

Ссылка для цитирования этой статьи:

Рудик С.А. Выявление соответствия личных ценностей кандидата корпоративным ценностям организации при подборе персонала // Human Progress, 2017, Том 3, № 10. URL: http://progress-human.com/images/2017/tom3_10/Rudik.pdf, свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

УДК 331.101.3

ВЫЯВЛЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ ЛИЧНЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАНДИДАТА КОРПОРАТИВНЫМ ЦЕННОСТЯМ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИ ПОДБОРЕ ПЕРСОНАЛА



Рудик Снежанна Андреевна
студент ГМС-15
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»

snega-97@mail.ru
ул. 8-е Марта, 62 - 455,
г.Екатеринбург, РФ, 620219
+7 (906) 804-27-21

Аннотация. В статье рассматривается проблема выявления совпадений ценностей кандидата корпоративным ценностям компании. Актуальность и востребованность данной проблемы в современных исследованиях по организационной психологии и в практике управления человеческими ресурсами, по мнению автора, обусловлены тем, что правильно организованная работа по подбору персонала, учитывающая ценностное предложение компании, будет способствовать повышению уровня эффективности организации. В статье обсуждаются существующие подходы к классификации ценностей, а также современные тенденции в сфере подбора персонала, осуществляемого на основе изучения ценностей кандидатов. При помощи теоретического анализа научных источников выделены основные актуальные методы и методики, применяемые для диагностики ценностей кандидатов; рассмотрены достоинства каждого из методов. В заключение статьи автор обосновывает необходимость изучения ценностей кандидатов, а также указывает на важность правильного формирования ценностного предложения работодателя, определяет достоинства формулировки ценностного предложения работодателя как для кандидатов, так и самого работодателя.

Ключевые слова: ценности; корпоративная культура; профессиональная диагностика; подбор персонала; ценностное предложение работодателя.

JEL Коды: J 31; J 33; M 12.

Введение

Сильная организационная культура является фактором эффективности организации. Главным элементом культуры являются ее ценности. Поэтому изучение организационных ценностей в наше время является актуальной темой для изучения. Данную тему изучали многие отечественные ученые: в работах С.Г.Абрамовой, Т.Ю.Базарова, А.Л.Журавлева и других тщательно рассмотрены вопросы о структурах и функциях организации, исследованы ценности, традиции и нормы. В работах Т. Дила, А.Кеннеди, Е.Х.Шейна и многих других зарубежных ученых были рассмотрены различные модели организационной культуры [1]. На современном этапе своего развития многие организации пришли к осознанию того, что не столько материальные ресурсы являются главным достоянием организации, сколько персонал, который создает все эти базовые ценности. Это способствовало перераспределению внимания менеджеров в сторону более качественного подбора персонала, карьерному ориентированию сотрудников через ценности [2]. Учет и выявление конгруэнтности личностных ценностей сотрудника и корпоративных ценностей позволяет получить вовлеченный персонал, мотивированный к работе в конкретной компании. Если вовлеченного работника правильно мотивировать, он начинает более ответственно подходить к работе, повышается качество и производительность труда и, тем самым, компания улучшает все свои основные показатели эффективности. Под ценностями, как правило, понимаются некие идеальные цели общества, социальных групп или личности [3]. В свою очередь, ценностные ориентации, представляют собой отражение в сознание человека ценностей, которые признаются человеком в качестве жизненных ценностей и мировоззренческих ориентиров, ценности связаны друг с другом и образуют систему ценностей человека [4]. Таким образом, мы можем сказать, что ценности персонала – это совокупность качеств и характеристик человека, которая характеризует его способность к деятельности какого-либо вида. Процесс, когда формируются ценности, начинается еще в самом детстве, обычно под влиянием окружающей социальной среды (родительская семья, школа) и продолжается в течение всей жизни человека. По мере взросления, определенные ценности меняются, и их становится все больше. Классификация ценностей человека, применительно к корпоративной культуре, рассматривается в работах Рычковой А., Соломандиной Т.О. и других авторов [5; 6; 7]. В частности, доктор социологических наук Фролов С.С. пишет, что каждый человек имеет свою индивидуальную матрицу ценностей, представленную в виде ранжированного ряда. В матрицу входят так называемые высокие ценности, к которым относятся, прежде всего, такие ценности, как: честь и достоинство, любовь к Родине и близким и т.д. Также матрица включает в себя средние ценности, к

