

Таким образом, групповая работа способствует росту профессионального сознания всех участников этого процесса.

Специфика процесса производства образовательных услуг не исчерпывается активным взаимодействием его участников. Качество конечного образовательного продукта определяется его соответствием требованиям не одного, а трех потребителей: студента (непосредственного заказчика), фирмы-работодателя и государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Зак, Т.В.** Высшая школа в условиях инновационного развития экономики: проблемы, тенденции и противоречия. URL: http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1158/file/Zak_18.pdf (дата обращения: 5.03.18).
2. **Абалкин, Л.И.** Россия: поиск самоопределения. М. : Наука, 2002.
3. **Thurrow L.** Creating Wealth. The New Rules for Individuals, Companies and Countries in Knowledge – Based Economy. N.Y., 1999. P.XV.
4. **Экономическая** энциклопедия. Политическая экономия. – М.: Изд-во «Советская энциклопедия». Т. 3, 1979. – 624 с.
5. **Смит А.** Антология экономической мысли. Т. 1. – М.: Экономика, 1993. – С. 165.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Плескачева Наталья Михайловна,

Белорусский государственный университет, Институт бизнеса, Минск
plesk30@tut.by

Рифицкая Ирина Ивановна,

Белорусский государственный экономический университет, Минск
irina.rifitskaya@mail.ru

Характерные экономические изменения оказывают существенное влияние на внутриорганизационные процессы в организациях, обострение конкуренции в различных сферах, повышение уровня неопределенности и риска в деловой сфере. Следствием перечисленных изменений являются особые требования к управленческой деятельности менеджера в ситуации смены ценностных установок, убеждений, принципов, отношений - то есть социокультурных перемен. Психологический организации, нового видения управленческих отношений анализ организационной культуры актуален в аспекте эффективности деятельности руководителя, разработки целостной системы развития предприятий. Именно практическая потребность в разработке психологических проблем управления организацией, создании условий для организационного развития, разработке механизмов совершенствования поведения сотрудни-

ков вызвала интерес к изучению культурных аспектов жизнедеятельности современных организаций.

Еще одним важным элементом эффективности деятельности организации является лояльность сотрудников. Она обеспечивает благонадежность, снижает риски утечки кадров, повышает эффективность и качество работы, способствует бесперебойной работе компании и ее процветанию. Именно в этой связи исследования организационной лояльности находятся в центре внимания российских и зарубежных авторов в течение последних десятилетий.

Целью исследования является изучение организационной культуры и лояльности персонала одного из частного торгового предприятия г.Минска, а также выявление взаимосвязи организационной культуры и лояльности персонала. В данном исследовании были использованы такие методики, как анкета на определение внешних параметров организационной культуры, методика ОСАИ Камерона К. и Куинна Р., диагностика организаций по главным параметрам организационной культуры (метод Хофштеде Г. и Боллинже Д.), методика Почебут Л.Г «Оценка лояльности сотрудника к организации», методика определения стадии лояльности сотрудника Голубкова С. В исследовании приняло участие 60 человек, из них 26 мужчин и 34 женщины в возрасте от 23 лет до 57 лет, со стажем работы в данной организации от 6 месяцев до 30 лет. Средним значением возраста испытуемых является 37 лет, а средним значением стажа работы – 9 лет.

Результаты, полученные при обработке данных, свидетельствуют о наличии обратной связи между возрастом, стажем работы и стадиями лояльности. Это значит, что среди старших по возрасту сотрудников, дольше проработавших в организации, чаще встречаются стадии осознанной нелояльности и неосознанной лояльности. То есть работники либо определяют свое положение относительно организации, либо уже в полной мере влились в корпоративное сообщество, приняли основные правила и ценности организации.

Также была обнаружена обратная взаимозависимость между предпочитаемыми адхократическим и рыночным типами оргкультуры и уровнем лояльности сотрудников. Это говорит о том, что руководители с низким уровнем лояльности к организации предпочитают больше адхократическую и рыночную организационную культуру. То есть в организации, где поощряют личную инициативу персонала, экспериментирование новаторство либо где присутствует жесткая линия конкуренции и целеустремленность каждого, сотрудники менее благожелательно относятся к компании и могут пренебрегать целями, интересами, ценностями, направленностью деятельности.

