

К вопросу о влиянии цифровой трансформации на организационную лояльность сотрудников на примере предприятий индустриального парка «Грабцево» г. Калуги

Научный руководитель – Соловьева Надежда Александровна

Гуляк Дмитрий Русланович

Студент (бакалавр)

Калужский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Кафедра экономики и менеджмента, Калуга, Россия

E-mail: digu2101@bk.ru

В нынешнее время наблюдается тенденция перехода к партнёрской модели взаимодействия с работниками, что актуализирует вопросы изучения влияния организационной лояльности на эффективность и производительность труда. Также сегодня мы наблюдаем тенденцию увеличения цифровизации в работе компаний. Многие организации часто сталкиваются с проблемой высокой текучести кадров, обусловленной нелояльностью работников, что может привести к серьезным последствиям, в том числе, снизить конкурентоспособность [1,2]. Цель исследования - особенности влияния внедрения цифровизации для сотрудников в компании на их организационную лояльность на примере нескольких предприятий, расположенных в индустриальном парке «Грабцево» г.Калуга: ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус» (производство автомобилей), ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус» (производство двигателей внутреннего сгорания автомобилей), филиал АО «МагнаАвтомотив Рус» (производство и окраска бамперов автомобилей), ООО «Яшп Рус Автомобильные системы» (производство пластиковых топливных баков), ООО «Фуяо Стекло Рус» (производство автомобильного стекла).

Цифровая трансформация становится основным трендом в мировой автомобильной промышленности [3]. Она не чужда крупным калужским компаниям индустриального парка «Грабцево». В течение последних трёх лет такие калужские компании, как ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус», филиал АО «МагнаАвтомотив Рус», ООО «Яшп Рус Автомобильные системы» разрабатывают модели единой базы данных персонала. Задумка руководства в том, чтобы не просто собрать досье, а создать единую, сквозную «умную» базу данных, дающую максимальное представление о том, чем человек уже занимался, что он умеет и к чему питает склонность. Это должно сильно помочь в создании «цифрового профессионального следа» всех сотрудников, чтобы принимать осознанные долгосрочные карьерные решения.

При исследовании мы использовали эмпирические методы, методы математического и статистического анализа, авторский опросник. Испытуемыми выступили 78 сотрудников компаний, средний менеджмент, в возрасте от 28 до 51 года. Исследование проводилось в 2017-2018 гг. Кратко обозначим ход исследования. По результатам опросника испытуемые были разделены по двум группам «активные сторонники цифровизации» и «индифферентные» сотрудники. Первая группа сотрудников не только связывала рост своей удовлетворенности от работы в компании с ростом её цифровизации, но и смогла сформулировать свои представления о направлениях развития цифровизации в компании не только на благо клиентам, но и сотрудникам. Вторая группа сотрудников отличалась меньшей осведомлённостью и осознанностью своих предпочтений в данных вопросах. По итогам диагностических методик удалось подтвердить целесообразность первоначального выделения групп испытуемых. Первая условная группа испытуемых отличалась более высоким уровнем внутренней мотивации, мотивационной направленностью личности

на достижение успеха и готовностью к саморазвитию. Выявлена значимая корреляция между готовностью личности к саморазвитию и уровнем организационной лояльности сотрудника.

Таким образом, в ходе исследования выяснилось, что цифровизация укрепляет организационную лояльность сотрудников, соответственно, компаниям необходимо преобразовывать информацию в цифровой вид для высокой эффективности работы своих сотрудников. Нынешнее поколение сотрудников ждет от компании такого же уровня сервиса, какой они получают вне компании в качестве клиента. И эти «маленькие удобства» помогают делать жизнь сотрудников приятнее [4], стимулируют их к развитию и профессиональному росту. К тому же, умелое управление лояльностью персонала позволит повысить прибыль и сократить расходы при найме и обучении персонала в компании [5].

Источники и литература

- 1) Доминьяк В.И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации: Дисс. канд. псих. наук: 19.00.05. – СПб., 2006. – 281 с.
- 2) Ковров А. В. Лояльность персонала. – М.: Бератор, 2004. – 168 с
- 3) Allen, D. G., Shore, L. M., Griffeth R. W. The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process // Journal of Management. – 2003. – Vol. 29. – P. 99-118
- 4) Смирнов Н. - Цифровизация HR: фактор лояльности сотрудников// Вестник цифровой трансформации СЮ.RU // <https://www.cio.ru/articles/151217-Tsifrovizatsiya-HR-faktor-loyalnosti-sotrudnikov>
- 5) Методика расчета индекса вовлеченности персонала //HR-портал// <http://hr-portal.ru/tool/metodika-rascheta-indeksa-vovlechenosti-personala>