САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Баранская Светлана Сергеевна

Психологические факторы организационной лояльности

19.00.03 — Психология труда, инженерная психология, эргономика

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук

Научный руководитель: кандидат психологических наук,

доцент

Водопьянова Наталия Евгеньевна

Санкт-Петербург - 2012

**Оглавление**

**Введение 3**

[**Глава 1. Теоретический анализ понятия и проблем формирования организационной лояльности 12**](#bookmark2)

1. [Понятие организационной лояльности 12](#bookmark3)
2. [Типология лояльности 34](#bookmark9)
3. [Факторы организационной лояльности 42](#bookmark12)

[**Выводы по главе 66**](#bookmark18)

**Глава 2. Методическое обеспечение исследования 68**

* Организация исследования 68
* [Характеристика выборки 69](#bookmark19)
* [Методики исследования 70](#bookmark23)

2.4. Методы обработки исследования 88

**Глава 3. Результаты исследования и их обсуждение..... 89**

* + Уровень лояльности сотрудников 89
  + [Уровень организационной справедливости 97](#bookmark13)
  + [Удовлетворённость потребностей профессиональной деятельности сотрудников 104](#bookmark32)
  + [Характеристики организационной культуры 109](#bookmark29)
  + [Жизненные ценности сотрудников 111](#bookmark35)
  + [Результаты регрессионного анализа для общей выборки 120](#bookmark36)
  + [Результаты регрессионного анализа для групп менеджеров и специалистов 129](#bookmark41)

[**Выводы по главе 134**](#bookmark48)

**Выводы 136**

**Заключение 138**

**Список использованной литературы 143**

**Приложения 156**

**Введение**

На сегодняшний день организационная лояльность - это, одновременно, одно из наиболее актуальных и спорных, проработанных и, тем не менее, проблематичных понятий организационной психологии. Во многом это связано с проблемами построения исследователями теорий организационной лояльности, особенностей их преемственности. Многочисленные конвергентные теории привели к созданию большого количества синонимов и аналогов организационной лояльности, а также соответствующих им моделей, что способствовало созданию сложностей в смысловом употреблении термина «лояльность». Следствием подобных теорий является проблема выбора исследователями той или иной модели организационной лояльности, часто без возможностей совмещать несколько подходов в одном исследовании. Таким образом, данные, полученные в рамках одной модели организационной лояльности, не всегда могут дополнять, расширять и помогать интерпретировать результаты исследования, основанного на другой модели.

В настоящее время нет единого определения и концепции организационной лояльности. Однако данная проблема широко представлена как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях. Наиболее известная зарубежная модель Дж. Мейера и Н. Аллен [91] представляет организационную лояльность как связь сотрудника с организацией, препятствующей его добровольному уходу из неё. При этом организационная лояльность содержит в себе нормативный, связанный с выполнением сотрудником организационных норм и требований, аффективный компоненты, а также компонент стабильности, отражающий стремление сотрудника оставаться членом организации.

Подобные компоненты содержат также модели Л. Портера, Р. Моудей, Р. Стире и В. ЛаМастро [105; 81]: лояльность, согласно данным моделям, отражает стремление сотрудника поддерживать принадлежность к компании, принимать и разделять её цели и ценности, а также прилагать усилия для процветания организации. Особую значимость в зарубежных исследованиях на сегодняшний день имеет также анализ организационной лояльности наряду с другими типами лояльности: лояльности профессии и труду, представленные в моделях П. Морроу [95], Дж. Мейера [92] и Б. Шрэга [112].

В отечественных исследованиях организационной лояльности преобладают два основных взгляда на определение лояльности: лояльность как мера благонадёжности и безопасности сотрудников (К.В. Харский, И.Г. Чумарин, A.B. Ковров), а также лояльность как приверженность (Д.И. Доминяк, Л.Г. Почебут) или же компонент приверженности сотрудника к организации (М.И. Магура, М.Б. Курбатова). Благонадёжность представляет собой нормативную сторону лояльности, проявляющую себя в корректном, уважительном отношении к организации с соблюдением сотрудником всех надлежащих правил, требований и норм. В подходе к пониманию лояльности как приверженности основными являются эмоциональная привязанность сотрудника к организации [25], а также такие компоненты, как расположенность и осознанные действия в интересах компании: дополненные нормативным компонентом они представляют модель организационной лояльности как социально-психологической установки [12].

