



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ  
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE  
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ  
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА  
GUMILYOV EURASIAN  
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың  
«Ғылым және білім - 2015»  
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

---

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
X Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«Наука и образование - 2015»

---

PROCEEDINGS  
of the X International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«Science and education - 2015»

**УДК 001:37.0**  
**ББК72+74.04**  
**Ғ 96**

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0  
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2015

### Қолданылған әдебиет

1. Влияние через социальные сети / под ред. Н.В. Крыгиной. М., 2010. 52 с.
2. Печенкин В. Анализ социальных сетей: в ожидании чуда // Журнал «Компьютера». 2005. № 42. С. 15–20.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: ФИЗМАТЛИТ, 2010. 228
4. Носов Н. Виртуальная психология. М.: Аграф, 2000. 432 с.
5. Войскунский А.Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета// Психол.журнал.2004.Т.25.№1. С. 90-100.
6. Гриффитс М.Интернет зависимость//Студенческий британский Медицинский Журнал.1999.Vol.7.С.428-429.
7. Жичкина А.Е. Социально психологические аспекты общения в интернете//Flogiston.1999.
8. Бондаренко Т.А. Виртуальная реальность в современной социальной ситуации. Автореф. дисс. ... докт. филос. наук. Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2007. 20 с.
9. Чудова Н.В. Особенности образа Я «жителя» Интернета / Н.В. Чудова // 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. – М.: Экопсицентр РОСС, 2003. – С. 269-270.
10. Янг К.Диагноз – Интернет зависимость//Мир Интернет.2000.№2.С.24-29.

УДК 316.6:331.108

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ

**Ернаркызы Альмира**

*[almira\\_ernarkyzy@mail.ru](mailto:almira_ernarkyzy@mail.ru)*

Студентка 4 курса факультета социальных наук ЕНУ им. Л.Н.Гумилева,  
Астана, Казахстан

Научный руководитель – А.С.Нурадинов

Растущий интерес к такому явлению, как лояльность сотрудника к своей организации, обусловлен тем, что персонал сегодня рассматривается в качестве фактора конкурентоспособности, а верность работников компании - как конкурентное преимущество. Руководители видят в укреплении лояльности персонала действенный механизм повышения эффективности организации. [1]

Несмотря на важность феномена лояльности сотрудников и наличие огромного количества литературы по этому вопросу, само понятие "лояльность" понимается по-разному. Прояснить основные понятия важно для того, чтобы выбрать адекватный инструмент диагностики и построить в организации эффективную систему управления лояльностью.

Рассмотрим, каким образом в современной научно-практической литературе интерпретируется понятие «организационная лояльность». [1. 2]

Позитивное отношение работника к организации, в которой он трудится, и соответствующее этому отношению поведение в русскоязычных научных изданиях зачастую определяется различными терминами: лояльность, приверженность, преданность, патриотизм. Единого понятийного поля и единства мнений по этому вопросу до сих пор не выработано. Анализ понятия "лояльность" (применительно к организации) на основании словарных определений позволил выделить следующие аспекты его значения:

доброжелательность, приветливость, открытость работника как в отношении компании в целом, так и в отношении других сотрудников;  
честность, принципиальность;

верность, преданность, приверженность;  
соблюдение правил, законов, отказ от предосудительных и недоброжелательных действий.

В общем случае лояльность персонала может означать верность сотрудников своей организации. С этой точки зрения, верность подразумевает не только непричинение вреда, но и совершение действий, приносящих пользу. Применительно к организации можно говорить о лояльном, верном, преданном сотруднике только в случае, когда он проявляет (или намерен проявлять) добровольную активность, направленную на интересы организации. [2]

В англоязычной литературе используется два термина: *organizational commitment* и *employee loyalty*. Существенных различий в применении этих понятий нет, и нередко они выступают как синонимы или как сходные конструкты. В научной литературе чаще встречается термин *organizational commitment*, в популярной - *employee loyalty*.

Мы будем использовать термин лояльность, подразумевая, что верность, преданность, приверженность, а также транслитерация коммитмент (*commitment*) являются его синонимами. Как лояльность мы будем переводить английские термины *commitment* и *loyalty*.

