

На правах рукописи

Ставропольцева Екатерина Александровна

**ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ
У СТУДЕНТОВ ВУЗОВ**

19.00.07 - Педагогическая психология

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук



Екатеринбург - 2013

Работа выполнена в ФГАОУ ВПО
«Уральский государственный педагогический университет»

Научный руководитель: доктор психологических наук, профессор
Минюрова Светлана Алигарьевна

Официальные оппоненты:

Пряденин Валерий Павлович, доктор психологических наук, профессор,
ГОУ ВПО ХМАО-Югры «Сургутский государственный педагогический университет», профессор кафедры психологии

Исмагилова Файруза Салихджановна, доктор психологических наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», профессор кафедры общей психологии и психологии личности

Ведущая организация: **ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Внедрение в образовательный процесс вуза специальных учебных дисциплин, ориентированных на формирование организационной лояльности студентов является перспективным направлением развития отечественной высшей школы. Формирование организационной лояльности связано с усвоением и принятием норм поведения, традиций, обычаев и других элементов культуры организации (И.В. Грошев, В.И. Доминьяк, Е.В. Доценко, А.В. Ковров, М.И. Магура, А.А. Максименко, Л.Г. Почебут, А.И. Пригожин, В.А. Спивак, Б.Ф. Усманов, В.А. Чикер и др.). Целенаправленная деятельность по формированию лояльности способствует быстрому вхождению в должность, включению в жизнь организации, повышению работоспособности и результатов профессиональной деятельности. На этапе обучения студента в вузе речь идет о формировании потенциальной организационной лояльности, которая складывается на основе представлений о будущей трудовой деятельности.

В психологической науке эта проблематика традиционно рассматривается в контексте вопросов 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.); формирования лояльного отношения к организации в рамках программы адаптации (Т.Ю. Базаров, Н.А. Володина, А.Я. Кибанов и др.). Отдельные аспекты этой проблемы представлены в работах, посвященных формированию личностных качеств студентов (Т.Д. Дубовицкая, Т.В. Костяк, В.П. Прядеин). Однако, при этом задача создания и внедрения специальных обучающих программ для студентов вузов, способствующих формированию организационной лояльности, включающей не только инструктаж по основным должностным обязанностям и знакомство с коллегами, но и изучение и постепенное усвоение норм, правил делового поведения, традиций и других основополагающих элементов культуры организации остается открытым.

Все выше сказанное позволяет говорить о следующих **противоречиях**:

- *на социально-психологическом уровне*: между необходимостью формирования организационной лояльности у студентов вузов и недостаточным учетом факторов, затрудняющих или, напротив, способствующих формированию лояльному отношению к организации (особенности организационной культуры, существующие организационные проблемы и т.д.);

- *на научно-теоретическом уровне*: между необходимостью изучения психолого-педагогических аспектов формирования организационной лояльности у студентов вузов и отсутствием четких и систематизированных представлений об особенностях формирования потенциальной организационной лояльности в период обучения в вузе, о влиянии особенностей организационной культуры на формирование аффективного, когнитивного и интенционального компонентов лояльности;

- на научно-методическом уровне: между необходимостью формирования организационной лояльности у студентов вузов для полноценной работы в выбранной организации в будущем и отсутствием специальной обучающей программы, направленной на формирование лояльности будущих специалистов на этапе их обучения в вузе.

Таким образом, данное диссертационное исследование призвано восполнить пробелы в теоретическом и эмпирическом изучении формирования организационной лояльности у студентов вузов посредством разработки и внедрения специальной обучающей программы, включающей теоретические и практические занятия. Тема диссертационного исследования соответствует шифру специальности 19.00.07 – Педагогическая психология, п. 1 – Психология обучающегося на разных ступенях образования (дошкольного, школьного, вузовского), его личностное и психологическое развитие.

Актуальность проблемы, ее практическая значимость, а также недостаточная разработанность в теоретических, методологических и практических аспектах определили выбор темы «**Формирование организационной лояльности у студентов вузов**».

Объект исследования: организационная лояльность студентов вузов.

Предмет исследования: психологические особенности и условия формирования организационной лояльности у студентов вузов.

Цель исследования – определить психологические особенности организационной лояльности у студентов вузов, а также возможность ее формирования в условиях специально разработанной обучающей программы.

Гипотеза исследования включает следующие предположения:

1. Проявление психологических особенностей организационной лояльности студентов вузов может определяться опытом и стажем работы.

2. Психологические особенности организационной лояльности студентов вузов могут обнаруживаться в специфике представлений об организационной культуре и эмоционального отношения к организации в зависимости от возможности реализации личностно-профессиональных мотивов, а также в уровне готовности действовать на благо организации.

3. Формирование организационной лояльности у студентов вузов может осуществляться в условиях специально разработанной обучающей программы, направленной на расширение их представлений об организации, на осознание норм, правил, ценностей, традиций и других элементов организационной культуры, на создание положительного отношения к организациям разного типа, на разработку моделей поведения, способствующих решению основных организационных проблем.

Эмпирическая база исследования. В исследовании приняли участие 220 студентов и выпускников вузов (ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»), ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина), в апробации образовательной программы приняли участие 79 студентов и выпускников вузов (ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»), ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»).

Этапы и организационные формы исследования.

2009-2010 гг. – осуществлялся теоретико-методологический анализ проблемы исследования, аргументировалась актуальность исследования формирования организационной лояльности у студентов вузов, определялись цели, объект, предмет и задачи, формулировались гипотезы исследования; проектировалась организация эмпирического исследования и подбирались необходимый диагностический инструментарий.

2010-2011 гг. – проведено эмпирическое исследование среди студентов ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» и студентов и выпускников вузов, работающих в трех организациях разного типа, реализован математико-статистический анализ полученных данных, систематизация и обобщение результатов исследования.

2011 – 2012 гг. – на основании эмпирического исследования разработана и апробирована обучающая программа для студентов вузов, направленная на формирование организационной лояльности, включающая теоретическую и практическую части; проведен математико-статистический анализ полученных в ходе исследования данных, дана оценка обучающей программе и возможности ее применения для формирования организационной лояльности у студентов вузов; оформлены результаты диссертационного исследования.

В соответствии с целью исследования для проверки выдвигаемых гипотез были сформулированы следующие задачи:

1. Проанализировать теоретические подходы к исследованию психолого-педагогических аспектов формирования организационной лояльности у студентов вузов.