Представленные модели организационной лояльности имеют сходные критерии диагностики, однако рассматривают лояльность с разных точек зрения: как компонент более общего понятия (приверженность) и как самостоятельный феномен, как связь сотрудников со своей организацией и как социально-психологическую установку. При этом многочисленные определения лояльности позволяют отнести её также к сфере отношений и чувств [9; 11; 24; 112]. Кроме этого, организационная лояльность часто подменяется авторами другими типами лояльности, представленными в моделях П. Морроу [95] и Дж. Мейера [92] - лояльностью труду и профессиональной лояльностью, служащими скорее её факторами. Таким образом, на данный момент не существует единого определения лояльности и взгляда на её природу. Разная природа понятия подразумевает, соответственно, разные факторы и первопричины организационной лояльности.

Отдельной сложностью остаётся практическое исследование организационной лояльности: отсутствие единой теоретической базы, сложность в выборе и разработке методик диагностики, проблемы с достоверностью результатов, наличие культурно-ценностной специфики изучаемого понятия - всё это подчёркивает необходимость дальнейших разработок и коррекции диагностических методик. При этом сохраняется высокий практический интерес к исследованию основ формирования, поддержания и развития лояльности как к ключу к управлению взаимоотношениями между сотрудниками и их организацией.

Исходя из упомянутых сложностей, можно сделать вывод, что несмотря на большое количество теоретических и практических исследований, организационная лояльность по-прежнему остаётся скорее проблемой, чем изученным понятием. Таким образом, **актуальность выбранной темы** обусловлена как недостаточной проработанностью теоретических основ организационной лояльности, так и ограниченностью данных эмпирических исследований факторов лояльности, выполненных отечественными авторами.

Для разработки теории, наиболее точно и полно описывающей и объясняющей исследуемое понятие, значимую роль могут сыграть данные о факторах организационной лояльности. Выявление явных и неявных связей между лояльностью и другими формами и компонентами организационного поведения позволяет прояснить суть первого, сосредотачиваясь при этом на отграничении самой организационной лояльности от её факторов. Это, в свою очередь, способствует большей тщательности и объективности

теоретического анализа и практического исследования лояльности и её факторов.

Данные анализа системы психологических факторов организационной лояльности позволяют решать практические задачи формирования, поддержания и развития лояльности сотрудников к организации, корректировать взаимоотношения организации и сотрудников, повышать эффективность работы сотрудников, снижать утечку кадров и осуществлять профилактику неблагонадёжного поведения сотрудников.

Вышеуказанные проблемы свидетельствуют о том, что несмотря на большую представленность темы организационной лояльности в организационной психологии, существует необходимость в анализе, обобщении и систематизации разрозненных подходов и знаний, а также в дальнейшем глубоком и всестороннем рассмотрении феномена организационной лояльности, её основ и факторов, что является основной целью представленной работы.

Цель исследования - выявить психологические факторы организационной лояльности и изучить характер их влияния на её уровень.

Предмет исследования - психологические факторы

организационной лояльности: личностные и ситуационные.

Объект исследования - специалисты и менеджеры коммерческих и государственных организаций.

В пилотажном исследовании приняли участие 362 сотрудника (менеджеры, специалисты, руководители подразделений, средний персонал) трех государственных (медицинские учреждения, инженерная компания) и трех коммерческих (строительная корпорация, автосервис, агентство недвижимости) организаций Санкт-Петербурга в возрасте от 20 до 74 лет, со стажем работы в организации от 0,5 до 48 лет.

В основном эмпирическом исследовании приняли участие 282 сотрудник (53% мужчин, 47% женщин) двух государственных (медицинское учреждение, инженерная организация) и трёх коммерческих (строительная корпорация, автосервис, производственная компания) организаций Санкт- Петербурга. Из них 66% представляют специалисты (средний медицинский персонал, специалисты по недвижимости, инженеры), 34% - менеджеры (менеджеры, руководители отделений и проектных групп) в возрасте от 20 до 74 лет, со стажем работы от 0,5 до 48 лет.

