

Коробкина Марина Александровна
Канд. социол. наук, доцент кафедры управления персоналом и
организационной психологии

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,

г. Краснодар

Смолякова Алёна Алексеевна

Студентка 2 курса магистратуры направления Управление
персоналом кафедры управления персоналом и организационной психологии

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,

г. Краснодар

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В РАМКАХ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: В статье отражена проблема существования фактора, тормозящего процесс деятельности в педагогическом коллективе, а именно проблема отсутствия лояльности в приведенной профессиональной среде. Авторами было проведено исследование с целью изучить состояние нынешней лояльности преподавателей в рамках существующей российской системы образования. Результаты настоящего исследования помогают увидеть основные проблемы в среде сотрудников образования, помочь руководителям этих образовательных учреждений найти основные подходы к изучению своих сотрудников и направления их деятельности в выгодное для себя русло.

Ключевые слова: лояльность, образование, управление персоналом, управленческая технология, технология управления персоналом.

THE STUDY OF METHODS OF RESEARCHING TEACHERS' LOYALTY IN SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION

Abstract: *In the article raises the problem of the existence of a factor, which slows down the process of activity among the workers of education, namely the lack of loyalty in this sphere. The authors made the research in order to learn more about the loyalty among the teachers in a Russian system of education. The results of this research can help to see the main problems among the workers of this sphere, can help the leadership of these organizations of education to get to know more about their staff and make their activity more profitable.*

Keywords: *loyalty, personnel management, management technology, social technology, HR technology.*

ПОНЯТИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ

Лояльность – понятие многоаспектное, имеет множество определений и смысловых окрасок. Лояльность образовано от французского или английского слова «loyal», которое означает верность, соблюдение действующих законов, также дается значение как благожелательное и положительное отношение к кому-либо или чему-либо. Как прилагательное «лояльный» – держащийся формально в пределах законности, в пределах благожелательно-нейтрального отношения к кому-либо, чему-либо. Возможно определение лояльный как милосердный, человечный, благородный, правдивый.

Разные исследователи в сфере управления человеческими ресурсами также по-разному объясняют термин «лояльность». Опираясь на научный труд Бедненко А. А. «Термометр лояльности» [3], можно дать ещё одно определение термину лояльности – это форма поведения по отношению к кому-либо. Также идёт разграничение понятий лояльность и доверие. Доверие – это некоторая внутренняя установка, а лояльность – это проявление внутренней установки. Таким образом, лояльность – это производная доверия, её продукт.

В западной психологии существует два направления объяснения термина «лояльность». Первое делает акцент на преданности, приверженности и верности общему делу и организации, вводится понятие *organizational commitment*. Приверженцем этого явления является психолог Лиман Портер. Для него лояльность – это состояние, в котором человек себя идентифицирует с компанией, где он трудится, работник живет целями и задачами, которые ставит перед ним начальник [11]. Второе направление рассматривает лояльность как психологическое явление, относится конкретно к персоналу организации. Здесь уже применяется термин *employee loyalty*. Надо понимать, что эти два направления рассмотрения лояльности не отграничены друг от друга, в тех или иных уже рабочих ситуациях, они дополняют друг и друга и являются предметами исследований.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ

Для эффективного исследования лояльности в той или иной организации применяются различные методики. Среди них: оценка лояльности по шкале Терстоуна [12], методика «Изучение мотивационного профиля личности» (Ш. Ричи и П. Мартин) [10], интервьюирование, анкетирование сотрудников при приеме на работу и при увольнении. Теперь остановимся на каждом из методов. Стоит уточнить, что первые два метода основаны на конкретной методике с определенными и утвержденными заданиями и вопросами, третий и четвертый методы – это более абстрактные методы, так как вопросы и задания подбираются индивидуально под каждого кандидата и по усмотрению HR-менеджера.

Первая приведенная оценка лояльности по шкале Терстоуна позволяет правильно оценить социальную обстановку практически в любой организации, а также выделить среди сотрудников тех, кто проявляет высокую степень лояльности и, наоборот, низкую. Данная методика включает инструкцию по заполнения листа оценки, лист с ответами, сами карточки с суждениями.