2. Выявить психологические особенности и условия формирования организационной лояльности у студентов вузов.

3. Разработать и апробировать обучающую программу для студентов вузов, направленную на формирование организационной лояльности.

Для решения поставленных задач и проверки исходных предположений применялись следующие методы и методики исследования:

- методы теоретического анализа литературы по психологии, педагогике, социологии, менеджменту, методологии педагогических исследований;

- эмпирические методы (беседа, анкетирование, тестирование при помощи методик «Опросник организационной лояльности» Л. Портера, «Возможность реализации мотивов» В.И. Доминьяка, «Опросник по организационной культуре» К. Камерона и Р. Куинна, «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина);

- методы формирования организационной лояльности (тренинговые методы – групповая дискуссия, кейсы, ролевые игры, психогимнастические упражнения);

- прогностико-верификационные методы (публикации, обсуждение в форме конференций и научно-методических семинаров);

- методы математической статистики (описательные статистики, статистические критерии значимости различий: Н-критерий Крускала-Уоллиса для независимых выборок, U-критерий Манна-Уитни для двух независимых выборок, Т-

критерий Вилкоксона для зависимых выборок, метод ранговых корреляций R-Спирмена, факторный анализ методом главных компонент). Для обработки данных использовались программы MS Excel, StatSoft Statistica 10.0, SPSS 19.0.

В качестве теоретико-методологической основы диссертационного исследования выступают положения личностно-деятельностного подхода (Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн), концепции развития личности в профессиональном пространстве (Ф.С. Исмаилова, С.А. Минюрова), системный подход к пониманию организационной лояльности (Н. Аллен и Дж. Мейер, В.И. Доминьяк, М.И. Магура, Л.Г. Почебут В.А., Чикер и др.) и организационной культуры (П. Вейл, А. Петигрю, Э.А. Смирнов и др.), подходы к разработке и проведению тренинговых методов работы (С.И. Макшанов, Г.И. Марасанов, Л.А. Петровская и др.).

Научная новизна диссертационного исследования заключается в выявлении психологических особенностей и условий формирования организационной лояльности у студентов вузов; разработке и внедрении специальной обучающей программы для студентов вузов, направленной на формирование организационной лояльности, учитывающей структуру и психологическое содержание организационной лояльности и особенности культуры организаций разного типа. При этом предлагается проведение программы на этапе обучения студента в вузе, что позволяет избежать трудностей профессионального и психологического характера, накладывающих негативный отпечаток на организационную лояльность в дальнейшем в рамках адаптации в организации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Организационная лояльность у студентов вузов может проявляться в континууме «потенциальная – воспринятая» в зависимости от их опыта и стажа работы.

2. Психологические особенности потенциальной организационной лояльности у студентов обнаруживаются в предпочтении организационной культуры рыночного типа (когнитивный компонент); в выраженности мотивов, отражающих побуждение к получению удовлетворения от результата деятельности, стабильности, надежности места работы, возможностей карьерного роста (аффективный компонент); в высоком уровне готовности действовать на благо организации (интенциональный компонент). Психологические особенности воспринятой организационной лояльности у студентов обнаруживаются в предпочтении организационной культуры кланового типа (когнитивный компонент); в выраженности мотивов, отражающих побуждение к получению удовлетворения от процесса деятельности, к повышению профессиональной компетентности, возможностей самореализации в профессиональной деятельности (аффективный компонент); в среднем уровне готовности действовать на благо организации (интенциональный компонент).

3. Психолого-педагогическим условием формирования организационной лояльности у студентов вузов является специально разработанная обучающая программа, направленная на расширение их представлений об организации и организационной культуре и осознание норм, правил, ценностей, традиций, принятых в организации, создание положительного отношения к организациям разного

типа, моделей поведения, способствующих решению основных организационных проблем.

Теоретическая значимость работы: уточнено психологическое содержание понятия организационной лояльности, выявлены основные компоненты, изучены психологические особенности и условия формирования организационной лояльности применительно к категории студентов вузов, уточнено понятие организационной культуры и определена ее значимость в формировании организационной лояльности у студентов вузов.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов диссертационного исследования для формирования организационной лояльности у студентов вузов посредством обучающей программы. В рамках исследования были изучены психологические особенности и условия формирования организационной лояльности, разработана обучающая программа, которую можно применять как на этапе обучения студентов для их подготовки к профессиональной деятельности в организации, так и на этапе адаптации выпускников вузов в организации с присущими ей индивидуальными культурными чертами. Материалы диссертации могут быть использованы в качестве практикума для студентов разных курсов обучения и обучающихся магистратуры, а также в рамках тренинговой программы для студентов и выпускников вузов, приступивших к работе в организациях различного типа.

Достоверность результатов исследования подтверждается теоретической и методологической обоснованностью подходов к изучению проблемы, использованием апробированных диагностических методов и методик исследования, применением методов математической статистики.

Апробация и внедрение результатов исследования: основные положения и результаты диссертационного исследования представлены на международных конференциях (Екатеринбург, 2009; Саратов, 2010; Краматорск, 2010, 2011; Йошкар-Ола, 2012; Санкт-Петербург, 2012; Казань, 2012), на всероссийских конференциях (Екатеринбург, 2009, 2010, 2011, 2012; Уфа, 2010; Саранск, 2010; Самара, 2010, 2011; Тобольск, 2011), региональных конференциях (Екатеринбург, 2009, 2010, 2011, 2012) и обсуждены на заседаниях кафедры общей психологии Уральского государственного педагогического университета. Результаты диссертационного исследования применялись при оценке организационной лояльности студентов Уральского государственного педагогического университета и Уральского федерального университета им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина, а также студентов, работающих в коммерческих организациях г. Екатеринбурга и в муниципальном дошкольном образовательном учреждении г. Екатеринбурга.

Структура и объем диссертационного исследования: диссертация состоит из введения, 3 глав, выводов, заключения, библиографического списка, приложений. Объем работы составляет 200 страниц. Работа содержит 14 приложений. Библиографический список включает 216 источников, из них 28 на иностранном языке.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении приводится обоснование актуальности темы исследования, описываются объект, предмет, цель и задачи, формулируются гипотезы и положения, выносимые на защиту, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертации.

