

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

ДОМИНЯК Владислав Игоревич

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ: МОДЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ
ОЖИДАНИЙ РАБОТНИКА ОТ СВОЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

19.00.05 – социальная психология

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Санкт-Петербург

2006

Работа выполнена на кафедре социальной психологии Санкт-Петербургского государственного университета

Научный руководитель: кандидат психологических наук,
старший научный сотрудник
Чикер Вера Александровна

Официальные оппоненты: доктор психологических наук,
профессор
Посохова Светлана Тимофеевна
кандидат психологических наук,
доцент

Ведущая организация: **Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы**

Защита состоится 27 сентября 2006 г. в 15 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.232.53 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: факультет психологии, ауд.227, наб. Макарова, 6, Санкт-Петербург, 199034.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета по адресу: Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2006 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат психологических наук

В. А. Чикер

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В настоящее время все большее внимание в России уделяется лояльности сотрудников своей организации как одной из важнейших составляющих успешного бизнеса. Это объясняется убежденностью в том, что лояльный работник выгоднее, чем нелояльный или безразличный. Однако отечественные работы, посвященные данному феномену, все еще являются единичными и очень разрозненными. До сих пор не существует единого понимания организационной лояльности как в России, так и за рубежом, несмотря на значительное внимание к данному конструкту зарубежных исследователей. Существуют различные точки зрения и, соответственно, различные модели лояльности. Отечественные модели разработаны явно недостаточно, а перенос зарубежных в российские условия осложнен культурно-историческими различиями. Кроме этого, во всем мире в последнее время отмечается активный переход от патерналистского взаимодействия с работниками к партнерскому. В связи с этим становятся важными, с точки зрения формирования лояльности, взаимные ожидания работника и организации, а также их реализация.

Таким образом, актуальность исследования определяется необходимостью инструментов, позволяющих прогнозировать лояльность, а также выбирать управленческие воздействия для ее повышения и необходимостью анализа и систематизации данных исследований, на основе которых можно было бы предложить модель развития лояльности с учетом современных тенденций в отношениях работника и организации.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют концепции, подходы и методы изучения организационной лояльности (О. С. Дейнека, Е. В. Доценко, А. В. Ковров, М. И. Магура, Л. Г. Почебут, Е. В. Сидоренко, К. В. Харский, И. Г. Чумарин, N. Allen, K. Beck, H. Becker, B. Benkhoff, G. Blau, V. Buchanan, A. Cohen, C. Goman, O. Grusky, L. Herscovitch, J. Ivancevich, R. Kanter, J. Meyer, P. Morrow, R. Mowday, L. Porter, M. Sheldon, C. Wilson и др.), а также работы, описывающие проблемы социальной и, в частности, организационной социальной психологии (Л. А. Верещагина, Л. Джуэлл, Е. К. Завьялова, Е. Н. Емельянов, М. И. Магура, Г. С. Никифоров, С. Е. Поварницына, Л. Г. Почебут, А. Л. Свенцицкий, В. А. Чикер, Э. Шейн и др.). В нашей работе мы представляем и исследуем модель развития организационной лояльности, в основу которой легли принципы теории развития систем (Г. С. Альтшуллер, Ю. П. Саламатов), принципы реализации ожиданий (S. Argye, P. Caligiuri, J. Greenhaus, E. Naumann, R. Reilly, H. Rosin, E. Vigoda, J. Wanous, S. Widmier, T. Wotruba и др.) и принцип субъективности (К. Левин).

Цель исследования: разработать и проверить модель развития организационной лояльности, основанную на концепции реализации ожиданий.

Предметом исследования является организационная лояльность как социально-психологическая установка и модель ее развития, основанная на концепции реализации ожиданий.

Объект исследования: сотрудники различных российских организаций и предприятий. В исследовании приняли участие 822 человека (328 мужчин и 494 женщины в возрасте от 16 до 70 лет).

Основная гипотеза заключается в предположении о том, что модель развития организационной лояльности, основанная на концепции реализации ожиданий, применима для описания психологической природы лояльности сотрудников к организации.