**Гипотезы исследования:**

* Организационная справедливость и вовлечение сотрудников в управление делами организации могут выступать ситуационными факторами, повышающими уровень организационной лояльности.
* Положительный вклад в уровень организационной лояльности могут вносить такие личностные факторы, как профессиональная лояльность, лояльность труду, удовлетворённость потребностей в комфортных физических и социально-психологических условиях труда, жизненные ценности групповой направленности.

**Задачи исследования:**

* Провести теоретический анализ научных моделей организационной лояльности, выделить и обосновать психологические факторы организационной лояльности.
* Разработать и апробировать методику измерения типов лояльности: лояльности организации, профессии и труду; адаптировать методику измерения видов организационной справедливости.
* Оценить и сравнить уровень организационной лояльности сотрудников разного пола, возраста, должностного статуса, стажа работы и типа организаций.
* Выявить и определить вклад выделенных факторов в уровень организационной лояльности.

Исследование включало в себя несколько этапов: на первом этапе были проанализированы имеющиеся модели и типологии организационной лояльности, выделены её ситуационные и личностные психологические факторы. На основе проведённого теоретического анализа были поставлены цели и задачи исследования, сформулированы гипотезы исследования.

На втором этапе были проведены пилотажные исследования с целью разработки и апробирования методики измерения типов лояльности и адаптации методики измерения организационной справедливости.

На третьем этапе было проведено эмпирическое исследование по выявлению и определению вклада психологических факторов в уровень организационной лояльности.

**Теоретико-методологическая основа исследования** представлена основными современными подходами к изучению организационной лояльности отечественных и зарубежных авторов (М.И. Магура, В.И. Доминяк, И.Г. Чумарин, A.B. Ковров, Е. В. Доценко, JI. Г. Почебут, Е. В. Сидоренко, К. В. Харский, Дж. Мейер, JI. Портер, Н. Аллен, В. ЛаМастро, Б.Шарг, П. Морроу, Р. Моудей, Р. Стрите и др.); исследованиями, посвящённые анализу факторов организационной лояльности (Е.А. Lind, T.R. Tyler, R. Folger, M.A. Konovsky, Д. Шульц, C. Шульц, Дж. Шелдрейк, Д. Мацумото, Б. Нихофф, П. Суини, Д. МакФарлин, Р. Мурман, А.Н. Занковский, О.Г. Тихомирова и др.)

**Научная новизна исследования.**

1. Разработана иерархическая уровневая модель организационной лояльности, основанная на анализе и обобщении современных моделей лояльности.
2. Разработана методика измерения типов лояльности на основе анализа классификаций лояльности.
3. Разработана методика измерения видов организационной справедливости на основе адаптации опросников Б. Нихоффа, П. Суини, Д. МакФарлина.
4. Выявлены и рассмотрены ситуационные и личностные психологические факторы организационной лояльности.

Теоретическая значимость исследования.

1. Систематизированы и конкретизированы представления об организационной лояльности: проведён этимологический, культурно-исторический и биологический анализ основ и процесса формирования организационной лояльности, произведена дифференциация и анализ типов лояльности.
2. Представлена иерархическая уровневая модель организационной лояльности, рассматривающая переход лояльности от нормативно-правовых основ к сфере эмоций и чувств.
3. Выделены и описаны психологические факторы организационной лояльности.

Практическая значимость исследования.

1. Выделены психологические факторы, позволяющие решать практические задачи по поддержанию и развитию лояльности сотрудников к организации, использованию знания факторов организационной лояльности для повышения эффективности работы сотрудников и снижения текучести кадров, осуществлению профилактики неблагонадёжного поведения сотрудников, прогнозированию характера влияния управленческих решений на уровень организационной лояльности. Предложены практические рекомендации по управлению организационной лояльностью.
2. Разработанные методики измерения типов лояльности и видов организационной справедливости могут быть использованы в исследовательских и индивидуально-диагностических целях при отборе, формировании кадрового резерва, диагностике благонадежности персонала.
3. Полученные результаты исследования могут быть использованы при создании образовательных программ, монографий, методических пособий и учебников по подготовке психологов соответствующей специализации.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Лояльность профессии и труду являются личностными детерминантами развития организационной лояльности, дополняющими, но не сводимыми к ней. Организационная лояльность является одним из типов лояльности и имеет своим объектом отношение сотрудников к организации. Лояльность профессии и труду как типы, отличающиеся от организационной лояльности по своему объекту, являются личностными детерминантами её развития.
2. Социально-психологическим механизмом развития лояльности сотрудников к компании является поддержание организационной культуры, ориентированной на вовлечение сотрудников в жизнедеятельность и управление делами компании, обеспечение справедливости организационных процессов, процедур, внутренней регламентированности и структурированности в работе организации.
3. Ценности коллективизма, взаимоуважения и долга являются личностными детерминантами организационной лояльности. Наличие у сотрудников жизненных ценностей, ориентированных на общие цели и задачи, командную сплочённую работу способствуют развитию их организационной лояльности.