В первой главе «Теоретические и методологические проблемы формирования организационной лояльности у студентов вузов» представлен обзор исследований организационной лояльности применительно к категории студентов вузов. Раскрываются теоретические и методологические основания исследования формирования организационной лояльности у студентов вузов.

Важным условием подготовки специалиста на этапе обучения в вузе является психологическая готовность к организационно-управленческой деятельности, связанной с формированием у студентов организационной лояльности. Именно от степени ее сформированности во многом зависит в будущем профессиональная и социокультурная идентификация молодых людей. При этом речь идет не столько о подготовке студентов к профессиональной деятельности, ограничивающейся профориентационными мероприятиями, знакомством с теоретическими основами выбранной специальности и обязательной производственной практикой, сколько об усвоении студентами норм, традиций, организационных ценностей и, как результат, формировании лояльности к организации, в которой они продолжают свой профессиональный путь.

Организационная лояльность представляет собой социально-психологическую установку, характеризующую связь сотрудника с организацией и организационной культурой (В.И. Доминяк). Традиционно проблема формирования организационной лояльности рассматривается в контексте вопросов 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.). Нами проведен анализ основных направлений деятельности служб содействия занятости студентов и трудоустройству выпускников, осуществляющих свою деятельность на базе вузов (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.). Анализ показал, что подобные 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. Когда выпускники вузов поступают на работу, во многих современных организациях они могут про-

ходить специальные программы адаптации, в ходе которых затрагиваются вопросы лояльности (Т.Ю. Базаров, Н.А. Володина, А.Я. Кибанов и др.). Мы считаем, 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.

На основании анализа 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 включает три компонента (В.И. Доминьяк, М.И. Магура):

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 студентов 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 (В.И. Доминьяк). 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 организационной культуре разного типа.

На основании анализа исследований зарубежных и отечественных авторов можно выделить следующие теоретические подходы к изучению организационной культуры: 1) *когнитивный*, который рассматривает организационную культуру как проявление определенных знаний, установок, а также ценностных характе-

ристик, формирующих свод правил и нормативов поведения, принятых в организации и т.п. (К. Дэвис, Р. Килманн, Д. Ньюстром, М. Сакстон, В. Сате, Э. Шейн и др.); 2) *символический*, который видит организационную культуру с позиций внешних и внутренних атрибутов, символов, лозунгов и т.п. (А.А. Максименко, С. Мишон, У. Оучи, П. Штерн и др.); 3) *целостный, или системный*, который представляет организационную культуру как набор системных элементов (подсистем), находящихся в определенной взаимосвязи (П. Вейл, А. Петигрю, Э.А. Смирнов и др).

Наиболее целесообразным, с нашей точки зрения, является определение организационной культуры как сложной, динамичной, многоуровневой системы, включающей элементы духовной и материальной жизни организации - ценностные характеристики, установки, ожидания, верования, нормы поведения, образа мышления и действия, а также внешние и внутренние атрибуты, принятые в данной организации и разделяемые ее членами. Следует отметить, что мы наряду с другими исследователями (О.С. Виханский и А.И. Наумов, Л.В. Карташова, Е.Д. Малинин, В.А. Спивак, Е.А. Черных и др.) рассматриваем понятия организационной и корпоративной культуры как синонимичные, которые в равной степени отражают различные аспекты культуры организации. При этом к основным компонентам организационной культуры относятся ценности, правила, нормы, стили поведения, мировоззрение, психологический климат, обусловленный межличностными отношениями в коллективе, коммуникационная система и язык общения, формальные атрибуты культуры. К важным компонентам, характеризующим содержательный аспект организационной культуры, относятся трудовая этика и принятая программа материального и нематериального мотивирования, находящиеся в тесной связи с возможностями для личностного и профессионального развития и самореализации сотрудников (Р. Моран, Ф. Харрис). Организационная культура представлена следующими типами (К. Камерон и Р. Куинн):

- *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).

В классификации Л. Константина организационная культура представлена следующими ключевыми характеристиками:

- *открытая* (сотрудничество, адаптивность, четкое распределение обязанностей);
- *закрытая* (стабильность, предсказуемость, конформность, жесткое распределение обязанностей);
- *синхронная* (единство ценностей, взаимное согласие, распределение обязанностей на основе имплицитных ожиданий);
- *случайная* (нонконформизм, проявление индивидуального творческого потенциала).

Мы считаем, что представления об организационной культуре, которые сти-

хийно складываются у студентов вуза на протяжении их включенности в различные социальные институты (средние, высшие учебные заведения, учреждения дополнительного образования, временное место работы и т.п.), могут влиять на формирование лояльности к организации – будущему месту работы. Поэтому предполагаем, что формирование организационной лояльности у студентов вуза может осуществляться в условиях специально разработанной обучающей программы, направленной на расширение их представлений об организации, на осознание норм, правил, ценностей, традиций и других элементов организационной культуры, на создание положительного отношения к организациям разного типа, на выработку моделей поведения, способствующих решению основных организационных проблем.

Проанализировав различные методы, мы пришли к заключению, что специальная обучающая программа, включающая методы кейсов, ролевых игр, групповых дискуссий, психогимнастические упражнения, способствует формированию у студентов вузов лояльности к нормам, традициям и другим элементам культуры организации.

Во второй главе «Эмпирическое исследование организационной лояльности у студентов вузов» представлен констатирующий этап исследования, направленный на выявление психологических особенностей организационной лояльности студентов в зависимости от их представлений об организационной культуре, опыта и стажа работы.

На первом этапе исследования выборку составили студенты Института психологии и Института иностранных языков ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» (N=115). У 52% выборки имеется опыт работы в реальной организации, у 24% выборки - квази-профессиональный опыт, полученный в рамках обязательной практики и/или стажировки, у 24% выборки опыт работы отсутствует. Основанием для формирования выборки явилось наше предположение об особенностях организационной лояльности у студентов. С наших позиций данная выборка отражает континуум проявления организационной лояльности у студентов от воспринятой (студенты, у которых есть опыт работы в реальной организации) до потенциальной (студенты, у которых отсутствует опыт работы).