Следующая методика – «Изучение мотивационного профиля личности» (Ш. Ричи и П. Мартин) позволяет составить общую картину, связанную с

мотивацией сотрудников и показать их внутренний потенциал и установки по поводу выполнения той или иной работы. Результаты тестирования могут быть использованы для грамотного управления персоналом, используя правильные рычаги мотивационного воздействия. Замотивированный сотрудник – это успешный сотрудник, такое определение применимо к данной методике.

Ещё одна методика, необходимая при определении лояльности сотрудников – интервьюирование сотрудников конкретной организации. В этой методике нет ключей и конкретных заданий. Всё зависит от компетентности, проводящего интервьюирование сотрудника. Это устное общение, которое способствует выявлению социально-психологических установок личности.

Наконец, анкетирование сотрудников при приеме на работу и при увольнении. При анкетировании составляется вопросник и анкетиремый заполняет его в присутствии анкетера, может также делать и без его присутствия. Прошлый опыт обязательно будет сказываться на новом месте работы, различие только в том, в лучшую или, наоборот, худшую сторону. Довольно часто ответы на вопросы такого типа, как «Меня не устраивало на прошлом месте работы...», «У меня не было доверительных отношений с коллегами» могут сигнализировать о довольно низком уровне лояльности кандидата к прошлому месту работы, а значит, будет совсем не просто выработать у него лояльность к новому. Ценностные ориентиры также можно выявить при проведении анкетирования, для этого можно сформулировать такие вопросы, как «Что для Вас значит преданность?», «Основные ваши интересы и хобби» и т.д.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ОДНОГО ИЗ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ СПО КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Образование представляет собой социальный институт, в содержании которого заложено в целом состояние всего общества, а также его переход от одного состояния к другому. Главной функцией образования представляется именно воспроизводство культуры и умений в самом человеке, которые со временем послужат на пользу всему обществу. Образовательная система

является довольно специфической областью, в рамках которой может осуществляться управление. Для того, чтобы управленцу быть успешным в данной области, необходимо, в первую очередь, понимать психологию людей, работающих в данной системе, по большей части, понимать психологию именно преподавательского состава. Как у преподавателей должен осуществляться социальный заказ на воспитание самостоятельного человека, яркой индивидуальности учащихся, так и у начальника в системе образования должен быть социальный заказ или социальная миссия, связанная с поддержкой преподавателей, поощрением их творческой и научной деятельности, правом быть услышанными.

Согласно Федеральному закону от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 19.02.2018) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.07.2019) управление системой образования должно осуществляться на принципах законности, демократии, автономии образовательных организаций, информационной открытости системы образования и учета общественного мнения и носить государственно-общественный характер. Таким образом, можно заключить, что если хоть один из этих принципов не будет соблюдаться, то такое управление будет носить незаконный характер, во-первых, а во-вторых, не способствовать развитию этой важной системы общества. Иными словами, система перестанет быть полноценной. Помимо официальной миссии образования, стоит добавить воспитание в рамках российской системы образования верной самооценки у ребенка, связанной с ней потребностью в познании своего «Я» и место этого «Я» среди окружающих людей.

Преподавателю трудно сегодня, непросто работать. Непросто приходится классным руководителям, работающим в системе среднего профессионального образования. Поэтому страдает и индивидуальный подход, и система наставничества, которую так пытается внедрить современная система образования.

Было решено провести исследование лояльности в рамках одного из учебных заведений Краснодарского края, а именно в ГБПОУ Краснодарском

монтажном техникуме (г. Краснодар). Для выявления уровня лояльности сотрудников были применены следующие описанные нами методики: оценка лояльности по шкале Терстоуна, методика «Изучение мотивационного профиля личности (Ш. Ричи и П. Мартин), анкетирование, интервьюирование, а также добавился анализ документов рассматриваемой нами организации ГБПОУ КМТ.