**Апробация работы.** Обсуждение результатов диссертационного исследования проводилось на кафедре психологического обеспечения профессиональной деятельности факультета психологии

Санкт-Петербургского Государственного Университета 2008-2011 гг. Материалы диссертации доложены на международной конференции «Психология XXI века: инновационные проекты и технологии в

психологии» (Санкт-Петербург, 2009, 2011гг), на Международной научно- практической конференции «Ананьевские чтения» (Санкт-Петербург, 2010, 2011 гг). Основные положения и результаты работы отражены в семи научных публикациях, в том числе в ведущих журналах, рекомендованных

ВАК (4 статьи), а также включены в коллективную монографию по курсу психологического обеспечения профессиональной деятельности.

Диссертация состоит из введения, трёх глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем диссертации составляет 204 страниц: 142 страниц основного текста, список использованной литературы - 13 страниц, приложения - 49 страниц. Работа содержит 2 таблицу, 17 рисунков и 34 приложений. Список использованной литературы включает 143 источника, из них 52 на русском и 91 на иностранных языках.

В ходе проведённого эмпирического исследования были выявлены ситуационные и личностные психологические факторы лояльности сотрудников, оказывающие как положительное, так и отрицательное влияние на её уровень. Также были получены данные о степени представленности данных факторов в конкретных российских организациях. Это, в свою очередь, позволяет создать ряд выводов и практических рекомендаций по управлению лояльностью сотрудников к своей компании:

1. Лояльность сотрудников может формироваться лишь в условиях организационной справедливости. В связи с этим, руководство компании должно быть честным, открытым, последовательным и беспристрастным в отношении распределения вознаграждений и поощрений своих сотрудников, а также процедур и критериев создания всех организационных решений. Лояльность, в свою очередь, будет являться ответом сотрудников на справедливое отношение организации к своим подчинённым и различным аспектам их работы.
2. Высокие показатели и степень значимости профессиональной лояльности для сотрудников говорят о необходимости профессиональной самореализации и карьерного роста как условий для обеспечения долгосрочных, лояльных отношений сотрудников со своей компанией. Поддерживать и повышать уровень организационной лояльности необходимо при помощи правильной политики развития и обучения персонала, разработки карьерных планов, внесением свободы и творческих элементов в работу сотрудников, предоставлением возможностей для реализации в работе имеющихся знаний, умений и навыков, а также их расширения и совершенствования.
3. Формирование организационной лояльности является достаточно длительным процессом и предполагает наличие долгосрочных, стабильных отношений с компанией. Поддержание данного процесса требует обеспечения сотрудников комфортными условиями труда, создания уверенных, доверительных взаимоотношений с коллегами и руководством, представления долгосрочных целей компании. Сотрудники должны видеть и понимать будущее своей компании, иметь уверенность в нём, чувствовать стабильность и чётко представлять своё совместное будущее с данной организацией.
4. Организационная лояльность является следствием правильно выстроенной организационной культуры, сильной преемственной и стабильной. Компания должна вовлекать сотрудников во все сферы своей деятельности путём делегирования полномочий и разделения влияния, привлечения сотрудников к разработке нововведений, организационных решений и процедур, создание командной, коллективистской ориентации. Уважение и обращение к организационным традициям, ценностям и накопленному опыту способствует преемственности созданной культуры и позволяет сплачивать коллектив, значимо повышая уровень его лояльности.

Создание сильной ценностной организационной основы, имеющей провосточное направление, способно корректировать личностные ценности сотрудников в сторону формирования и развития ценностей преданности и верности организации.