Для изучения у студентов организационной лояльности, представлений об организации и организационной культуре были использованы: «Опросник организационной лояльности» (Л. Портер), «Опросник по организационной культуре» (К. Камерон и Р. Куинн), методики «Шкалы организационных парадигм» (Л. Константин) и «Возможность реализации мотивов» (В.И. Доминяк). Полученные данные были подвергнуты следующей математико-статистической обработке:

- с помощью факторного анализа были выявлены структурные взаимосвязи между показателями исследуемых феноменов;
- с помощью коэффициента корреляции Спирмена была определена согласованность представлений об организационной культуре разного типа;
- с помощью критериев Крускала-Уоллиса и Манна-Уитни были выявлены значимые различия в уровне лояльности и в представлениях об организационной культуре у студентов с разным опытом и стажем 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. Данные характеристики соответствуют проявлению аффективного компонента лояльности (26,3 – здесь и далее процент объяснимой дисперсии). Во второй фактор вошли шкалы, отражающие сходство организационных ценностей и ценностей сотрудников, согласие с организационной политикой и желание соответствовать организационным стандартам. Эти характеристики соответствуют проявлению когнитивного компонента лояльности (12,4). В третий фактор объединились шкалы, отражающие готовность работать в организации, в том числе в случае изменений условий работы – при необходимости выполнять другую работу, а также при осознании возможности аналогичного выполнения профессиональных обязанностей в другой организации. Данные характеристики соответствуют проявлению интенционального компонента – намерение, готовность действовать определенным образом на благо организации. (10,1).

Анализ согласованности представлений студентов об организационной культуре разного типа (когнитивный компонент организационной лояльности) показал, что им наиболее близки организации с преобладающими чертами кланового типа культуры, характеризующиеся заботой руководителя о своих подчиненных, поощрением бригадной работы, единодушием и взаимным доверием. 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. В представлениях студентов организационная культура должна в наибольшей степени обладать чертами открытой системы, характеризующейся адаптивностью, взаимным сотрудничеством, четким закреплением ролей за каждым из членов организации. В то время как закрытый и случайный типы культуры разделили второе и третье места в предпочтениях студентов, а наименьшую склонность студенты проявили к синхронной культуре.

При этом выявлено, что в наибольшей степени взаимосвязаны представления о закрытой и иерархической культуре ($R_s=0,343$, $p<0,001$), а также о закрытой и рыночной культуре ($R_s=0,263$, $p=0,005$). Эти связи объясняются сходством основных характеристик в вопросах контроля и требовательности к работникам. Адхократическая культура в большей степени связана с открытой культурой ($R_s=0,275$, $p=0,003$) и в наименьшей степени – с закрытой культурой организации ($R_s=-0,295$, $p=0,001$). При этом клановая культура в представлениях студентов не имеет статистически значимых корреляций с другими типами культуры.

У студентов с разным опытом работы были выявлены статистически значимые различия в представлениях об открытой культуре. Студенты без опыта работы поставили данному типу культуры более низкие оценки ($N=9,647$, $p=0,008$), чем студенты с опытом практики и/или стажировки ($U=233,00$, $p=0,014$) и студенты с профессиональным опытом ($U=510,50$, $p=0,003$). Таким образом, студенты с воспринятой лояльностью в большей степени склоняются к организациям с «открытыми» чертами, чем студенты без опыта работы в реальной организации.

Были выявлены статистически значимые различия в оценках студентов с разным опытом работы клановой и рыночной культуры. 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 – взаимопомощи, заботы руководителя о своих подчиненных, главенствующей роли человеческих ресурсов. 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 квази-профессиональным 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 квази-профессиональный опыт, большее значение в сравнении со студентами без опыта работы приобретают мотивы «уважение со стороны других» и «удовлетворение внерабочих интересов» ($U=846,50$, $p=0,22$; $U=828,50$, $p=0,016$).

Таким образом, исследование позволило выявить следующие особенности проявления представлений об организационной культуре у студентов с разным опытом работы. Для всей выборки наиболее предпочтительной является организационная культура кланового типа. Однако при этом проявляются следующая специфика предпочтений в зависимости от опыта работы. У студентов, которые не имеют опыта работы (потенциальная организационная лояльность), выше показатели по предпочтению характеристик организационной культуры рыночного типа. У студентов, которые имеют опыт работы в реальной организации или квази-профессиональный опыт (воспринятая лояльность) выше показатели по предпочтению характеристик организационной культуры кланового типа.

На втором этапе исследования выборку составили студенты и выпускники вузов, стаж работы которых не превышает 3-х лет ($N=105$). Целью этого этапа явилось выявление различий в показателях компонентов организационной лояльности у студентов и выпускников вузов с разным стажем работы в организации (менее 1 года, 1-2 года, 2-3 года), а также определение влияния особенностей организационной культуры и существующих организационных проблем на отношение студентов и выпускников к организации.

Анализ полученных результатов показал, что у студентов и выпускников вузов с разным стажем работы в организации наиболее выражено проявление аффективного компонента лояльности (табл. 1). Это свидетельствует о достаточно высокой эмоциональной привязанности к выбранной организации при неполной готовности прилагать определенные усилия на благо ее развития. При этом следу-

ет учесть, что исследование не выявило статистически значимых различий в выраженности аффективного компонента лояльности у студентов и выпускников вузов с различным стажем работы в организации.

Таблица 1

Средние значения показателей компонентов организационной лояльности у студентов и выпускников вузов с разным стажем работы

| Компонент лояльности | Стаж работы в организации | | |
|------------------------|---------------------------|----------|----------|
| | Менее 1 года | 1-2 года | 2-3 года |
| <i>Аффективный</i> | 5,31 | 5,16 | 5,18 |
| <i>Когнитивный</i> | 4,31 | 3,74 | 3,54 |
| <i>Интенциональный</i> | 4,51 | 3,92 | 4,32 |

В показателях когнитивного компонента лояльности выявлены статистически значимые различия. Студенты и выпускники, стаж работы которых не превышает одного года, более лояльны к организации в вопросах выстраивания политики по отношению к сотрудникам ($N=15,843$, $p<0,001$) и определения программы материального стимулирования ($N=11,127$, $p=0,004$). Студенты и выпускники, недавно приступившие к работе в организации, во многом согласны с существующей организационной политикой и готовы даже к снижению заработной платы, что не отразится значительно на их лояльности к организации. В отличие от более опытных коллег, которые не во всем согласны с действующей организационной политикой и для которых даже незначительное снижение оплаты труда способно повлечь уход из организации.

