, в какой компании его делать	Энтузиаст своего дела, своей компании
Низкая приверженность	Сотрудник, которому ни до чего нет	Патриот своей компании

своей работе	дела	которому неинтересна е работа
--------------	------	----------------------------------

В подходе к вовлеченности сотрудники ЭКОПСИ консалтинг по-другому понимают вовлеченность. Они в своей работе базируются на таких понятиях, как сопричастность, приверженность, лояльность, преданность. И на основе анализа этих понятий эксперты ЭКОПСИ выделяют два ключевых аспекта, которые становятся определяющими при оценке вовлеченности сотрудников: Приверженность тем обязанностям, которые сотрудник выполняет на своем рабочем месте. Здесь «мерилом» становится степень увлеченности работника своими задачами, и то, насколько сильно он удовлетворен тем, что делает, насколько он получает удовольствие от процесса. Этот индикатор очень близок понятию, о котором мы говорили выше – поток, работа участия. Желание участвовать в успешности компании. Здесь эксперты имеют в виду то, насколько человек ощущает свою заинтересованность в то, чтобы копания была успешна в целом, и его готовность вкладывать свои ресурсы в то, чтобы организация развивалась.

Таким образом, с помощью исследования научных источников по вопросу вовлеченности персонала в деятельность организации, мы можем сделать следующие выводы: во-первых, понятие вовлеченности активно исследуется достаточно недавно, и сложившегося определения этого понятия пока нет. Существует не так много практических научных исследований, большая часть проводится консалтинговыми агентствами.

Список литературы:

1. Аймалетдинов Т. А. О подходах к исследованию лояльности // Мониторинг общественного мнения. 2013. -№ 8. С. 55– 63.
2. Андреев, В.И. Конкурентология. Учебный курс для творческого саморазвития конкурентоспособности / В.И. Андреев. - Казань: Центр инновационных технологий, 2012. - 468 с.
3. Берсин, Д. 20 факторов, которые влияют на вовлеченность персонала [Электронный ресурс].-Режим доступа: http://neohr.ru/hr/article_post/20-faktorov-kotoryye-vliyayut-na-vovlechnost-personala (дата обращения: 17.11.2022).
4. Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М.: Прайм-Еврознак, 2003.- 672 с.
5. Бызова В.М., Перикова Е.И., Ловягина А.Е. Метакогнитивная включенность в системе психической саморегуляции человека в профессиональной деятельности/ В.М. Бызова, Е.И. Перикова, А.Е. Ловягина. - Сибирский психологический журнал. 2019. № 73. С. 126-140.
6. Воронцова Е. Г. Исследование самоэффективности и саморегуляции в профессиональной деятельности/ Е.Г. Воронцова - Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2017. Т. 20. С. 11-20.
7. Ламбен Ж.Ж. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; пер.: Б. И. Лифляндчик, В. Л. Дунаевский. - СПб : Наука, 2016. - 589 с.
8. Карпов А. А. Взаимосвязи обучаемости и когнитивных качеств личности / Карпов А.А. - Ярославский педагогический вестник. 2012. № 3, Т. 2. - С. 228-235.
9. Крылова О. Вовлеченность – об этом надо знать и работодателям, и наемным работникам/ О. Крылова - Элитный персонал. 2005. № 3 - С. 4

10. Кузьмина Н.В. Психологическая структура деятельности учителя [Текст] : (тексты лекций) / Н. В. Кузьмина, Н. В. Кухарев ; Гомельский гос. ун-т. Кафедра педагогики и психологии. - Гомель : ГГУ, 2016. - 57 с.
11. Леонтьев Д. А., Осин Е. Н. Рефлексия «хорошая» и «дурная»: от объяснительной модели к дифференциальной диагностике / Д. А. Леонтьев, Е. Н. Осин - Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2014. Т. 11, № 4.- С. 110-135.
12. Леонтьев Д. А. Саморегуляция, ресурсы и личностный потенциал / Д. А. Леонтьев - Сибирский психологический журнал. 2016. № 62. - С. 18-37.
13. Магура, М. И. Современные персонал-технологии: учебное пособие / М. И. Магура, М. В. Курбатова. - Москва: Новое знание, 2007. - 440с.
14. Малошонок Н. Г. Студенческая вовлеченность: почему важно изучать процесс обучения, а не только его результат? / Н. Г. Малошонок - Мониторинг университета. 2011. № 6. - С. 11-21.
15. Мандрикова Е. Ю. Разработка опросника самоорганизации деятельности (ОСД) / Е. Ю. Мандрикова - Психологическая диагностика. 2010. № 2. - С. 87-111.
16. Поляков, С.Д. О новом воспитании: очерки коммунарской методики / С.Д. Поляков. – М.: Знание, 1999. – 80 с.
17. Рубинштейн С.Л Проблемы общей психологии. М., 1973.
18. Ухтомский А.А. Доминанта /А.А. Ухтомский - М., Л.: "Наука", 2020г. – с. 456
19. Шиленкова Л. Н. Самоэффективность в профессиональной деятельности (обзор зарубежных исследований) / Л. Н. Шиленкова Современная зарубежная психология. 2020. Т. 9, № 3. - С. 69-78.
20. Щеглова И. А. Кросс-культурное сравнение учебной вовлеченности студентов / И. А. Щеглова - Университетское управление: практика и анализ. 2018. Т. 22, № 3.- С. 155-164.