

УДК 37.091.212.5+378.6:37
ББК 74.484.3

ГЧНТИ 15.81.21

Код ВАК 19.00.07

Ставропольцева Екатерина Александровна,

кандидат психологических наук, старший преподаватель, кафедра общей психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620147, г. Екатеринбург, ул. Амундсена, 66, к. 179; e-mail: stavrick@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ У СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: организационная лояльность; диагностика организационной лояльности; обучающая программа; студенты педагогического вуза.

АННОТАЦИЯ. На основании анализа исследований зарубежных и отечественных авторов рассматривается понятие организационной лояльности применительно к категории «студенты вузов», приводятся результаты исследования организационной лояльности у студентов педагогического вуза, описываются результаты формирования лояльности к организациям у студентов педагогического вуза в рамках специально разработанной обучающей программы.

Stavropoltseva Ekaterina Aleksandrovna,

Candidate of Psychology, Senior Lecturer of Department of General Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

FORMATION OF PEDAGOGICAL UNIVERSITY STUDENTS' ORGANIZATIONAL LOYALTY

KEY WORDS: organizational loyalty; diagnostics of organizational loyalty; training program; pedagogical university students.

ABSTRACT. The article deals with the notion "organizational loyalty" with regard to university students on the basis of the analysis of research works by foreign and domestic authors. The results of the research of pedagogical university students' organizational loyalty are presented. They are obtained within the framework of a special training program.

Одним из главных условий подготовки студента вуза является психологическая готовность к организационно-управленческой деятельности, которая связана с формированием организационной лояльности. Речь идет не столько о подготовке студентов к профессиональной деятельности, которая ограничивается профориентационными мероприятиями, предполагает знакомство с теоретическими основами выбранной специальности и обязательной производственной практикой, сколько об усвоении студентами организационных правил, норм, традиций, ценностей и, соответственно, формировании лояльности к организации, где они продолжают свой профессиональный путь. Безусловно, проблема формирования лояльности у студентов педагогического вуза к организациям, в которых они смогут работать по полученной специальности, является актуальной. Опрос 115 студентов ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», показал, что 36,5% студентов планируют после окончания обучения в вузе работать по специальности (опрос проводился среди студентов 1-5 курсов очной и заочной форм обучения двух учебных подразделений, квалификация «Учитель»), 15% собираются работать по направлению, отличному от специальности, 7% планируют совмещать работу по специальности и не по специальности, в то время как 41,5% не определились с выбором.

При этом опыт работы есть у 52% опрошенных студентов, что предполагает как работу по специальности (12%), работу не по

специальности (34% – преимущественно работа временного характера в качестве промоутеров, администраторов торгового зала и др.), а также совмещение работы по специальности, получаемой в ходе обучения в вузе, и работы не по специальности (6%). У 24% опрошенных студентов есть только квази-профессиональный опыт работы, полученный в рамках обязательной практики и/или стажировки, в то время как у оставшихся 24% нет профессионального опыта, что относится прежде всего к студентам первых курсов обучения

Следует отметить, что традиционно проблема формирования организационной лояльности рассматривается в рамках психологической готовности к профессиональной деятельности (А. А. Деркач, Н. В. Кузьмина, Т. А. Никитина и др.); профессионального становления (Э. Ф. Зеер, Т. В. Кудрявцев, Ю. П. Поваренков, А. Т. Ростунов и др.); планирования и развития карьеры (Г. Г. Зайцев, Е. А. Могилевкин, С. И. Сотникова и др.); профессионального самоопределения (Е. А. Климов, Н. С. Пряжников и др.). Анализ основных направлений деятельности служб содействия занятости студентов и трудоустройству выпускников, осуществляющих свою деятельность на базе вузов¹, пока-

¹ Были проанализированы направления деятельности служб содействия занятости студентов и трудоустройству выпускников ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина», ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана» и др.