которым относятся витальные ценности, связанные с базовыми потребностями человека и низшие ценности. Низшие ценности определяются через потребности, от которых человек легко может при желании отказаться [8].

Целью написания настоящей работы является анализ имеющихся подходов к классификации ценностей, а также выявление современных методов подбора персонала, осуществляемого на основе изучения ценностей кандидатов.

Методы оценки ценностей персонала

Профессиональная диагностика предлагает различные варианты для оценки соответствия личностных характеристик субъекта профессиональной деятельности требованиям должности, в том числе включая оценку индивидуальных ценностей человека [9]. В качестве основных методов оценки ценностей персонала, используются тесты, личностные опросники, проективные методики, а также популярное сегодня интервью по компетенциям. В исследовании 2014 года Кабалина В.И., Пахомова А.А. проведен анализ результатов интервью, проведенного со 127 кандидатами в российском отделении международной компании. Они предлагают интересную модель принятия решения рекрутером при подборе кандидата на замещение вакантной должности. Выявлено, что те кандидаты, которые имели ценности, соответствующие ценностям компании, лучше справлялись с интервью по компетенциям, чем те кандидаты, чьи ценности не совпадали с организационными ценностями [10]. Современные методы профдиагностического исследования при правильном и комплексном применении дают возможность получить объективную информацию о человеке [11]. Сегодня существует множество различных методик, направленных на изучение ценностной сферы человека, например, методика М. Рокича, тест Ш. Шварца, методика «Система жизненных смыслов» (СЖС) и т.д. Одной из самых известных методик для изучения ценностей человека является методика М. Рокича «Ценностные ориентации». При прохождении методики респондентам предлагается набор из 2 блоков, в каждом из которых 18 утверждений с обозначением ценностей. Задача обследуемого лица расставить их по порядку значимости ценностей, которыми он руководствуется в жизни (на первое место ставится наиболее важная ценность на последнее наименее важная ценность) [12]. Большую популярность в практике подбора персонала в отечественных компаниях приобрел ценностный опросник Ш. Шварца. Данный тест используется для изучения динамики изменения ценностей, как в группах, так и у конкретной личности. Ш. Шварц опирался на теорию, согласно которой ценности разделяются на общественные ценности и личные ценности [13;14]. В настоящий момент

существует модифицированная версия методики Шварца PVQ-R, адаптированная для российской выборки и получившая название PVQ-R -2 [15]. Методика исследования системы жизненных смыслов (СЖС) была впервые опубликована в 2004 году и с тех пор активно применялась специалистами из разных областей в России, Украине, Белоруссии. Методика применяется для изучения представлений человека о системе смыслов собственной жизни [16]. Валидность и научная обоснованность данной методики делает возможным ее применение при подборе персонала в организацию.

Таким образом, отсюда следует, что взаимосвязь между ценностями, социальными установками личности персонала и культурой организации существует. Организационная культура и ценностная сфера персонала влияют друг на друга, и выделить из них аспект, который был бы главным в становлении культуры организации, не возможно. Организации также следует уделить особое внимание привлечению сотрудников с нужными для ее корпоративной культуры ценностями, реально действующий инструмент для этого - ценностное предложение работодателя (EVP). Пеша А.В. рассматривает пять основных элементов, которые необходимо проанализировать для создания ценностного предложения, например при размещении вакансии, для поиска кандидата [17]:

1. Внутренняя правда. Какие сильные стороны работодателя мы бы подчеркнули?
2. Стратегия и видение. Что у нас с корпоративными ценностями и коммуникациями?
3. Привлекательность для целевой аудитории. Что привлекает действующих и потенциальных сотрудников?
4. Существующий имидж. Как воспринимается бренд сейчас?
5. Позиционирование конкурентов. Какие у окружающих компаний конкурентные преимущества?