1. Лояльность предполагает подчинённость определённому порядку. В связи с этим, управление лояльностью сотрудников возможно при помощи создания чётких правил, норм и регламентов, распространяющихся на все сферы работы организации. Сотрудники должны иметь ясное представление о нормах и запретах, существующих в компании, а также мере ответственности за их нарушение. Организация при этом также должна подчиняться существующему регламенту, наравне со своими сотрудниками. Обеспечение справедливости и чёткости в создании и соблюдении правил и норм компании способствует формированию организационной лояльности на самых ранних этапах работы сотрудников в организации.

Несмотря на достаточно высокие показатели организационной лояльности, полученные в исследовании при помощи опросника, реальная лояльность сотрудников не включает в себя компонентов идентификации с организацией, о чём свидетельствуют результаты анализа ключевых понятий проективной методики. Лояльность профессии и труду часто подменяют и искажают показатели уровня демонстрируемой организационной лояльности. Это ещё раз подчёркивает необходимость разграничения данных понятий в теоретических и практических исследованиях, а также указывает на необходимость дальнейших разработок инструментов диагностики организационной лояльности.

Теоретические и практические исследования организационной лояльности крайне мало представлены в отечественных научных работах и публикациях. Зарубежные исследования лояльности, в свою очередь, представлены в основном работами западных авторов и во многом отражают культурную специфику их мировоззрения, в то время как эталоном воспитания лояльных сотрудников остаётся именно восточная школа менеджмента.

Проведенное в представленной диссертационной работе исследование раскрывает необходимость дальнейших разработок организационной лояльности в рамках отечественной российской школы менеджмента. Русское понимание данного термина не может быть однозначно сведено ни к западным, ни к восточным взглядам на лояльность, но сочетает в себе черты обоих подходов. Заимствование и адаптация зарубежных концепций должны в обязательном порядке сопровождаться собственными научными взглядами на организационную лояльность, основанными на результатах отечественных исследований.

Список использованной литературы

1. Баранская С.С. Методика измерения лояльности [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электронный научный журнал. 2011. № 1(15). ХЖБ: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011> п1 - 15/436-Ьагашкауа15.html (дата обращения: 28.08.2011).
2. Баранская С.С. Методы стимулирования и организационная лояльность // Методологические основы работы психолога: материалы XII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Психология XXI века». СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2009. С. 133-135.
3. Баранская С.С. Опросник «Организационная справедливость» (русскоязычная адаптация) // Вестник СПбГУ, серия 12 «Психология, педагогика, социология». 2011. №3. С. 145-153.
4. Баранская С.С. Организационная лояльность: культурно-исторический аспект // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2011. №4. С. 76-83.
5. Баранская С.С. Организационная справедливость как фактор организационной лояльности // Современная российская психология в мировой науке. Материалы XIV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученных «Психология XXI века». СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та, 2011. С. 389-391.
6. Баранская С.С. Проблема этимологии понятия «организационная лояльность» // Вестник КГУ им. Н.А.Некрасова. 2010. Т. 16. № 2. С. 30 304.
7. Баранская С.С. Проблемы диагностики организационной лояльности // Современные прикладные направления и проблемы психологии: материалы научной конференции «Ананьевские чтения». СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та, 2010. С. 34-36.
8. Брайан-Куинн Дж. Психологический контракт [Электронный ресурс] // Elitarium.ru: электронный журнал. 20 декабря 2007. 1ЖЬ: <http://www.elitarium.ru/2007/12/20/psikhologicheskijj> Jcontrakt.html (дата обращения: 19.09.2010).
9. Брединский А. Мотивация при выборе работы как основа лояльности вашего персонала [Электронный ресурс] // Управление персоналом: электронный журнал. 2001. URL:

http ://[www.uprav.biz/materials/upravlenie/view/6148](http://www.uprav.biz/materials/upravlenie/view/6148) .html (дата

обращения: 28.09.2011).

Ю.Витман, Д. С. Мотивация и стабильность персонала в организации. Автореф. дис.... канд. псих, наук : 19.00.05. СПб., 2004. 20 с.

1. Головин С.Ю. Словарь психолога-практика. Минск: Харвест, 2003. С. 80 82.