зал, что данные службы затрагивают преимущественно такие аспекты в подготовке студентов к будущей профессиональной деятельности, как адаптация к рынку труда и профессиональной деятельности, которая предполагает, как правило, знакомство обучающихся с ситуацией на рынке труда, изучение путей поиска работы, рекомендации по взаимодействию с потенциальными работодателями. После трудоустройства выпускники во многих современных организациях могут проходить специальные программы адаптации, в рамках которых затрагиваются вопросы лояльности (Т. Ю. Базаров, Н. А. Володина, А. Я. Кибанов и др.).

Мы полагаем, что целенаправленная деятельность по формированию у студентов организационной лояльности необходима уже на этапе обучения в вузе. Это позволит студентам своевременно выбрать оптимальное направление профессионального и карьерного развития, избежать проблем, возникающих при первичной адаптации в организации, благодаря усвоению организационных норм и правил поведения, выявлению эффективных моделей поведения. Если говорить о студентах педагогического вуза, то программа позволит повысить лояльность к тем организациям, в которых они смогут работать в соответствии с полученной специальностью, в первую очередь – к образовательным учреждениям.

На основании анализа зарубежной и отечественной литературы, посвященной организационной лояльности (Н. Аллен и Дж. Мейер, В. И. Доминьяк, А. В. Ковров, В. А. Чикер и др.), можно определить лояльность как доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к организации и ее членам, осознанное выполнение сотрудником своих обязанностей в соответствии с организационными задачами и на благо организации, соблюдение существующих организационных правил, норм, предписаний, в том числе в случае несогласия с ними, принятие основных организационных ценностей. Организационная лояльность представляет собой социально-психологическую установку, характеризующую связь сотрудника с организацией и организационной культурой и включает три компонента (В. И. Доминьяк (1), М. И. Магура (4)):

1) *аффективный, или собственно лояльность* (эмоциональное отношение к организации);

2) *когнитивный, или идентификация* (разделение и принятие организационных норм, правил, ценностей, процедур и других элементов культуры организации);

3) *интенциональный, или вовлеченность* (намерение действовать определенным образом на благо организации).

Организационная лояльность формируется на основании субъективного восприятия индивидом различных ситуаций, предыдущего поведенческого опыта, преобладающих установок и ценностей, а также их интерпретации с учетом актуальных мотивационных характеристик. При этом существует потенциальная и воспринятая лояльность. Применительно к категории «студенты вузов» можно говорить о *потенциальной лояльности*, которая формируется на базе представлений об организации через призму предварительной информации об организации, предыдущего опыта, существующих установок и актуальных потребностей. В то время как *воспринятая лояльность* формируется с момента начала работы в организации на базе оценки работником возможностей и перспектив реализации ожиданий, подкрепленной реальным опытом работы в данной организации (1). Можно быть лояльным к организации, не являясь при этом ее сотрудником, то есть основываясь на представлениях об организации («Концепция внешней организационной лояльности» П. Морроу и др.). Таким образом, можно сформировать лояльное отношение к организации с присущими ей организационными особенностями у студентов вузов на этапе их обучения и подготовки к профессиональной деятельности посредством расширения представлений об организациях и организационной культуре, а также создания положительного отношения к ним и выработки моделей поведения, способствующих решению основных организационных проблем.

Проанализировав различные методы, мы сделали вывод о том, что специальная обучающая программа, включающая такие активные методы взаимодействия с группой, как кейсы, ролевые игры, групповые дискуссии, психогимнастические упражнения, способствует формированию у студентов вузов лояльности к нормам, традициям и другим элементам культуры организации.

С целью определения организационной лояльности и представлений об организации и организационной культуре у студентов педагогического вуза были использованы следующие методики: «Опросник организационной лояльности» (Л. Портер), «Опросник по организационной культуре» (К. Камерон и Р. Куинн), «Возможность реализации мотивов» (В. И. Доминьяк).

