

## **ЛЮБОВЬ РАБОТНИКА К РАБОТОДАТЕЛЮ: ИЛЛЮЗИЯ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?**

### **Что происходит с нашим отношением к организации после того, как мы начали там работать?**

Что происходит с нашим отношением к организации после того, как мы начали там работать?

В последнее время в объявлениях о приеме на работу, в заявках кадровым агентствам все чаще можно увидеть такое требование к потенциальному кандидату, как «лояльность фирме». Особенно забавно это смотрится в объявлениях, начинающихся со слов: «Крупная компания...» Встает вопрос о том, а по отношению к чему, собственно, я должен быть лоялен? Что я знаю о нормах и правилах в этой компании? Чтобы не возникало таких казусов, давайте разберемся в том, что как изменяется отношение человека к организации-работодателю после того, как он поступит на работу.

Знакомство с работодателем может происходить по-разному. Бывает, человек приходит трудоустроившись в компанию, о которой давно слышал от друзей и знакомых, читал о ней благоприятные отзывы в СМИ и проч., а в результате постепенно складывалось его желание там работать. Случается и так, что на собеседовании претендент впервые узнает о том, в какой области ему предстоит применить свои знания и умения. В любом случае с момента получения первой информации о фирме у человека начинает складываться определенное отношение к ней, а точнее, к тому образу организации, который формируется в его сознании на основе получаемой информации. Если этот образ соответствует целям и ценностям человека, удовлетворяет его интересам и желаниям, он принимает решение о работе в данной организации. Таким образом, в момент поступления на работу любой сотрудник лоялен (мы рассматриваем только ситуацию добровольного принятия решения о трудоустройстве и исключаем ситуации целенаправленного внедрения шпионов и вредителей). Это так называемая потенциальная лояльность.

Но вот наступают трудовые будни, и сотрудник начинает сравнивать тот образ организации, который сформировался у него до поступления на работу, с реальными условиями. Расхождения найдутся почти наверняка, ожидания реализуются не в полной мере, поэтому потенциальная лояльность начинает падать. Стремительность ее снижения определяется тем, насколько расходятся ожидания с реальной ситуацией, и насколько быстро происходит выявление расхождений. Потенциальная лояльность может упасть до нуля, а может выйти на некий постоянный уровень, соответствующий той части ожиданий, которая реализована.

С другой стороны, с момента поступления на работу сотрудник начинает вкладывать в организацию свои ресурсы: силы, время, умения и т.п. У него начинают складываться отношения с коллегами, он обзаводится личным рабочим пространством и т.д. Чем больше личные «инвестиции», тем сильнее сотрудник привязывается к организации, тем выше его приобретенная лояльность.

Итоговое отношение к организации складывается из потенциальной и приобретенной лояльности. Описанная модель изменения отношения сотрудника к организации носит название "Модель реализации ожиданий".

Лояльность персонала - это характеристика, определяющая его приверженность организации. Она включает в себя одобрение персоналом целей компании и способов их достижения. Опытным путем выделено три основные составляющие лояльности:

расположенность к компании; осознанные действия в интересах компании; соблюдение норм, правил и обязательств, принятых в коллективе.

Руководители и сотрудники иногда по-разному трактуют понятие лояльности. По мнению последних, это просто положительное или нейтральное отношение к компании.

Руководители же считают, что лояльность - это преданность организации, выражающаяся в добросовестном выполнении всех поручений, а также в сложившихся в коллективе дружеских отношениях и присутствии командного духа.

Возвращаясь к требованию лояльности от нового сотрудника, можно сказать, что работодатель вправе рассчитывать только на высокую потенциальную лояльность. А она напрямую связана с количеством и качеством информации о компании. Чем объективнее будет предварительная картина в сознании сотрудника, чем более он информирован, тем ниже вероятность стремительного падения лояльности после поступления на работу.

С точки зрения управления нельзя также назвать лояльностью привязанность сотрудников к компании из-за высокой зависимости от нее (например, из-за боязни по тем или иным причинам не найти другую работу). Лояльность - это разумные, взвешенные и честные взаимоотношения, построенные по одинаковым правилам для обеих сторон.

Отсюда, призыв к работодателям: будьте честными по отношению к своим потенциальным сотрудникам, и вы обретете больше, чем потеряете.

А к кандидатам обращение может быть таким: узнавайте максимум информации об организации, где предполагаете работать. Если образ организации, ваше представление о ней не будет соответствовать реальности, то вы быстро потеряете интерес к этой работе, а, следовательно, только потеряете время.

И в завершение еще одно пожелание: будьте лояльны! Лояльные сотрудники более здоровы и устойчивы к стрессу, чем не лояльные. Здоровья вам!

**В.И. Доминяк,  
Центр переподготовки  
и повышения квалификации  
СПб политехнического университета**