В соответствии с основной гипотезой исследования для проверки принципов, заложенных в основу модели, мы выдвинули следующие **частные гипотезы:**

1. Организационная лояльность связана со стажем работы в организации по нелинейному закону. После входа в организацию происходит снижение уровня организационной лояльности за счет расхождения между ожиданиями работника от организации и воспринимаемой действительностью. После снижения уровня организационной лояльности происходит ее рост за счет реального опыта работы в организации и, основанного на нем, восприятия возможностей реализации этих ожиданий.
2. Уровень организационной лояльности связан с расхождениями между ожиданиями сотрудника от своей организации и его субъективной оценкой организационной действительности, т.е. с его субъективным восприятием реализации ожиданий от организации.
3. Уровень организационной лояльности связан с восприятием работником возможности реализации своих ожиданий от организации, основанном на опыте работы в организации.

В соответствии с целью исследования, для проверки гипотез были сформулированы следующие **задачи:**

1. Провести теоретический анализ организационной и психологической литературы по предмету исследования. На основе анализа определить собственный взгляд на организационную лояльность, выделить основные принципы, лежащие в ее основе, рассмотреть взаимосвязь организационной лояльности и связанных с ней переменных: текучести, удовлетворенности работой, справедливости организации по отношению к своим сотрудникам и др., выбрать контрольные переменные для настоящего исследования.
2. На основе проведенного анализа разработать теоретическую модель развития организационной лояльности, основанную на принципах реализации ожиданий.
3. Выбрать наиболее адекватную российским условиям модель организационной лояльности и соответствующий инструмент ее измерения, подобрать и разработать диагностические методики, адекватные цели и гипотезам исследования.

4. Исследовать предложенную модель развития организационной лояльности, основанную на концепции реализации ожиданий, изучив взаимосвязи показателей модели, организационной лояльности и контрольных переменных, взаимосвязь организационной лояльности и стажа работы в организации, а также прогностическую способность модели.
5. Проверить предложенную модель развития лояльности в условиях конкретных организаций, изучив взаимосвязи показателей модели, измеренного и прогнозируемого показателей организационной лояльности, а также динамику показателей модели и организационной лояльности в связи со стажем работы в организации.
6. Разработать инструмент анализа картины возможностей реализации ожиданий в организации в соответствии с предложенной моделью.
7. Изучить взаимосвязи организационной лояльности с персональными социально-психологическими переменными: полом, возрастом и должностным статусом.

Методы исследования. Для проверки гипотез и решения поставленных задач использовались: теоретико-методологический анализ и интерпретация научных данных; эмпирические методы (анкетирование, опрос, экспертная оценка); методы обработки данных (количественный, корреляционный, сравнительный, множественный регрессионный анализ, анализ надежности по внутренней согласованности). При обработке данных использовались компьютерные программы MS Excel; StatSoft Statistica 6.0; SPSS 10.0.7.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании концепции организационной лояльности как социально-психологической установки, включающей чувства и эмоции по отношению к организации, разделению и принятию организационных целей, ценностей, норм и т.д. и добровольную активность в интересах организации, но не включающей намерение продолжать работу в организации. Нами предложен континуум измерения организационной лояльности, построена модель развития организационной лояльности, основанная на теории развития систем и теории реализации ожиданий, а также выделены внутри модели две составляющие лояльности: потенциальная и воспринятая. Разработаны инструменты, соответствующие предложенной модели, и позволяющие как прогнозировать организационную лояльность, так и разрабатывать комплекс мер по ее повышению. Произведена оценка взаимосвязей показателей модели с организационной лояльностью, оценка динамики организационной лояльности в связи со стажем работы в организации в российских условиях, а также оценка взаимосвязей организационной лояльности с такими переменными как справедливость и забота организации о своих сотрудниках. Получено эмпирическое подтверждение предложенной модели развития лояльности.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования полученных результатов в организациях при разработке комплекса

мер, направленных на сохранение и укрепление лояльности сотрудников. В результате исследования получен инструмент, позволяющий выявлять причины нелояльности работников, прогнозировать их лояльность и строить программы ее повышения. Предложенная модель позволяет не только оценивать организационную лояльность уже работающих сотрудников, но и прогнозировать отношение новых сотрудников к организации, а также дает основания для разработки, как коллективных, так и индивидуальных систем мотивации. Использование предложенных методик позволяет рассчитывать индексы карьерной и мотивационной привлекательности организаций, что дает возможность этим организациям оценивать свое положение на рынке труда, а для потенциальных кандидатов – выбирать наиболее привлекательное место работы.