В основе методики «Опросник по организационной культуре» К. Камерона и Р. Куинна лежит разделение культуры организации на следующие типы:

- *клановая* (высокая гибкость, поощрение бригадной работы, участие в принятии решений, преданность делу, взаимное доверие);
- *адхократическая* (высокая гибкость, индивидуальность подходов к людям, поощрение новаторства, самостоятельности);
- *рыночная* (контроль, стабильность, соперничество, поощрение достижений);
- *иерархическая* (контроль, стабильность, наличие строгих правил и предписаний, требование подчинения) (2).

Полученные по результатам опроса 115 студентов ФГБОУ «Уральский государственный педагогический университет»² данные были подвергнуты следующей математико-статистической обработке:

- при использовании факторного анализа были выявлены структурные взаимосвязи между показателями исследуемых феноменов;
- при использовании критериев Крускала-Уоллиса и Манна-Уитни были выявлены значимые различия в уровне лояльности и в представлениях об организационной культуре у студентов с разным опытом работы.

Факторный анализ позволил выделить три фактора, которые по своему содержанию соотносятся с компонентами организационной лояльности (В. И. Доминяк, М. И. Магура). В первый фактор объединились показатели, которые характеризуют эмоциональное отношение участников исследования к организации в зависимости от возможности реализации личностно-профессиональных мотивов (аффективный компонент лояльности, или собственно лояльность). Во второй фактор вошли шкалы, соответствующие проявлению когнитивного компонента лояльности, или идентификации. В третий фактор объединились шкалы, соответствующего проявлению интенционального компонента лояльности, или вовлеченности.

Анализ представлений студентов об организационной культуре разного типа (когнитивный компонент организационной лояльности) показал, что им наиболее близки организации с преобладающими чертами кланового типа культуры. Несколько меньшую склонность студенты проявляют к адхократическому типу культуры, в то время как в представлениях студентов в наименьшей степени организация должна обладать чертами рыночного и иерархического типов культуры. Были выявлены статистически значимые различия в оценках студентов с разным опытом работы клановой и рыноч-

ной культуре. Студенты с опытом работы поставили более высокие оценки клановой ($N=8,143$, $p=0,023$) и самые низкие оценки рыночной культуре ($N=9,64$, $p=0,008$). Это может объясняться негативным опытом работы в организациях с преобладающими рыночными чертами, желанием придать организационной культуре черты клановой культуры. При сравнении показателей студентов с потенциальной и воспринятой лояльностью были выявлены статистически важные различия в оценках рыночной культуре ($U=875,50$, $p=0,039$): студенты с опытом работы в реальной организации и квазипрофессиональным опытом в меньшей степени склоняются к данному типу культуры.

Анализ отношения студентов к организации в зависимости от возможности реализации в ней личностно-профессиональных мотивов (аффективный компонент организационной лояльности) показал следующее. В представлениях студентов организация должна способствовать реализации таких мотивов, как удовлетворение от результата и процесса деятельности, а также возможности ощутить успех посредством приобретения желаемого профессионально-социального статуса, необходимых умений и навыков, позволяющих повысить уровень профессиональной компетентности. При этом для студентов с воспринятой лояльностью, имеющих профессиональный или квазипрофессиональный опыт, большее значение в сравнении со студентами без опыта работы приобретают мотивы «уважение со стороны других» и «удовлетворение внерабочих интересов» ($U=846,50$, $p=0,22$; $U=828,50$, $p=0,016$).

На основании проведенного исследования была разработана специальная обучающая программа для студентов педагогического вуза. В основу программы была положена структурно-функциональная модель, включающая три блока:

- 1) *диагностический*, направленный на определение представлений об организации и организационной культуре, готовности действовать на благо организации, возможности реализации личностно-профессиональных мотивов как показатель аффективного компонента лояльности;
- 2) *мотивационный*, ориентированный на формирование положительной мотивации, определение ожидаемых результатов обучающей программы;
- 3) *инструментальный (формирующий)*, направленный:

- на расширение представлений студентов вузов об организации и организационной культуре и осознание ими норм, правил, ценностей, традиций, принятых в

² Данные о распределении студентов в зависимости от опыта работы представлены выше.