Как в англоязычной, так и в русскоязычной литературе представлено множество различных точек зрения на организационную лояльность. Один из наиболее часто встречающихся - подходов с позиции обеспечения безопасности. В соответствии с ним сотрудники изначально рассматриваются как потенциально нелояльные, а основные усилия направляются на выявление предпосылок нелояльного поведения, под которым подразумевается сознательное нанесение ущерба организации. При этом основной акцент делается на выявлении сотрудников, наиболее склонных к правонарушениям, а также на методах оценки надежности персонала, включая обследования на полиграфе ("детекторе лжи"), анализе информации, полученной от других сотрудников, проверочных испытаниях, фотографии рабочего времени, контроле помещений и т. д. Таким образом, под лояльностью понимается поведение сотрудника, которое не наносит ущерба организации. Несмотря на необходимость обеспечения безопасности, можно предположить, что применение жестких организационных мер к сотрудникам не будет способствовать росту корпоративной культуры и добровольной активности работников в интересах организации. [3]

Выделяется ряд различий во взглядах на лояльность в зависимости от занимаемой позиции. С точки зрения сотрудника - это положительное или нейтральное отношение к компании. С точки зрения руководителя преданность организации выражается в добросовестном выполнении всех поручений и проявляется в сложившихся в коллективе дружеских отношениях, в наличии командного духа. Лояльный сотрудник стремится остаться с компанией как можно дольше, видит ее преимущества, согласовывает свои усилия с действиями других людей. Лояльность всегда основана на удовлетворенности работника важными аспектами деятельности в компании и появляется тогда, когда его собственные жизненные планы совпадают со стратегическими планами ее развития. Лояльный сотрудник не только разделяет ценности компании, но и верит, что он состоит в ней как профессионал, будет иметь перспективы для роста.

В научной литературе также пока не выработано однозначного понимания, что такое "организационная лояльность". Подходы можно разделить на две группы. К первой относятся попытки выдвинуть собственную концепцию лояльности, ко второй - варианты пересмотра и адаптации основных западных подходов. [4]

Несмотря на значительное количество зарубежных научных публикаций, посвященных этой теме, сама концепция лояльности остается спорной. Например, исследователи до сих пор не пришли к единому мнению, является ли лояльность социально-психологической установкой (аттитюдом) или поведенческим паттерном. Описания психологической природы лояльности также различаются. При этом практически все авторы отмечают, что повышение лояльности связано с уменьшением вероятности ухода работника из компании.

Одним из первых исследователей, предложивших в рамках поведенческого подхода

теорию лояльности сотрудника по отношению к организации, был Говард Беккер (Howard Becker). Согласно его теории лояльность есть результат некой "ставки", которую делает человек, связывая "внешние интересы с соответствующим направлением своей деятельности". Лояльность возникает, когда эти "дополнительные ставки" (side-bet), такие как определяемые работой навыки, возраст или другие факторы, объединяются и воспринимаются сотрудником в качестве накопленных инвестиций в организацию, вознаграждений или оцениваются как требующие меньших затрат по сравнению с аналогичной работой в другом месте. Например, дополнительная пенсия, налаженные деловые и личные связи с коллегами и т. п. Лояльность может быть результатом как накопления инвестиций в организацию, так и сокращения возможностей (нежелание менять работу на более выгодную, но требующую дополнительного обучения; желание оставаться в организации из-за страха не найти другую работу, например в связи с достижением предпенсионного возраста и т. п.).

Поведенческий подход базируется на предположении о том, что степень соответствия между поведением людей и их действиями зависит от трех условий:

- 1) эти действия должны восприниматься как результат свободного выбора;
- 2) они должны быть совершены публично;
- 3) отказ от них должен восприниматься как сопряженный с трудностями и потерями.

Таким образом, поведенческий подход предполагает формирование у работника лояльности в результате совершения действий, которые впоследствии не позволят ему изменить позицию или линию поведения.

В рамках поведенческого подхода лояльность (behavioral commitment) рассматривается как степень готовности работника продолжать работу в компании, желание сохранять принадлежность к организации, или как одобряемое поведение, выходящее за рамки формальных корпоративных требований. В целом, уровень лояльности определяется как функция затрат и вознаграждений, связанных с принадлежностью к определенной профессии или организации.