Положения, выносимые на защиту:

1. Организационная лояльность может рассматриваться как социально-психологическая установка, характеризующая связь субъекта (кандидата, работника) с организацией, включающая в себя эмоциональную (чувства и эмоции, испытываемые к организации), когнитивную (разделение и принятие организационных ценностей, целей, норм и т.д.) и поведенческую, интенциональную (готовность прикладывать усилия в интересах организации) составляющие. Она формируется на основании субъективного восприятия индивидом различных ситуаций (включая организационные), предыдущего поведенческого опыта, существующих установок и ценностей (диспозиций), а также их интерпретации с учетом текущей индивидуальной мотивационной картины.

2. Лояльность работника по отношению к организации складывается из потенциальной и воспринятой лояльности. Обе ее составляющие развиваются по S-образной кривой. Потенциальная лояльность развивается на основе идеальной картины ожиданий от организации за счет предварительной информации об организации, полученной кандидатом с учетом его предыдущего опыта, существующих установок и актуальных потребностей. После "входа" в организацию потенциальная лояльность снижается из-за неизбежных расхождений между идеальной картиной ожиданий и действительностью. Длительность этого спада определяется наличием отложенных (долгосрочных) ожиданий. Воспринятая лояльность развивается с момента "входа" в организацию за счет оценки работником возможностей, перспектив реализации ожиданий, которая осуществляется на основе реального опыта работы в организации. Таким образом, существует нелинейная связь организационной лояльности со стажем работы в организации.

3. В качестве ожиданий сотрудника от организации могут рассматриваться как его карьерные ориентации, так и ожидания относительно реализации в организации мотивов профессиональной деятельности. Организационная лояльность не связана с личными карьерными ориентациями. С точки зрения реализации мотивов, более лояльными являются сотрудники, которые в момент поступления на

работу направлены на саму деятельность, на социальную компенсацию и/или на самомотивацию. Организационная лояльность связана, как с реализацией ожиданий, так и с оценкой работниками возможностей реализации этих ожиданий в организации. Восприятие возможностей реализации в целом является более значимым для формирования организационной лояльности, чем сама реализация. Однако в начальный, адаптационный период работы в организации значимость реализации ожиданий выше, чем восприятие возможностей их реализации за счет отсутствия организационного опыта.

4. Прогностическая способность модели, построенной на основе мотивов профессиональной деятельности выше, чем модели, построенной на основе карьерных ориентаций. Расширение модели за счет оценок справедливости и заботы организации о своих сотрудниках позволяет повысить прогностическую способность до 52%. Предложенную модель можно использовать с целью прогнозирования организационной лояльности. Рассмотрение удовлетворенности работой как коррелята организационной лояльности, а справедливости и заботы как возможных предпосылок организационной лояльности может быть справедливо и в российских условиях.

Апробация результатов работы. Материалы диссертации используются на занятиях со слушателями Высшей школы управления и финансов и Международной высшей школы управления, а также в лекционных курсах для студентов Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

Результаты исследования применялись при проведении оценки состояния организационной лояльности в двух коммерческих фирмах Санкт-Петербурга, на их основе разрабатывались рекомендации по проведению комплекса мероприятий для повышения лояльности работников. Результаты исследования обсуждались на научно-практических конференциях "Ананьевские чтения-2000", "Теория и практика становления и развития школы безопасности-2001", "Психология и современное общество-2006", на научных заседаниях кафедры инженерной педагогики и психологии Санкт-Петербургского государственного политехнического университета и кафедры социальной психологии Санкт-Петербургского государственного университета. Основные положения и результаты отражены в семи публикациях.

Объем и структура диссертации. Диссертация состоит из введения, четырех глав, выводов, заключения, библиографии и приложений. Общий объем работы – 280 страниц. В тексте содержится 37 таблиц, 22 рисунка. Библиография содержит 278 источников, из них 217 на иностранном языке.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяются его цель, предмет, объект, гипотезы, задачи, раскрывается научная новизна и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Организационная лояльность как социально-психологический феномен» состоит из шести разделов, включает в себя определение изучаемого феномена, теоретический анализ представлений отечественных и зарубежных исследователей относительно конструкта.