организации (когнитивный компонент лояльности);

- формирование положительного отношения к организации, выявление проблем и страхов, возникающих в связи с реальной или будущей работой в организации, определение путей их преодоления (аффективный компонент лояльности);

- формирование готовности студентов вузов действовать на благо организации, соблюдая действующие организационные нормы, законы, правила поведения, следуя организационным целям и ценностям (интенциональный компонент лояльности).

Программа включает следующие разделы: «Организационная культура: сущность, виды, функции», «Стандарты организационного поведения и нормы делового общения», «Система материального и морального мотивирования в организации», «Тайм-менеджмент: эффективное планирование деятельности», «Дресс-код как важная составляющая организационной культуры».

Обучающая программа направлена на знакомство с важными элементами культуры организации, выявление способов решения основных организационных проблем в ходе групповой дискуссии и посредством кейсов и ролевых игр, а также закрепление изучаемого материала при использовании индивидуальных и коллективных практических заданий с целью дальнейшего применения полученных знаний в рамках деятельности в организации.

Программа была апробирована в двух вариантах. Первый вариант предполагал апробацию программы в ходе реального образовательного процесса в вузе в рамках учебного спецкурса. Участниками программы стали 20 студентов ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» с разным опытом работы (группа 1). Второй вариант предполагал апробацию программы в образовательном учреждении, в котором работают студенты и молодые выпускники педагогического вуза. В этом варианте в апробации приняли участие 15 человек, работающих в дошкольном образовательном учреждении (группа 2).

В группе 1 анализ полученных результатов свидетельствует о том, что для респондентов важно, чтобы организация сочетала черты кланового и адхократического типов культуры и в наименьшей степени обладала характеристиками иерархической культуры. Как и в ходе констатирующего исследования, участники подтвердили, что

в наибольшей степени организация должна способствовать реализации таких мотивов, как «ощущение полезности, служение людям», «удовлетворение от процесса и результата деятельности», «ощущение стабильности, надежности» и «материальный достаток», при этом наименьшие оценки респонденты поставили мотивам «управление, руководство людьми» и «азарт соревнования». Следует отметить, что после проведения обучающей программы показатель возможности реализации мотивов, связанный с эмоциональным отношением к организации, стал выше по ряду мотивов.

Анализ результатов специально разработанного опросника «Организационная культура» показал, что средний уровень информированности как показатель когнитивного компонента лояльности стал значительно выше на момент окончания программы. При этом до проведения обучающей программы уровень информированности был выше у студентов с опытом работы, в то время как самый низкий показатель был у студентов с опытом практики и/или стажировки. Но после проведения программы в ответах студентов с разным профессиональным опытом не было выявлено статистически значимых различий.

В группе 2 результаты исследования когнитивного компонента лояльности показывают, что дошкольное образовательное учреждение соотносится в представлениях студентов и молодых выпускников с иерархическим типом организационной культуры, при этом результаты опроса о том, какой они видят идеальную культуру организации, показывают наибольшую склонность к клановому типу культуры. На основе выявленных в ходе исследования по методике Камерона-Куинна организационных проблем были составлены рекомендации для руководящего состава с целью улучшения условий работы студентов и выпускников в образовательном учреждении (табл. 1). Следует отметить, что обучающая программа была направлена не только на знакомство сотрудников с существующей организационной культурой, но и, самое главное, на приспособление студентов педагогического вуза к особенностям преобладающего иерархического типа с присущими ему контролем, высоким уровнем бюрократии и т. д. Для этого был сделан акцент на тех «клановых» чертах, которые выделили в ходе опроса молодые сотрудники – «дружный, сплоченный коллектив, уважение коллег».

Таблица 1.

