**Введение**

В последнее время в отечественной социальной психологии активно развивается направление по исследованию социально-психологических процессов в организации. Это направление очень актуально, поскольку трудовая деятельность имеет большое значение в жизни человека. В отечественной психологической науке много исследований, относящихся к сфере организационной психологии: подробно исследовался феномен руководства и лидерства, существует большое количество исследований организационной культуры, межличностных и межгрупповых отношений. На данный момент особую ценность представляют работы, в которых прослеживается взаимосвязь между различными социально-психологическими явлениями, поскольку практически невозможно представить их в изолированном «лабораторном» состоянии. Именно поэтому перед социальной психологией стоит задача объединения результатов исследований и определение роли социально-психологических процессов в деятельности организации.

**К проблеме практической значимости идентификации**

Тема нашего исследования посвящена изучению взаимосвязи организационной идентификации и эффективности деятельности руководителя. В качестве одной из важных задач, поставленных в рамках исследования, является определение роли и места организационной идентификации в совокупности социально-психологических явлений. Процесс организационной идентификации очень часто рассматривают в контексте организационной приверженности и лояльности. В некоторых случаях организационная идентификация является важной составляющей этих социально-психологических процессов, в других случаях она является синонимом этим явлениям. М. Рикетта отмечает, что организационная идентификация понимается исследователями как когнитивный конструкт, а именно: как согласованность индивидуальных и организационных ценностей; как восприятие единства или принадлежности к организации; как процесс включения восприятия своего членства в организации в общую систему самоопределения. В исследованиях организационной идентификации можно определить несколько уровней значимости: для социальной психологии как науки, для руководителей и для сотрудников организаций. Научная значимость исследования организационной идентификации заключается в сложности самого явления, поскольку очень трудно выделить чистый процесс идентификации из системы социально-психологических явлений. С другой стороны, именно организационная идентификация меньше всего рассмотрена отечественными исследователями. Следовательно, изучение этого процесса позволяет расширить научные представления и о других социально-психологических явлениях. Значимость организационной идентификации для руководителей организаций заключается в возможности видеть и влиять на социально-психологические процессы для повышения эффективности труда сотрудников. Руководители, в первую очередь, заинтересованы в повышении эффективности работы своей организации, которая складывается из множества факторов: грамотного менеджмента, хорошей маркетинговой стратегии, качественных услуг, профессионализма сотрудников, лояльности и преданности сотрудников организации. Каждый работодатель стремится принять на работу высокопрофессионального сотрудника с определенным набором личностных качеств, и чтобы этот человек принимал и разделял ценности организации, отстаивал ее интересы. Это идеальный вариант. На практике кадровые службы подбирают людей на основе профессиональных навыков и опыта, а не на основе соответствия ценностей соискателя ценностям организации. Сегодня еще нет осознания того, что человека легче научить, чем переориентировать его ценности на организационные. Мы предполагаем, что процесс адаптации будет легче проходить у человека с ценностями близкими к организационным, а, соответственно, и процесс организационной идентификации будет проходить легче и будет более устойчивым. Следовательно, руководители организаций должны быть заинтересованы в исследовании организационных ценностей. Говоря о значимости исследований организационной идентификации, необходимо отметить, что человек большую часть дня проводит на работе, решая организационные задачи, т.е. работа в компании занимает значительную часть его времени и его жизни. Кроме того, именно ориентируясь на развитие организации, человек склонен планировать свою жизнь (карьеру, отпуск, значительные приобретения и т.д.). Организация становится частью жизни человека, а, следовательно, исследование организационных процессов и организации как социальной структуры имеет не только большую научную значимость, но и высокую практическую ценность. Выгоду от процесса и результата организационной идентификации получает как сотрудник, так и сама организация. Работая на достижение организационных целей и тем самым способствуя развитию организации, сотрудник получает своеобразную психологическую выгоду, которая может заключаться в ощущении собственной эффективности, повышении самооценки. Организация получает прямую выгоду от качественной работы своего сотрудника. Работник с высоким уровнем организационной идентификации заинтересован в сохранении такой ситуации. Можно утверждать, что получаемые выгоды не сводятся только лишь к денежному вознаграждению, а соответствуют мотивационно-потребностной сфере сотрудника. Сотрудник, идентифицирующий себя с организацией, не склонен искать другую работу, поэтому, чем выше общий уровень организационной идентичности сотрудников, тем ниже «текучесть» кадров и сплоченнее коллектив. Такая организация застрахована от утечек информации, хищений и растрат. Можно предположить, что в такой организации свободны коммуникации как по «вертикали» (между руководителями и подчиненными), так и по «горизонтали» (между сотрудниками, между отделами). Персонал такой организации работает для достижения единой цели.