Ценностное предложение важно для организации, так как позволяет привлечь кандидатов с необходимыми ценностями, и для потенциальных сотрудников, так как правильно сформулированное EVP, позволяет им понять, подходит ли для них эта компания, легко ли будет адаптироваться к организационной культуре компании.

Заключение

Итак, ценности являются мощным регулятором индивидуального и группового поведения. Они представляют собой жизненные принципы, определяющие не только цели, но и выбор личностью способов реализации поставленных целей. Современные методы подбора персонала осуществляются на основе изучения ценностей кандидатов.

В заключении отметим, что целенаправленная работа с личными и организационными ценностями и социальными установками личности позволит оптимизировать формирование культуры, которая будет обеспечивать успешное функционирование предприятия и элементы личностного, социального и профессионального самосознания работников.

Литература

1. Абрамова С. Г., Костенчук И. А. О понятии «корпоративная культура» //М.: Изд. Центр «Академия». – 1999.
2. Koropets O. Approaches to fundamentals of professional growth based on career orientation tools/O. Koropets, A. Melnikova//CSR: University Builds the Country Conference proceedings. - 2016. -P. 264-272.
3. Быков С. В., Студеникин А. А. Характеристики корпоративной культуры персонала в системе жизнедеятельности организации // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2010. – Т. 12. – №. 3-1.
4. Салтыкова О. В. Корпоративная культура на предприятии как система трудовых ценностей коллектива //Кантовские чтения в КРСУ (22 апреля 2004 г.). – 2004. – С. 251-259.
5. Рычкова А. Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития. – Litres, 2017.
6. Соломанидина Т. О. Формирование мотивационной сферы сотрудников компании на основе ценностей //Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2011. – №. 1. – С. 34-42.
7. Стояновская И. Организационная культура и мотивация персонала через ценности //Проблемы теории и практики управления. – 2012. – №. 6. – С. 97-102.
8. Фролов С. С. Социальные институты в современном обществе //Социология власти. – 2010. – №. 3. – С. 25-35.
9. Коропец О. А., ПлUTOва М. И. Соответствие свойств личности и требований трудовой деятельности на этапе профессионального становления //Мир науки. – 2017. – Т. 5. – №. 3. – С. 52-52.
10. Кабалина В. И., Пахомова А. А. Влияние конгруэнтности ценностей кандидата и организации на подбор персонала //Организационная психология. – 2014. – Т. 4. – №. 4.
11. Коропец О. А., ПлUTOва М. И. Профессиональная диагностика как инструмент индикации наличного уровня образовательного потенциала трудовых ресурсов //Экономика и предпринимательство. – 2016. – №. 11-1. – С. 1120-1124.

12. Рокич М. Методика «ценностные ориентации» //Большая энциклопедия психологических тестов. – М.: Эксмо. – 2005. – С. 26-28.
13. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий //Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2011. – Т. 5. – №. 2. – С. 37-67.
14. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries //Advances in experimental social psychology. – 1992. – Т. 25. – С. 1-65.
15. Шварц Ш. и др. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России //Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2012. – Т. 9. – №. 2.
16. Котляков В. Ю. Методика «Система жизненных смыслов» //Вестник Кемеровского государственного университета. – 2013. – Т. 1. – №. 2 (54).
17. Пеша А. В. Ценностное предложение работодателя – сущность и значение в экономики организации //Human Progress. – 2016. – Т. 2. – №. 12. – С. 8.