Исследование позволило определить представления работающих студентов и выпускников вузов о существующей организационной культуре и степень согласия-несогласия с действующими в организации нормами, правилами, традициями, а также выявить, какой студентам и выпускникам хотелось бы видеть культуру организации и насколько ими разделяются организационные цели и ценности. В первой и третьей организациях реальная культура организации рассматривается как тяготеющая к рыночному типу, в то время как во второй организации студенты и выпускники оценили существующую культуру как наделенную в наибольшей степени чертами иерархического типа. Показатели идеальной культуры, то есть той, какой хотелось бы ее видеть сотрудники, указывают на желание студентов и выпускников придать существующей организационной культуре черты клановой и адхократической культур.

Исследование позволило выявить наиболее острые проблемы, существующие в организациях. Прежде всего, молодые сотрудники отметили отсутствие перспектив карьерного роста или медленное продвижение по служебной лестнице, низкий уровень заработной платы, высокий уровень бюрократии, неудобный график, в том числе необходимость сверхурочной работы при недостаточной компенсации. По мнению молодых сотрудников, следствием данных проблем являются низкая лояльность работников, падение продаж и потеря доли рынка в условиях высокой конкуренции, текучесть кадров и отсутствие квалифицированной замены. Анализ мотивационной сферы показал, что в наибольшей степени удов-

летворяются такие мотивы как «общение с коллегами», «ощущение стабильности и надежности», «повышение профессиональной компетентности» и «удовлетворение от результата деятельности». В то время как наименьший рейтинг получили мотивы: «материальный достаток» и «удовлетворение вне рабочих интересов».

Ключевые организационные проблемы оказывают негативное влияние на реализацию ряда мотивов, что, в свою очередь, накладывает отпечаток на лояльность сотрудников к существующей организационной культуре. Страдают, прежде всего, когнитивный и интенциональный компоненты лояльности, что предполагает низкий уровень готовности действовать в соответствии с организационными целями и ценностями на благо организации. При этом мотивы, которые реализуются в организации в наибольшей степени, способствуют формированию эмоциональной привязанности к организации и существующей организационной культуре, то есть аффективного компонента лояльности. Выявленные организационные проблемы схематично представлены на рисунке 1.

Таким образом, исследование позволило выявить особенности проявления представлений об организационной культуре у студентов с разным опытом работы, а также ключевые организационные проблемы, которые оказывают негативное влияние на реализацию мотивов, влияющих на формирование организационной лояльности у студентов и выпускников вузов.

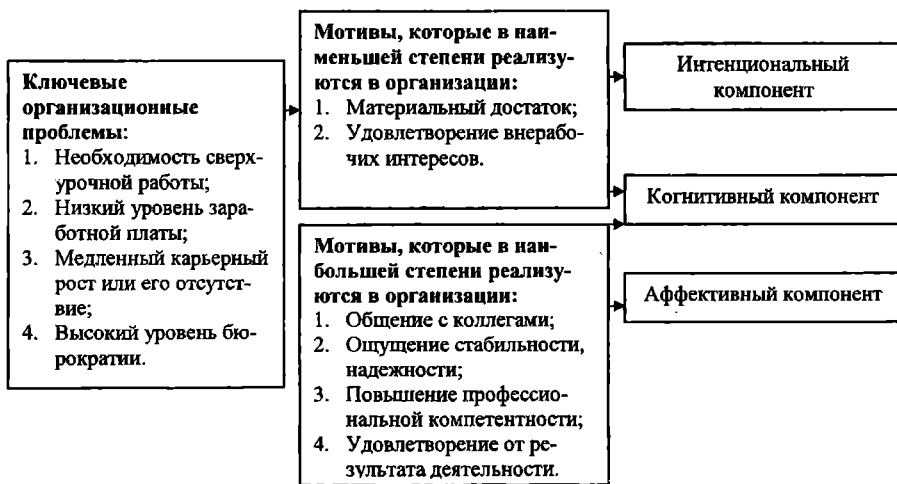


Рис.1 Влияние организационных проблем на организационную лояльность

В третьей главе «Программа формирования у студентов вузов организационной лояльности» представлена специально разработанная обучающая программа, направленная на формирование у студентов организационной лояльности, а также приведены данные об ее апробации.

Анализ результатов констатирующего этапа исследования позволил сформулировать задачу создания специальной обучающей программы для формирования у студентов организационной лояльности. Основу программы составила разработанная нами структурно-функциональная модель (табл. 2).

Таблица 2

Структурно-функциональная модель формирования организационной лояльности

| | | |
|---|---|---|
| ЦЕЛЬ: формирование организационной лояльности у студентов вузов | | |
| ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ БЛОК | | |
| Диагностический инструментарий | | Функция |
| <ul style="list-style-type: none"> - Методика «Возможность реализации мотивов» В.И. Доминьяка; - Методика «Шкалы организационных парадигм» Л. Константина; - Методика «Опросник организационной лояльности» Л.Портера; - Методика «Опросник по организационной культуре» К. Камерона и Р. Куинна. | | <p>Определение представлений об организации и организационной культуре, готовности действовать на благо организации, возможности реализации мотивов как показатель аффективного компонента лояльности</p> |
| МОТИВАЦИОННЫЙ БЛОК | | |
| Содержание | Методы | Функция |
| <ul style="list-style-type: none"> - осознание проблемы: низкий уровень организационной лояльности у студентов вузов - мотивация формирования организационной лояльности | <ul style="list-style-type: none"> - установочное занятие; - групповая (тематическая) дискуссия. | <p>Формирование положительной мотивации, определение ожидаемых результатов обучающей программы</p> |
| ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ (ФОРМИРУЮЩИЙ) БЛОК | | |
| Содержание | Методы | Функция |
| <p>Когнитивный компонент: расширение представлений студентов вузов об организации и организационной культуре и осознание ими норм, правил, ценностей, традиций, принятых в организации</p> | <ul style="list-style-type: none"> - теоретический цикл о видах, функциях, содержательных характеристиках организационной культуры, основных особенностях организаций разного типа; - групповые дискуссии, направленные на выявление основных организационных проблем и способов их решения, формирование представлений об организационных правилах, нормах, ценностях и других элементах культуры организаций разного типа | <p>Формирование организационной лояльности у студентов вузов</p> |
| <p>Аффективный компонент: формирование положительного отношения к организациям разного типа, выявление проблем и страхов, возникающих в связи с реальной или будущей работой в организации, определение путей их преодоления</p> | <ul style="list-style-type: none"> - психогимнастические упражнения; - групповые дискуссии | |
| <p>Интенциональный компонент: формирование готовности студентов вузов действовать на благо организации, соблюдая действующие организационные нормы, законы, правила поведения, следуя организационным целям и ценностям</p> | <ul style="list-style-type: none"> - ролевые игры, имитирующие пространственные ситуации организационного взаимодействия; - групповые дискуссии; - кейсы | |
| РЕЗУЛЬТАТ: организационная лояльность у студентов вузов | | |

Программа, направленная на формирование организационной лояльности у студентов вузов, 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.