Подводя итоги необходимо отметить, что практическая значимость организационной идентификации определяется не только успешной разработкой и изучением данного явления, но также и опорой на исследования других организационных процессов. Социальная психология занимается изучением социальных систем и поэтому требует системного подхода. В нашем исследовании мы стремимся определить роль и место организационной идентификации в совокупности социально-психологических явлений и процессов в организации.

**Типологические характеристики в профессиональном самоопределении**

Проблема выбора профессии всегда стояла перед людьми. Осуществляя этот выбор, каждый человек на что-то ориентируется: на внешние атрибуты профессии или на свои возможности и способности, которые зависят от личностных характеристик, поэтому эта тема актуальна не только для человека, но и для психологии. Человек реализует себя в течение всей своей жизни и основными сферами его самореализации являются в первую очередь профессиональная деятельность и личная жизнь. Становление человека является долгим социальным проектом, от успешности реализации которого зависит не только жизнь отдельных людей, но и процветание страны и человечества в целом. На что ориентируется человек, выбирая ту или иную профессию: на внешние атрибуты профессии, на свои возможности и способности, которые зависят от личностных характеристик каждого человека, вопрос непростой. Сделать социально и глубоко личностный выбор в профессиональном самоопределении – задача не из легких, поэтому важно знать, какими профессиональными качествами обладаешь, чтобы самоактуализироваться. Правильный выбор профессии позволяет реализовать свой творческий потенциал, избежать разочарования. Но как сделать этот выбор?

Данные, которые необходимо учитывать при выборе профессии и планировании профессиональной карьеры, - это в первую очередь психологические особенности человека. Исследование проводилось на студентах Новосибирского Государственного Технического Университета третьего курса технических и экономических специальностей. Общее количество человек принявших участие в исследовании n=137. Для выявления типологических характеристик личности использовалась методика «Темперамент и психологический портрет» Д. Кейрси. Профессиональные ценности определяли с помощью методики «За и против» Н.С. Пряжникова. Профессиональные типы - методика Дж. Голланда и характеристики самоактуализирующейся личности методикой «САМОАЛ».