В первом разделе данной главы – «Основные подходы к определению понятия «организационная лояльность» – проводится семантический анализ понятия «лояльность». Устанавливается, что, в общем случае, организационная лояльность может означать верность сотрудников своей организации. Утверждается, что применительно к организации можно говорить о лояльном, верном, преданном сотруднике только в случае его инициативной добровольной активности (или намерении), направленной на интересы организации. Анализируются англоязычные термины, относящиеся к изучаемому феномену, устанавливается соответствие между понятиями «employee loyalty» и «organizational commitment». Обосновывается целесообразность использования термина «организационная лояльность» применительно к изучаемому явлению.

Анализируется содержание понятия, выделяются отечественные подходы к феномену: с точки зрения безопасности (А. В. Ковров), эмпирический подход (К. В. Харский, О. Батурина, С. Коростелева, А. Калабин и др.), научный подход, представленный собственными концепциями (Л. Г. Почебут, О. Е. Королева, О. С. Дейнека, Т. Н. Чистякова, Н. В. Моисеенко и др.) и пересмотром и адаптацией зарубежных моделей (М. И. Магура, Е. В. Доценко, Е. В. Сидоренко, Д. С. Витман). Рассматриваются зарубежные подходы к организационной лояльности: поведенческий (N. Aranya, H. Becker, L. Hrebiniak, S. Jaros, R. Kanter, J. Meyer и др.) и установочный (N. Allen, R. Brown, B. Buchanan, C. Goman, N. Jans, R. Kanter, J. Meyer, L. Porter, M. Sheldon и др.).

На основе анализа подходов выделяются: 1) эмоциональное отношение к организации (аффективный компонент), 2) разделение и принятие организационных ценностей, целей, норм, правил, процедур, решений и т.д. (когнитивный компонент) и 3) намерение (готовность) действовать определенным образом (поведенческий компонент). Предлагается определять организационную лояльность как социально-психологическую установку, включающую эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты (последний представлен в интенциональной форме), характеризующую связь сотрудника с организацией и определяющую силу этой связи. Компоненты лояльности могут проявляться независимо друг от друга, оценка организационной лояльности может проводиться с помощью профиля лояльности. Рассматривается континуум организационной лояльности в виде шкалы от нелояльности через нейтральное отношение к лояльности. При этом в области нелояльности находятся такие поведенческие проявления как предательство, вредительство и т.д. Область лояльности соответствует таким понятиям как верность,

преданность, приверженность и подразумевает позитивную активность по отношению к организации.

Во втором разделе – «Модели лояльности» – рассматриваются модели организационной лояльности, предложенные разными исследователями (O'Reilly, J. Chatman; S. Jaros; O. Grusky; P. Morrow; Е. В. Сидоренко и др.), особое внимание уделяется наиболее распространенным моделям Л. Портера (L. Porter) и Д. Мейера и Н. Аллен (J. Meyer, N. Allen), описываются методики, соответствующие этим моделям. Анализ различных подходов и моделей лояльности позволил выделить принципы, лежащие в основе понимания организационной лояльности разными исследователями: 1) когнитивное соответствие – поведение работника и его установки по отношению к организации в процессе согласования взаимно укрепляют друг друга; 2) снижение затрат – осознание работником собственных накопленных инвестиций в организацию и возможных альтернатив; 3) взаимные выгоды сотрудника и организации; 4) личный опыт – эмоциональная и когнитивная оценка личного опыта по таким параметрам как организационная поддержка и справедливость, личная значимость и компетентность; 5) необходимость выполнения обязательств по отношению к организации, рассматривающихся как продукт социализации (личные ценности) или как результат инвестиций в сотрудника (долг); 6) удовлетворение потребностей сотрудника; 7) разделение и/или привлекательность целей и ценностей организации.