В апробации программы приняли участие 72 студентов и выпускников вузов. Программа была апробирована в двух вариантах.

Первый вариант предполагал апробацию программы в процессе реального образовательного процесса в вузе, в рамках учебного спецкурса. Участниками программы стали 32 студента, среди них: 20 участников с опытом работы в реальной организации, 6 участников с квази-профессиональным опытом, 6 участников без опыта работы (Группа 1).

Второй вариант предполагал апробацию программы в двух реальных организациях, в которых работают студенты и молодые выпускники вуза. На этом этапе приняли участие 47 студентов и выпускников вузов (Группа 2), работающих в коммерческой организации (N=32) и в дошкольном образовательном учреждении (N=15). У 36% участников стаж работы составлял менее года, у 36% участников стаж работы составлял от 1 до 2 лет, у 28% – от 2 до 3 лет.

До начала реализации программы участникам были предложены методики, направленные на изучение организационной лояльности и представлений об организационной культуре, а также разработанный нами опросник «Организационная культура», направленный на выявление информированности респондентов об организационной культуре. Опросник был создан на основе официальных источников, принятых в организациях норм, правил, законов как инструментов внешнего и внутреннего регулирования деятельности организации.

В группе 1 анализ полученных результатов свидетельствует о том, что для респондентов важно, чтобы организация сочетала черты кланового и адхократического типов культуры. Также участники исследования проявили наибольшую склонность к открытому типу культуры. Закрытый тип, который взаимосвязан у студентов преимущественно с рыночным типом, занял второе место в предпочтениях респондентов. Наименьшее предпочтение было отдано иерархическому типу.

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 (прежде всего, таких как «азарт соревнования»). Это свидетельствует о повышении лояльности к рыночному типу культуры, для которой соревновательность является одной из основных характеристик.

Анализ результатов опросника «Организационная культура» показал, что средний уровень информированности как показатель когнитивного компонента лояльности стал значительно выше на момент окончания программы. При этом выявлена интересная особенность. До проведения обучающей программы уровень информированности был выше у студентов без профессионального опыта и у обучающихся с опытом работы. В первом случае это обусловливается направлением подготовки студентов и высоким уровнем теоретических знаний, а во втором – наличием практического опыта по предложенной теме. 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. Сравнение выраженности показателей когнитивного компонента лояльности у студентов вузов с разным опытом работы до и после проведения обучающей программы по критерию Крускала-Уоллиса представлено в Таблице 3.

Таблица 3

Сравнение показателей когнитивного компонента лояльности у студентов вузов с разным опытом работы до и после проведения обучающей программы по критерию Крускала-Уоллиса (Группа 1)

| Выраженность когнитивного компонента лояльности | | Значение критерия | Уровень значимости |
|---|--|-------------------|--------------------|
| До проведения программы | <i>Высокий уровень информированности</i> | 8,135 | 0,017* |
| | <i>Низкий уровень информированности</i> | 9,392 | 0,009* |
| После проведения программы | <i>Высокий уровень информированности</i> | 2,143 | 0,343 |
| | <i>Низкий уровень информированности</i> | 0,524 | 0,769 |

*жирным шрифтом отмечены статистически значимые различия

В группе 2 результаты исследования когнитивного и интенционального компонентов лояльности у работающих студентов и выпускников показывают, что коммерческая организация (организация №1) относится к рыночному, а дошкольное образовательное учреждение (организация №2) – к иерархическому типам. Показатель лояльности выше в первой организации, также следует отметить более широкий спектр возможностей реализации мотивов по сравнению со второй организацией, новые сотрудники которой в целом поставили не очень высокие оценки.

На основе выявленных в ходе исследования по методике Камерона-Куинна четырех групп проблем были составлены рекомендации для руководящего состава организаций с целью улучшения условий работы студентов и выпускников вузов. Специально разработанный опросник «Организационная культура», предло-

женный студентам и выпускникам вузов до и после проведения программы показал, что средний показатель информированности выше на момент окончания программы (табл. 4). Сравнение результатов по критерию Крускала-Уоллиса указало на отсутствие статистически значимых различий в показателях студентов и выпускников вузов с разным стажем работы в организации

Таблица 4

Показатели когнитивного компонента лояльности у студентов и выпускников вузов с разным стажем работы до и после проведения программы (Группа 2)

| Выраженность когнитивного компонента лояльности | | Показатели в зависимости от стажа работы в организации (баллы) | | | | | |
|---|-----------------------------------|--|-----------------|----------------|-----------------------|----------------|----------------|
| | | Организация №1 (n=32) | | | Организация №2 (n=15) | | |
| | | Менее 1 года (n=15) | 1-2 года (n=20) | 2-3 года (n=7) | Менее 1 года (n=2) | 1-2 года (n=7) | 2-3 года (n=6) |
| До проведения программы | Высокий уровень информированности | 53,87 | 57,7 | 48 | 41,14 | 44,5 | 56,29 |
| | Низкий уровень информированности | 12,47 | 10,1 | 15,5 | 22,14 | 18 | 12 |
| После проведения программы | Высокий уровень информированности | 66,3 | 67,8 | 63,5 | 63,14 | 62,5 | 68,29 |
| | Низкий уровень информированности | 3,67 | 2,2 | 0,5 | 0,86 | 1,5 | 1,71 |

Сравнение оценок студентов и выпускников вузов 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. 5).

Таблица 5

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

| Компонент лояльности | Средние значения выраженности компонентов (баллы) | | | |
|----------------------|---|----------------|-----------------|----------------|
| | До программы | | После программы | |
| | Организация №1 | Организация №2 | Организация №1 | Организация №2 |
| Аффективный | 5,88 | 4,75 | 5,96 | 5,01 |
| Когнитивный | 4,41 | 3,19 | 4,66 | 3,92 |
| Интенциональный | 4,89 | 3,87 | 5,08 | 4,23 |

Результаты статистической проверки достоверности сдвига в показателях компонентов организационной лояльности в первой организации показали наличие статистически значимых изменений у сотрудников со стажем работы от 1 до 2 лет. Во второй организации выявлены статистически значимые сдвиги в показателях компонентов организационной лояльности у всех сотрудников, независимо от их стажа работы в данной организации (табл. 6).