Наблюдается прямая связь между уровнем лояльности и дистанцией власти в организационной культуре, а также обратная между внешними параметрами оргкультуры и уровнем лояльности.

В организации со строго иерархизированным устройством и четкими приказами руководители более лояльны к своему месту работы. Чем больше сотрудник, занимающий руководящую должность, осведомлен и осознает внешние параметры ОК, тем меньше лояльности проявляется у него к компании. Это может быть связано с недостаточной сформированностью и комфортностью внешней организационной культуры, а также с несоответствием мнения сотрудников по поводу имеющейся структуры, целей, стратегии организации.

Была получена прямая взаимосвязь между существующей бюрократической организационной культурой и нормативным компонентом лояльности, и обратная - между существующей адхократической организационной культурой и нормативным компонентом лояльности.

Руководители больше знают нормы, привила и официальные приказы в организации, где имеется четкий план и процедуры деятельности, и в которой меньше поощряется инициатива сотрудников и новаторство.

Кроме того, результаты свидетельствуют о наличии прямой взаимозависимости между дистанцией власти и поведенческим компонентам лояльности персонала, и обратной – между предпочитаемой адхократической ОК и поведенческим компонентом лояльности.

Чем более руководители соблюдают цели, правила, ценности и интересы компании, тем больше дистанция от подчиненных и строгая иерархизация между сотрудниками, и тем менее они предпочитают поощрять риск, экспериментирование и творческий подход к работе.

Существует прямая связь между дистанцией власти и стадиями лояльности. На формализованном и структурированном месте работы, где управляют процедуры, руководители чаще находятся на стадиях неосознанной и осознанной лояльности.

На основании полученных результатов мы пришли к выводу, что необходимо проводить комплексную работу по формированию корпоративной культуры и лояльности сотрудников.

Формирование организационной культуры – один из фундаментальных инструментов повышения лояльности сотрудников. Чтобы быть эффективной, корпоративная концепция должна включать в себя: миссию предприятия (ту пользу, которую предприятие приносит и считает для себя высшим смыслом), видение (развитие предприятия), ценности (то, что компания считает для себя важным в ходе реализации своего предназначения).

Формирование лояльности — это не столько следствие реализации какой-то определенной программы, сколько результат продуманной по-

литики компании, зеркальное отражение отношения руководства компании к своим сотрудникам.

С этой целью необходимо проводить тренинги, направленные на более глубокое раскрытие целей, структуры, символики, норм, ценностей, принципов, интересов организации, а также тренинги на сплочение команды. Желательным является проведение социометрического исследования среди сотрудников организации, выявление неформальных групп и их ценностей. А затем скорректировать их интересы так, чтобы они были приближены к самой организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Доминьяк, В.И.** Феномен лояльности в разработках зарубежных исследователей / В.И. Доминьяк // Персонал-Микс, 2009, №1. – С. 107-111.
2. **Камерон, К.** Диагностика и изменение организационной культуры / К.Камерон, Р. Куинн: пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001. – 320 с.
3. **Коровина, О.Ю.** Организационная культура в сфере образования: Методические материалы в помощь слушателям курсов повышения квалификации / Науч. ред. А. В. Золотарева. – Вологда: Издательский центр ВИРО, 2006. – 64 с.
4. **Максименко, А.А.** Организационная культура: системно-психологические описания: учебное пособие / А.А. Максименко. - Кострома: КГУ, 2013. – 168 с.

МЕТОД ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Подлущкая Викторина Витальевна

Белорусский государственный университет,
Институт бизнеса, Минск
podlutskaya@sbmt.by

Проблемно-ориентированное обучение целенаправленно сочетает познавательное и метакогнитивное образование и обучение. Этот подход существует с конца 1960-х годов, и при его использовании одновременно с изучением иностранного языка студентов обучают тому, как учиться. В процессе изучения иностранного языка проблемно-ориентированное обучение согласуется с подходами, в которых студенты изучают иностранный язык, используя его, вместо того, чтобы представлять, а затем практиковать заранее определенные языковые структуры. Обучение языку происходит на основе задач и проектов, при этом основное внимание уделяется решению реальных, открытых задач, для которых нет фиксированных решений. Студенты работают самостоятельно или в группах, чтобы сначала понять конкретную проблему, а затем найти возможные решения для нее.