Отмечается, что организационная лояльность рассматривается исследователями как устойчивое образование и во многом определяется взаимностью (т.е. отношением организации к сотруднику). На основе анализа утверждается, что организационная лояльность формируется на основании субъективного восприятия индивидом различных ситуаций, включая организационные, предыдущего поведенческого опыта, существующих установок и ценностей (диспозиций) и их интерпретации с учетом текущей индивидуальной мотивационной картины.

В третьем разделе – «Фокусы лояльности» – рассматриваются различные объекты (фокусы) лояльности (профессиональный союз, профессия, работа, карьера, команда и т.д.). Утверждается, что модель лояльности как социально-психологической установки, включающей эмоциональные реакции, разделение и принятие ценностей, целей, норм, правил и т.д., и готовность прикладывать усилия в интересах объекта лояльности, и не включающей в себя намерение поддерживать членство, позволяет значительно расширить границы применения конструкта за счет объектов, членом которых субъект не является.

В четвертом разделе – «Исследования организационной лояльности в условиях различных культур» – рассматривается опыт адаптации западных моделей организационной лояльности к условиям различных культур (Арабские Эмираты, Гонконг, Израиль, Китай, Нидерланды, Россия, Саудовская Аравия, Сингапур, Тайвань, Турция, Франция, Южная Корея). Отмечается, что модель Портера и шкала

аффективной лояльности модели Мейера-Аллен легко адаптируются к условиям различных культур. Возможности адаптации продолженной и нормативной шкал требуют дополнительных исследований.

В пятом разделе – «Корреляты и последствия организационной лояльности» – рассматриваются переменные, связанные с изучаемой. К последствиям относят текучесть, намерение оставить организацию и профессию, намерение уйти из организации и т.п., организационное гражданское поведение, производительность труда; к коррелятам – удовлетворенность работой, вовлеченность в работу и др.

В шестом разделе – «Предпосылки организационной лояльности» – показаны переменные, определяемые различными исследователями как предпосылки организационной лояльности: персональные переменные (пол, семейное положение, возраст, должность, образование, стаж работы, ценности, мотивационные переменные), системные (организационные) переменные (вознаграждение за работу, лидерское поведение, восприятие внешнего престижа, использование навыков, ориентация на обучение, уровень полномочий, разнообразие работы, автономия, организационная поддержка, справедливость, ролевой конфликт, успех организации, возможности продвижения, реализация ожиданий, общение с коллегами и др.) и надсистемные (внеорганизационные) переменные (семейные и родственные обязательства, супружеская поддержка, установки семьи и друзей, внерабочие интересы, благоприятные возможности и др.). В качестве контрольных переменных выбраны: общая удовлетворенность работой, оценки заботы и справедливости организации по отношению к своим сотрудникам, а также намерение оставить организацию.

Вторая глава – «Методы и организация исследования» – состоит из четырех разделов. В *первом разделе* – «Организация и программа исследования» – обозначены цель, предмет, объект, гипотезы исследования, приводится программа, описываются этапы исследования.

Исследование проходило в три этапа. На *первом этапе* определялись цель, задачи, теоретические подходы к исследованию, были проанализированы основные отечественные и зарубежные подходы к организационной лояльности, а также сформулированы основные положения модели развития организационной лояльности, основанной на концепции реализации ожиданий. *Второй этап* был посвящен проведению двух пилотажных исследований, направленных на выбор методики для измерения организационной лояльности. В первом исследовании проводилось сравнение существующих способов измерения лояльности, во втором – уточнение возможности применения трехкомпонентной модели в российских условиях. На *третьем этапе* было проведено основное исследование, которое, в свою очередь, можно разбить на три части. Первая часть посвящена исследованию модели реализации карьерных ориентаций. Во второй части проводилась оценка модели реализации ожиданий относительно мотивов профессиональной

деятельности, оценивались связи организационной лояльности и ее коррелятов, изучались тенденции развития организационной лояльности с ростом стажа работы в организации. Третья часть посвящена опыту применения модели реализации ожиданий в условиях конкретной организации.

Второй раздел главы – «Характеристика выборки» – содержит описания выборок для каждого этапа исследования. В первой части пилотажного исследования приняли участие 23 руководителя среднего звена одного из промышленных предприятий Санкт-Петербурга, во второй части – 214 работников этого же предприятия. В первой части основного исследования приняли участие 42 сотрудника коммерческих стоматологических клиник Москвы и Санкт-Петербурга, во второй части – 236 работников различных российских предприятий и организаций, в третьей части – 307 сотрудников системы коммерческих медицинских учреждений Москвы и Санкт-Петербурга.