Результаты статистической проверки достоверности сдвига показателей компонентов организационной лояльности у студентов и выпускников вузов до и после проведения программы (Т-критерий Вилкоксона)

| № | Организация №1 | | Организация №2 | |
|---|--|----------|--|----------|
| | Стаж работы | Значение | Стаж работы | Значение |
| 1 | Менее 1 года (n=15) | 65 | Менее 1 года (n=2) | - |
| 2 | 1-2 года (n=20) | 27* | 1-2 года (n=7) | 1* |
| 3 | 2-3 года (n=7) | 13 | 2-3 года (n=6) | 0** |
| 4 | Общий показатель по организации (n=32) | 275 | Общий показатель по организации (n=15) | 3* |

Примечание: * - показатели на уровне статистической значимости $p < 0,01$, ** - $p < 0,05$

Полученные данные могут свидетельствовать о положительных результатах формирования организационной лояльности у студентов вузов посредством специальной обучающей программы.

Таким образом, результаты формирующего этапа исследования свидетельствуют, что разработанная программа расширяет представления студентов и выпускников вузов об организации и организационной культуре и повышает уровень осознания ими норм, правил, ценностей, традиций, принятых в организации. 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. Это подтверждает результативность разработанной нами программы.

В заключении изложены основные результаты исследования, а также сформулированы следующие выводы:

1. Организационная лояльность у студентов вуза включает три компонента – аффективный, когнитивный, интенциональный и проявляется как потенциальная (основана на представлениях об организации) у студентов вуза без опыта работы, и воспринятая (основана на реальном опыте работы в организации или квази-профессиональном опыте, полученном в ходе практики и/или стажировки).

2. Особенности когнитивного компонента потенциальной организационной лояльности у студентов проявляются в предпочтении организационной культуры рыночного типа, для которой свойственны следующие черты: контроль, стабильность, соперничество, поощрение достижений. Особенности когнитивного компонента воспринятой организационной лояльности у студентов проявляются в предпочтении организационной культуры кланового типа, для которой свойственны следующие черты: высокая гибкость, поощрение бригадной работы, участие в принятии решений, преданность делу, взаимное доверие.

Особенности аффективного компонента потенциальной организационной лояльности у студентов проявляются в выраженности мотивов, отражающих побуждение к получению удовлетворения от результата деятельности, стабильности, надежности места работы, возможностей карьерного роста. Особенности аффективного компонента воспринятой организационной лояльности у студентов в

выраженности мотивов, отражающих побуждение к получению удовлетворения от процесса деятельности, к повышению профессиональной компетентности, возможностей самореализации в профессиональной деятельности. Значимые различия в выраженности аффективного компонента у студентов с потенциальной и воспринятой организационной лояльностью обнаруживаются в проявлении мотивов, отражающих побуждение к деятельности на основе уважения со стороны других и удовлетворения внерабочих интересов.

Особенности интенционального компонента потенциальной организационной лояльности у студентов проявляются в высоком уровне готовности действовать на благо организации (выполнять дополнительную работу и т.д.). Особенности интенционального компонента воспринятой организационной лояльности у студентов проявляются в среднем уровне готовности действовать на благо организации при изменении условий труда.

3. Апробация специально разработанной обучающей программы, направленной на формирование организационной лояльности у студентов вузов с разным опытом и стажем работы, показала наличие статистически значимых положительных сдвигов. Полученные результаты подтвердили возможность: расширения представлений студентов вузов об организационной культуре; осознания ими норм, правил, ценностей, традиций, принятых в организации; создания положительного отношения к организациям разного типа; выработки моделей поведения, способствующих решению основных организационных проблем и повышению намерения действовать на благо организации.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

Работы, опубликованные в ведущих рецензируемых журналах:

1. Ставропольцева, Е.А. Психолого-педагогические аспекты адаптации выпускников вузов к корпоративной культуре организации [Текст] // Педагогическое образование в России. – 2011. - №4. – С. 173-179 (0,5 п.л.)
2. Ставропольцева, Е.А. Программа адаптации молодых специалистов к корпоративной культуре организации [Текст] // Качество. Образование. Инновации. – 2012. - №9 (88). – С. 49-54 (0,5 п.л.)
3. Ставропольцева, Е.А. Тренинг как способ включения студентов вузов в корпоративную культуру организации [Текст] // Педагогический журнал Башкортостана. – 2012. - №3. – С. 42-50 (0,5 п.л.)
4. Ставропольцева, Е.А. Представления студентов вузов о корпоративной культуре организации [Текст] // Образование и саморазвитие. – 2012. - №6 (0,5 п.л.)

Работы, опубликованные в других изданиях:

5. Ставропольцева, Е.А. Адаптация молодых специалистов как часть эффективной политики организации [Текст] // Актуальные проблемы молодежи на рынке труда: сб. тез. II науч.-практ. конф. студентов, магистрантов и аспирантов / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – С. 115-121 (0,5 п.л.)
6. Ставропольцева, Е.А. Пути и проблемы планирования карьеры на разных этапах [Текст] // Моделирование карьеры: сб. научн. тр. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – С. 5-19 (1,0 п.л./0,5 п.л.)