**Ответы студентов и выпускников педагогического вуза
о существующих в образовательном учреждении организационных проблемах
и рекомендации руководящему составу по их возможному устранению**

Организационные проблемы	Ответы студентов и выпускников	Рекомендации по устранению организационных проблем
<i>Проблемы, связанные с материальной мотивацией</i>	Низкая заработная плата.	Пересмотр системы материального мотивирования работников, в том числе рассмотрение возможности дополнительного премирования молодых специалистов.
<i>Проблемы, связанные с моральной мотивацией</i>	Отсутствие ответственного уровня подготовки сотрудников – дефицит квалифицированных кадров; проблемы во взаимоотношениях с воспитанниками и их родителями.	Предоставление новым сотрудникам возможности повысить профессиональный уровень – направление на курсы повышения квалификации и переподготовки, организация программы обмена опытом с более квалифицированными коллегами. Организация родительских собраний для совместного обсуждения и решения проблем во взаимоотношениях с воспитанниками и их родителями.
<i>Административные проблемы</i>	Высокий уровень бюрократии, неудобный режим работы.	Рассмотрение вопроса упрощения системы отчетности посредством использования современных компьютерных программ. Рассмотрение возможности пересмотра режима работы дошкольного учреждения, системы компенсации за сверхурочную работу (при необходимости оставаться с воспитанниками, которых привели в более раннее время или забрали с опозданием).
<i>Производственные проблемы</i>	Низкая компьютерная грамотность специалистов, отсутствие современных технических средств, переукомплектованность групп детьми, отсутствие материального обеспечения нужд учреждения – ремонт, наглядные материалы, игрушки.	Направление сотрудников на курсы повышения компьютерной грамотности и/или организация программы обмена опытом с более квалифицированными в данном вопросе коллегами. Рассмотрение вопроса предоставления современных технических средств для работы с воспитанниками, а также обеспечение необходимыми наглядными материалами, игрушками и т. д.

Специально разработанный опросник «Организационная культура», предложенный участникам до и после проведения программы, показал, что средний показатель информированности выше на момент окончания программы.

Сравнение оценок студентов и выпускников педагогического вуза по выраженности

показателей аффективного, когнитивного, интенционального компонентов лояльности до и после проведения программы, направленной на формирование организационной лояльности, показывает повышение уровня лояльности по всем компонентам (табл. 2).

Таблица 2.

**Показатели компонентов организационной лояльности
у студентов и выпускников педагогического вуза до и после программы
(методика «Опросник организационной лояльности» Л. Портера)**

Компонент лояльности	Средние значения выраженности компонентов (баллы)	
	До программы	После программы
<i>Аффективный</i>	4,75	5,01
<i>Когнитивный</i>	3,19	3,92
<i>Интенциональный</i>	3,87	4,23

Полученные данные могут свидетельствовать о положительных результатах формирования организационной лояльности у студентов педагогического вуза посредством специальной обучающей программы. Можно сделать вывод о том, что разработанная обучающая программа расширяет представления студентов педагогического вуза об организации и организационной культуре и повышает уровень осознания ими норм, правил, ценностей, тради-

ций, принятых в организации. При этом обратная связь, полученная от участников исследования, показывает, что их эмоциональное отношение к организации стало позитивнее, усилилось намерение действовать на благо организации. Их представление об организационной культуре стало более адекватным; актуализировалась способность гибко реагировать на возникающие организационные проблемы и выбирать приемлемые решения.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Доминяк В. И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации : дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2006.
2. Камерон К. С., Куинн Р. Э. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб. : Питер, 2001.
3. Липатов С. А. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Л. Константина // Журнал практического психолога. 2005. №2. С. 186-198.
4. Магура М. И. Приверженность работников своей организации : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1999.
5. Магура М. И. Формирование приверженности работников своей компании // Управление персоналом. 2005. №5. С. 71-74.
6. Минюрова С. А. Моделирование процесса формирования организационной приверженности у студентов в условиях университетского образования // Формирование гражданина и профессионалиста в условиях университетского образования : сб. науч. ст. (Вторая книга) Габрово : ЕКС – ПРЕС, 2013. С. 145-150.
7. Ставропольцева Е. А. Формирование организационной лояльности у студентов вузов : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Екатеринбург, 2013.

Статью рекомендует д-р психол. наук, проф. С. А. Минюрова.