В распределении типов темперамента преобладают лица SJ - сенсорного планирующего типа, характеризуются исполнительностью и запланированностью – 50%. Второй тип интуитивно эмоциональный NF (характеризуется отзывчивостью и эмоциональностью). Раскованных, жизнерадостных, но малоорганизованных представителей сенсорного спонтанного типа (SP) – 13%. Лиц интуитивно рационального типа (NT) – 7% характеризует стремление к новому знанию ради знания. Получилось следующее распределение приоритетных профессиональных ценностей: важными оказались деньги – 18% и власть -17%. Получается деньги, в наше время являются определяющим при выборе профессии, а власть это то, что можно получить, имея деньги. Престиж оказался на последнем месте, т.к. респонденты исследования еще только получают образование. Среди профессиональных типов Дж. Голланда на первом месте предприимчивый тип 45% – энергичный, инициативный. На последнем месте – реалистичный тип 6% (мужской, несоциальный). Такую представленность профессиональных типов можно объяснить современными тенденциями в обществе, в котором требуется активность и предприимчивость. При выборе той или иной профессии необходимо сопоставлять тип личности с типом профессиональной среды. Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту SP автономный (rs = 0,56; р≤0,03) и положительная связь с аутосимпатией (rs = 0,54; р≤0,04). Профессиональный тип SP хорошо осознает свое положение (аутосимпатия), находясь в предприимчивой профессиональной среде, т.к. эта среда позволяет проявить ему инициативность. Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту NF положительно связан со «взглядом на природу человека» (rs = 0,48; р≤0,005). Такой предприимчивый тип верит в людей и могущество человеческих возможностей. Т.к. для темперамента NF важным являются люди, то и предприимчивый тип верит, что каждый человек способен на многое. Предприимчивый тип, принадлежащий темпераменту SJ хорошо осознает свое положение (rs = 0,27; р≤0,03) находясь в такой профессиональной среде. Темперамент SJ характеризуется запланированностью, то и его инициативность тоже продумана. Профессиональные ценности (Н.С. Пряжникова) со шкалами самоактуализационного теста по-разному связаны для типов темперамента: Для интуитивного эмоционального типа NF если на первом месте станет профессиональная ценность – деньги, то плохо будет осознаваться не только позиция в жизни (rs = - 0,4; p≤0,04), но и понимание себя (rs = - 0,36; p≤0,03). Это объясняется тем, что потеряется неотъемлемая часть этого типа как эмоциональность и отзывчивость по отношению к людям. Для темперамента SJ положительная связь денег с «ориентаций во времени» (rs = 0,31; р≤0,01) объясняется тем, что для SJ важно занять достойное место в социальной структуре общества, а деньги в некоторой степени могут в этом помочь. Потребность в познании для интуитивно рационального типа отрицательно связана со здоровье (rs =-0,96; р≤0,00001)). Для NT важно получать новое знание ради знания, поэтому в своем стремлении к познанию не обращает внимание на свое здоровье. Потребности в познании SJ будет мешать азарт жизни (rs = - 0,4; р≤0,006), т.к. этот тип темперамента привык действовать по плану, то не стандартные ситуации могут сбить его с намеченного плана. По результатам исследования мы сделали вывод, что тип темперамента Д. Кейрси дополняет качества профессиональных типов личности. Методика Дж. Голланда должна входит в арсенал профориентационных методик в комплексе с тестом Д. Кейрси и активизирующим опросником Н.С. Пряжникова. Необходима разработка методов практической работы в профессиональной ориентации на более простых подходах и понятных как клиентам, так и самим психологам-профконсультантам. Быстрыми темпами меняющаяся экономическая ситуация в стране влияет на то, что изменяется содержание и суть работы многих профессий и появляются новые профессии. Поэтому нужны методики, которые учитывали бы эти влияния в зависимости от времени с учетом развития экономики.

Результаты нашего исследования могут быть использованы в профессиональном подборе кадров и выстраивании профориентационной работы с людьми, которые выбирают будущую профессию или уже выбрали, но не могут полностью в ней проявить свои таланты и способности. В дальнейшем планируется в исследовании использовать все активизирующие опросники Н.С. Пряжникова («За и против -1», «За и против – 2», «За и против – 3»).

**Заключение**

Важно отметить, что организации в своей деятельности стремятся к максимально эффективному использованию имеющихся ресурсов, в том числе и социально-психологических. Условно говоря, организация задается вопросом: «Что нам это дает для нашей деятельности?». Организации в своем развитии всегда отвечают на вопрос «зачем?» и всегда хотят получить ответ на «языке выгоды». Можно сделать вывод, что исследования социально-психологических процессов в организации и, в том числе изучение организационной идентификации, должны отчетливо показывать значимость этих процессов и явлений в достижении организационных целей.

**Список литературы**

1. Липатов С.А. Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии / Мир психологии, 2008, № 2.
2. Riketta Michael. Organizational identification: A meta-analysis // Journal of Vocational Behavior 66 (2008).
3. Маслоу Абрахам. Мотивация и личность. Перевод с анг. Татлыбаевой А.М. Вступительная статья Акулиной Н.Н.-СПб.: Евразия, 2009.
4. Овчинников Б.В., Владимирова И.М., Павлов К.В. Типы темперамента в практической психологии. – СПб.: Речь, 2007.
5. Юнг. К. Психологические типы. / Пер. с нем. – М.: «Университетская книга», ООО Фирма «Изд-во АСТ», 2008.