7. Ставропольцева, Е.А. Мотивация сотрудников как эффективный способ карьерного развития [Текст] // Моделирование карьеры: сб. научн. тр. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – С. 134-141 (0,4 п.л.)
8. Ставропольцева, Е.А. Проблема профессионального самоопределения студентов и выпускников высших учебных заведений [Текст] // Актуальные проблемы студенческой молодежи. Опыт и пути решения: материалы науч.-практ. конф., 14 дек. 2009 г., Екатеринбург / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – С. 145-149 (0,25 п.л.)
9. Ставропольцева, Е.А. Корпоративная культура как часть эффективной политики организации [Текст] // Современные аспекты в сфере управления персоналом: сб. тез. междунар. науч.-практ. конференции / Журнал научных публикаций «Дискуссия». – Екатеринбург, 2009. – С. 24-26 (0,25 п.л.)
10. Ставропольцева, Е.А. Профессиональная самореализация молодых специалистов: проблемы и пути решения [Текст] // Проблемы развития личности в современном мире: Материалы III Международной научно-практической конференции «Человек и общество: проблемы взаимодействия». – Саратов: ИЦ «Наука», 2010. – С. 90-95 (0,3 п.л.)
11. Ставропольцева, Е.А. Адаптация молодых специалистов как важный фактор нематериального стимулирования [Текст] // Актуальные вопросы современной науки и образования / НИЦ Красноярск, журнал «В мире научных открытий». – Красноярск, 2010 // URL: <http://e-conf.nkras.ru/konferencii/2010/Stavropolceva.pdf> (0,5 п.л.)
12. Ставропольцева, Е.А. Корпоративная культура как важный фактор адаптации молодых специалистов [Текст] // Корпоративная культура организаций XXI в.: сборник научных трудов / под ред. С.В. Ковалевского. – Краматорск: ДДМА, 2010. – С. 92-98 (0,4 п.л.)
13. Ставропольцева, Е.А. Планирование карьеры – основа профессиональной самореализации молодых специалистов [Текст] // Актуальные проблемы трудоустройства и адаптации к рынку труда выпускников учреждений высшего профессионального: материалы III Всероссийской науч.-практ. конференции, Екатеринбург, 1-2 апреля 2010 г. / Урал. пед. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – С. 230-239 (0,4 п.л.)
14. Ставропольцева, Е.А. Методы эффективного содействия занятости студентов и выпускников [Текст] // Актуальные проблемы трудоустройства и адаптации к рынку труда выпускников учреждений высшего профессионального образования: материалы III Всероссийской науч.-практ. конференции, Екатеринбург, 1-2 апреля 2010 г. / Урал. пед. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – С. 68-75 (0,3 п.л.)
15. Ставропольцева, Е.А. Методы эффективного содействия трудоустройству выпускников. Опыт ЦСТ УрГПУ [Текст] // Региональная система содействия трудоустройству выпускников : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Саранск, 27 апр. 2010 г. / под ред. А.В. Макаркина. – Саранск: ООО «13 РУС», 2010. – С. 223-227 (0,3 п.л.)
16. Ставропольцева, Е.А. Психологические и профессиональные особенности деятельности тренера в организации [Текст] // Современный учитель - социально-профессиональный портрет и взгляд в будущее: материалы региональной научно-

практической конференции, Екатеринбург, 24 ноября 2010 / Урал. гос. пед. ун-т. - Екатеринбург, 2010. - 312 с. (0,2 п.л.)

17. Ставропольцева, Е.А. Проблема адаптации студентов и выпускников вузов к профессиональной деятельности [Текст] // Психология профессионально-образовательного пространства человека: сборник научных статей 9-й Всерос. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 17 декаб. 2010 г. / ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т». - Екатеринбург, 2011. – С. 114-121 (0,3 п.л.)

18. Ставропольцева, Е.А. Психологические и профессиональные аспекты адаптации студентов и выпускников вузов к рынку труда [Текст] // Психологические проблемы современного общества: опыт решения и перспективы: сб.науч. тр. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2011. – 320 с. (0,25 п.л.)

19. Ставропольцева, Е.А. Особенности адаптации молодых специалистов к корпоративной культуре предприятия [Текст] // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации: теоретический и научно-методический журнал. Самара: Изд-во «Самарский муниципальный институт управления». - 2011. - №1 (2). - С. 14-17 (0,3 п.л.)

20. Ставропольцева, Е.А. Роль тренинга в адаптации молодых специалистов к корпоративной культуре организации [Текст] // Корпоративная культура организаций XXI в.: сборник научных трудов. – Краматорск: ДДМА, 2011. – С. 170-177 (0,4 п.л.)

21. Ставропольцева, Е.А. Проблемы и пути реализации программы адаптации выпускников вузов к профессиональной деятельности [Текст] // Всероссийская научно-практическая конференция «Молодежь и образование в XXI в.» / ГОУ ВПО «Тобольская государственная социально-педагогическая академия им. Д.И. Менделеева». – Тобольск, 2011 // URL: http://tgspa.ru/info/science/action/show.php?id_conf=23&page=1 (0,2 п.л.)

22. Ставропольцева, Е.А. Психологические аспекты адаптации молодых специалистов к организационной культуре предприятия [Текст] // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации: теоретический и научно-методический журнал. Самара: Изд-во «Самарский муниципальный институт управления». - 2011. - №5 (6). - С. 68-71 (0,25 п.л.)

23. Ставропольцева, Е.А. Подготовка к профессиональной деятельности как важный аспект социализации личности [Текст] // Современные проблемы и условия социализации личности: сб. науч. тр. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург: 2012. – 296 с. (0,35 п.л.)

24. Ставропольцева, Е.А. Изучение представлений студентов вузов как эффективный способ разработки программы адаптации к корпоративной культуре организации [Текст] // Проблемы и перспективы формирования инновационной системы образования в XXI веке, I Международная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы формирования инновационной системы образования в XXI веке», Йошкар-Ола, 16 фев. 2012 г. / Приволжский научно-исследовательский центр. – Йошкар-Ола: Коллоквиум, 2012. – С. 67-71 (0,2 п.л.)

25. Ставропольцева, Е.А. Изучение представлений молодых специалистов об организации как способ создания эффективной программы адаптации [Текст] // Психолого-социальная работа в современном обществе: проблемы и решения:

сборник материалов международных научно-практических конференций. – СПб.: СПбГИПСР, 2012. – С. 127-131 (0,2 п.л.)

26. Ставропольцева, Е.А. Адаптация к корпоративной культуре компании: исследование ожиданий и представлений студентов вузов [Текст] // Проблемы инновационности, конкурентоспособности и саморазвития личности в условиях модернизации педагогического образования: сб. тр. Междунар. науч. конф., посвящ. 200-летию пед. образования в КФУ. – Казань: Центр инновационных технологий, 2012. – С. 514-521 (0,3 п.л.)

Подписано в печать 24.05.2013. Формат 60 x 84 / 16.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.

Усл.-печ. л. 1,5. Тираж 120 экз. Заказ № 4128

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет».

Отдел множительной техники.

620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26.

E-mail uspu@uspu.ru