Установочный подход предполагает, что лояльность образуется как комбинация прежнего опыта работы, восприятия организации и личностных характеристик человека. Соединение этих факторов приводит к возникновению позитивных чувств по отношению к компании, которые затем преобразуются в лояльность. Часть исследователей лояльность считают положительной эмоциональной реакцией на организацию, включая ее цели и ценности. При этом авторами выделяются три компонента лояльности:

- 1) идентификация (identification) - принятие сотрудником целей и ценностей организации как своих собственных;
- 2) вовлеченность (involvement) - психологическое погружение или "растворение" в своей рабочей деятельности;
- 3) собственно лояльность (loyalty) - чувство любви и привязанности к организации.

Степень выраженности лояльности рассматривается исследователями как мера идентификации человека с компанией, вовлеченности в ее деятельность. Она включает в себя:

- 1) силу убежденности и принятия целей и ценностей компании;
- 2) степень готовности проявлять значительные усилия от ее имени;
- 3) силу желания поддерживать принадлежность к компании.

В рамках аффективного подхода организационная лояльность рассматривается так же как чувство гордости за организацию и желание присоединиться к ней, эмоциональная привязанность к организации, идентификация и вовлеченность в организацию, степень психологической привязанности к организации и т.д. [ 5].

Анализ различных подходов к изучению организационной лояльности позволил нам выделить ряд составляющих этого конструкта:

1. Эмоциональное отношение к организации. Оно может быть как позитивным - чувство верности, преданности, гордости и т. д. (и в этом случае соответствует лояльности),

так и негативным (соответствует нелояльности).

2. Разделение и принятие ценностей, целей, норм, правил, процедур, решений организации (в основе лежат когнитивные механизмы). Здесь также можно выделить два полюса, соответствующих лояльности и нелояльности.

3. Намерение (готовность) действовать определенным образом. Позитивный полюс этой оси чаще всего включает приложение усилий в интересах организации (основных или дополнительных) и намерение продолжать работу в организации.

Обобщая сказанное, мы предлагаем рассматривать организационную лояльность как отношение работника к организации, социально-психологическую установку, характеризующую связь работника с организацией и определяющую ее силу. Организационная лояльность как социально-психологическая установка включает эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты, причем последний представлен в интенциональной форме, то есть в форме намерения действовать определенным образом. К эмоциональной составляющей относятся чувства и эмоции, испытываемые человеком по отношению к организации. К когнитивной составляющей относится разделение и принятие организационных ценностей, целей, норм, правил, процедур, решений и т.д. К поведенческой (интенциональной) составляющей относится готовность прикладывать усилия в интересах организации.

#### **Список использованных источников**

1. Allen N. J., Meyer J. P. Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity // Journal of Vocational Behavior. - 1996. - Vol. 49. - P. 252-276.
2. Allen N. J., Meyer J. P. Construct Validation in Organizational Behavior Research: The Case of Organizational Commitment // Problems and Solutions in human assessment. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers, 2000.
3. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2001. - 720 с
4. Магура М. И., Курбатова М. Б. Современные персонал-технологии. Глава 9. Организационная приверженность // Управление персоналом. - 2001. - N°. 6. - С. 45-50.
5. Чумарин И. Г. Люди и организации: деструктивное противодействие // Люди и организации. Сборник тезисов Третьей Всероссийской конференции. - СПб.: ЗАО "ИМАТОН-М", 2000. - С. 63-64.

УДК 159.8

### **МЕКТЕП ПСИХОЛОГЫНЫҢ ЖҰМЫСЫНДА АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ**

**Ермеков Ерасыл Ермеқұлы**

*[yerasy.vip@gmail](mailto:yerasy.vip@gmail.com)*

Қарағанды «Болашақ» университеті «Педагогика және психология» мамандығының  
4 курс студенті, Қарағанды, Қазақстан  
Ғылыми жетекші – Диянова Р.Т.

Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев өзінің әрбір жолдауында жастарды білімге, тәрбиеге шақырады. Себебі, білім мен тәрбие қоғамның өсіп өнуіне және де, мемлекеттің баянды өмір сүруінің негізгі факторы болып саналады. Осы мақсатта елімізде жыл сайын әр түрлі реформалар жүргізіліп, жаңа заңдар енгізілуде. Білім беру жүйесіне жыл сайын жаңашылдықтар енгізеді. Бұл жастардың сапалы, қазіргі заманға сай білім алуы үшін жасалып отырған іс-шаралар. Қоғамның білім сапасын көтеруде мектеп психологының алатын орыны зор.