На основании оценки по шкале Терстоуна, методики Ш. Ричи и П. Мартин и результатов интервьюирования было выявлено, что в представленном учебном заведении преподаватели и другие сотрудники, не занимающиеся преподавательской деятельностью, обладают довольно высоким уровнем лояльности. Если в интервьюировании звучали, в основном, положительные ответы, то, например, по методике «Изучение мотивационного профиля личности» (Ш.Ричи и П.Мартин) выявились такие проблемы, как потребность в материальном вознаграждении, разнообразии и новизне. В количественном плане выявить лояльность помогла шкала Терстоуна, где у большинства сотрудников баллы показали высокий уровень лояльности (от 54 баллов и больше).

Исследователями были предложены конкретные действия по повышению уровня лояльности, необходимого конкретным сотрудникам. Среди таких действий: грамотное распределение классного руководства, налаживание внутреннего психологического климата в коллективе, правильный подсчет баллов по повышающему коэффициенту и т.д.

ВЫВОДЫ

Таким образом, полноценное и всестороннее исследование лояльности сотрудников возможно в совокупности применения различных методик и приемов. Одна методика не способна охватить всю проблему, а лишь показать конкретную сторону этой проблемы. Что касается системы образования, то образовательные учреждения являют собой консервативный элемент современной действительности. В рамках учебных заведений очень сложно проводить те или иные преобразования, реформы, изменения. Но

представленные методы повышения лояльности не перечат тем или иным законодательным актам и могут решаться без указа Министерства образования. Это внутренние дела самого техникума. Стоит обратить внимание на то, что современность всё равно диктует свои правила, в техникум приходят молодые специалисты, не готовые мириться с некоторыми недоработками со стороны руководства в плане корпоративной культуры. Люди становятся более открытыми к общению, к взаимодействию друг с другом, поэтому стоит убирать некоторые границы, тормозящие развитие техникума в целом. Замотивированные сотрудники, стремящиеся аккуратно и точно выполнять свою работу, готовые к творческой работе, – такие критерии просто необходимы для успешного существования той или иной организации. Эти критерии также положительно отражаются на работе образовательных организаций, которые требуют от своих сотрудников проявления лояльности как к своему профессиональному занятию (обучению подрастающего поколения), так и к организации, в которой они работают.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алавердов, А.Р. Лояльность преподавателей в системе конкурентных преимуществ и недостатков современного университета / А.Р. Алавердов, Н.В. Громова. – М.: Синергия, 2016. – 120 с.
2. Бадертдинова, Э.М. Управление качеством образовательного процесса в системе среднего профессионального образования / Э.М. Бадертдинова. – М.: Наука, 2015. – 130 с.
3. Бедненко, А.А. Термометр лояльности / А.А. Бедненко. – М.: Наука, 2010. – 256 с.
4. Диксон, М. Всегда ваш клиент: Как добиться лояльности, решая проблемы клиентов за один шаг / М. Диксон, Н. Томан. – М.: Наука, 2015. – 272 с.
5. Добровольская, Д. Анализируй этих! Полное руководство по подбору персонала / Д. Добровольская. – М.: Яуза, 2017. – 256 с.

6. Карнацкая, М.А. Мотивационные аспекты управления лояльностью персонала организации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 6. – С. 34-39. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/06/2418> .
7. Коробкина, М.А., Бойко, Ю.И. Анализ и совершенствование системы мотивации трудовой деятельности персонала разных категорий // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 241-245. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/46062.htm>.
8. Коробкина, М. А. Развитие управленческой компетентности / М.А. Коробкина, Т. Н. Серегина. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. – 142 с.
9. Коробкина, М.А. Проблемы и перспективы внедрения кадровых технологий в практику кадрового менеджмента. Научная статья // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2015. – № 6 (21). – С.9-14.
10. Методика «Изучение мотивационного профиля личности» (Ш. Ричи и П. Мартин) [электронный ресурс]. URL: <https://www.surveio.com/survey/d/A8N2U4L2W9P2E1L7N> (дата обращения: 13.12.17).
11. Овчинникова, О.Г. Лояльность персонала / О. Г. Овчинникова. – М.: Наука, 2006. – 96 с.
12. Оценка лояльности персонала: обзор основных методов [электронный ресурс]. URL: <http://hrtime.ru/contents.php?id=353> (дата обращения: 20.08.19).