

Чжи-Янг Ан, Шилу Хуанг

Типи навчання співробітників, організаційна ідентифікація та намір змінити місце роботи: на прикладі корейських працівників

Більшість організацій готові збільшити інвестиції у людський капітал за допомогою різних програм навчання своїх працівників. У статті емпірично розглянуто модель, яка пояснює взаємозв'язок між різними типами навчання працівників, зокрема загальне та спеціальне навчання, та плинністю кадрів у корейських фірмах. Використано вибірку з 10 069 працівників 467 державних компаній Південної Кореї. 78% компаній-учасниць провели навчальні програми для співробітників. З метою перевірки гіпотез проведено кількісний різнопрофільний регресійний аналіз. Запропоновано емпіричні докази того, що загальне навчання та спеціальне навчання послаблюють наміри працівників змінити місце роботи. Більше того, вплив тривалості спеціального навчання фірми на наміри звільнитись набагато вищий, ніж вплив загальне навчання. Організаційна ідентифікація працівника має частковий посередницький вплив на навчання та наміри стосовно зміни місця роботи. У дослідженні не виявлено суттєвих доказів пом'якшувального ефекту справедливого сприйняття працівниками можливостей навчання. З огляду на теорію людського капіталу та перспективу соціального обміну, результати вказують на те, що обидва типи навчальних програм допомагають утримати співробітників, а виховання організаційної ідентифікації працівників може мати вирішальне значення в процесі діяльності, пов'язаної з навчанням та плинністю кадрів.

Ключові слова: управління людськими ресурсами, навчання, загальна підготовка, спеціальне навчання, організаційна ідентифікація, намір змінити місце роботи, теорія людського капіталу, соціальний обмін

Класифікація JEL: M10, M53



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Чжи-Янг Ан, Шилу Хуанг

Типы обучения сотрудников, организационная идентификация и намерение сменить место работы: на примере корейских служащих

Большинство организаций готовы увеличить инвестиции в человеческий капитал с помощью разных программ обучения своих сотрудников. В статье эмпирически рассмотрена модель, которая объясняет взаимосвязь между разными типами обучения служащих, в частности общее и специальное обучение, и текучестью кадров в корейских фирмах. Использована выборка из 10 069 работников 467 государственных компаний Южной Кореи. 78% компаний-участниц провели учебные программы для сотрудников. С целью проверки гипотез проведен количественный разнопрофильный регрессионный анализ. Предложены эмпирические доказательства того, что общее обучение и специальное обучение ослабляют намерения сотрудников сменить место работы. Более того, влияние длительности специального обучения фирмы на намерения уволиться намного выше, чем влияние общего обучения. Организационная идентификация работника оказывает частичное посредническое влияние на обучение и намерения относительно смены места работы. В исследовании не обнаружено существенных доказательств смягчающего эффекта справедливого восприятия служащими возможностей обучения. Исходя из теории человеческого капитала и перспективы социального обмена, результаты указывают на то, что оба типа программ обучения помогают удержать сотрудников, а воспитание организационной идентификации работников может иметь решающее значение в процессе деятельности, связанной с обучением и текучестью кадров.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, обучение, общая подготовка, специальное обучение, организационная идентификация, намерение сменить место работы, теория человеческого капитала, социальный обмен

Классификация JEL: M10, M53



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.