THE CORRESPONDENCE OF CANDIDAT'S PERSONAL VALUES TO CORPORATE VALUES IN THE PERSONNEL SELECTION PROCESS

Snezhanna Rudik

Student in Ural State University of Economics

Yekaterinburg, Russia

Abstract. The article deals with the problem of identifying coincidences of candidate's values with corporate values. The urgency and relevance of this problem in modern studies on organizational psychology and in the human resource management practice are due to, on the author's opinion, the fact that properly organized work of recruitment will help to increase the organizational efficiency level, taking into account the value proposition of the company. The article discusses the existing approaches to the values classification, as well as the current trends in the personnel recruitment, based on the study of the candidates' values. Using the theoretical analysis of scientific sources, the main current methods are highlighted which are used to diagnose the candidates' values; the merits of each method are examined. In conclusion, the author justifies the need of studying the candidates' values, and also points the importance of the correct formation of the Employment Value Proposition; determines the merits of formulating the Employment Value Proposition for both candidates and the employer himself.

Key words: values; corporate culture; professional diagnostics; staff recruitment; Employment Value Proposition.

JEL Code: J 31; J 33; M 12.

References

1. Abramova, S.G., Kostenchuk I.A. About the concept of "corporate culture" // M.: Izd. Center "Academy. - 1999.
2. Koropets, O. Approaches to the fundamentals of professional growth based on career orientation tools / O. Koropets, A. Melnikova // CSR: University Builds the Country Conference proceedings. - 2016. -P. 264-272.
3. Bykov, S. V., Studenikin, A. A. Characteristics of corporate staff culture in the organization's life support system // Izvestia of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. - 2010. - T. 12. - No. 3-1.
4. Saltykova, O. V. Corporate culture at the enterprise as a system of labor values of the collective // Kant's readings in KRSU (April 22, 2004). - 2004. - P. 251-259.
5. Rychkova, A. Corporate culture of a modern company. Genesis and development trends. - Litres, 2017.
6. Solomanidina, T.O. The formation of the motivational sphere of company employees on the basis of values // Rationing and labor compensation in industry. - 2011. - No. 1. - P. 34-42.
7. Stoyanovskaya, I. Organizational culture and staff motivation through values // Problems of management theory and practice. - 2012. - No. 6. - P. 97-102.
8. Frolov, S.S. Social Institutions in Modern Society // Sociology of Power. - 2010. - No. 3. - P. 25-35.
9. Koropets, O.A., Plutova, M.I. Correspondence of personality characteristics and the requirements of labor activity at the stage of professional formation // World of Science. - 2017. - T. 5. - No. 3. - P. 52-52.
10. Kabalina, V.I., Pakhomova, A.A. Influence of congruence of the candidate's and organization's values on staff selection // Organizational psychology. - 2014. - Vol. 4. - No. 4.
11. Koropets, O.A., Plutova, M.I. Professional Diagnostics as a Tool for Indicating the Current Level of the Educational Potential of Human Resources // Economics and Entrepreneurship. - 2016. - No. 11-1. - P. 1120-1124.
12. Rokich, M. The method of "value orientations" // A large encyclopedia of psychological tests. - M.: Eksmo. - 2005. - P. 26-28.

13. Schwartz, S. Cultural value orientations: the nature and consequences of national differences // Psychology. Journal of Higher School of Economics. - 2011. - Т. 5. - No. 2. - P. 37-67.
14. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Advances in experimental social psychology. - 1992. - Т. 25. - P. 1-65.
15. Shvarts, Sh. Et al. A refined theory of basic individual values: application in Russia // Psychology. Journal of Higher School of Economics. - 2012. - Т. 9. - No. 2.
16. Kotlyakov, V.Yu. Methodology "System of vital senses" // Bulletin of the Kemerovo State University. - 2013. - Т. 1. - No. 2 (54).
17. Pesha, A.V. The value proposition of the employer - the essence and significance in the economy of the organization // Human Progress. - 2016. - Т. 2. - No. 12. - P. 8.

Contact

Snezhanna Rudik

Ural State University of Economics

62–455, 8th of March Str., 620144, Yekaterinburg, Russia

snega-97@mail.ru

Научный руководитель: к.психол.н., доцент кафедры экономики труда и управления персоналом ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
О.А. Коропец