Третий раздел – «Выбор и основные характеристики методики измерения лояльности» – содержит обоснование выбора методики «Опросник организационной лояльности» (OCQ) Л. Портера в качестве основной для измерения изучаемого конструкта на основании данных проведенных пилотажных исследований. Приводятся показатели надежности и нормативные значения для данной методики.

В *четвертом разделе* – «Описание методик для измерения показателей модели реализации ожиданий» – содержится описание принципов, заложенных в разработанные схемы реализации ожиданий, а также обоснование выбора и характеристика разработанных методик, соответствующих задачам исследования и позволяющих проверить выдвинутые гипотезы. Описываются показатели предложенной модели, приводятся алгоритмы их расчета. В частности, в исследовании используются: методика «Якоря карьеры» Э. Шейна в адаптации В. А. Чикер и В. Э. Винокуровой; авторская методика «Организационные якоря карьеры»; авторская методика «Возможность реализации мотивов»; модифицированный опросник удовлетворенности работой В. А. Розановой и другие.

Третья глава – «Исследование методик измерения организационной лояльности» – состоит из двух разделов, посвященных, соответственно, оценке валидности и надежности методик измерения организационной лояльности и проверке возможности использования опросника Мейера-Аллен для измерения организационной лояльности. В *первом разделе* проводится сравнительный анализ четырех методик измерения организационной лояльности: «Опросника организационной лояльности» Л. Портера, трехкомпонентной методики В. ЛаМастро, методики измерения лояльности (МИЛ) Л. Г. Почебут и О. Е. Королевой и методики экспертной оценки. Приводится описание методик, проводится анализ надежности по внутренней согласованности, оценка связей с основной контрольной переменной (общей удовлетворенностью работой), оценка связей с самооценками и между собой.

Приводятся результаты факторного анализа «Опросника организационной лояльности» Л. Портера.

Во *втором разделе* исследуется возможность и особенности применения «Шкалы организационной лояльности» Мейера-Аллен, соответствующей трехкомпонентной модели в российских условиях. Приводится описание методики, анализ надежности по внутренней согласованности, факторный анализ, анализ связей субшкал опросника между собой, анализ связей субшкал опросника с контрольными переменными (удовлетворенностью работой, организационной справедливостью и заботой, намерением покинуть организацию) и самооценками, анализ связей вопросов субшкал с соответствующими самооценками. На основании полученных результатов утверждается, что опросник Мейера-Аллен для измерения организационной лояльности можно применять ограниченно: шкалу продолженной лояльности предпочтительно не использовать из-за ее низкой согласованности. Также нужно учитывать плохую дифференцируемость шкал, которая говорит о несоответствии в таком виде опросника трехкомпонентной модели лояльности.

В **четвертой главе – «Результаты исследования организационной лояльности в соответствии с моделью реализации ожиданий»** – представлено описание предложенной нами модели развития лояльности, а также результаты исследования модели, основанные на интерпретации полученных данных с помощью количественного анализа, анализа значимых различий, а также корреляционного и регрессионного анализа.

В *первом разделе* четвертой главы – «Модель развития организационной лояльности» – приводится описание предложенной модели развития лояльности. До поступления на работу в организацию потенциальный работник сначала не владеет информацией об организации или владеет в минимальном объеме (некая нулевая точка). В процессе формирования решения о поступлении на работу он накапливает знания об организации, условиях работы, предполагаемой компенсации и т. п. На основе этих знаний с учетом его предыдущего опыта, его картины мира, при участии воображения формируется идеальная картина ожиданий от организации. Лояльность потенциального работника, которую можно назвать *потенциальной*, к организации растет (предположительно по S-образной кривой). На стадии стабилизации он «входит» в организацию. С момента входа эта лояльность начинает снижаться за счет расхождений между идеальной картиной ожиданий и восприятием им реальной картины организационной жизни.

С момента входа в организацию у работника начинает формироваться *воспринятая* лояльность, основанная на реальном опыте пребывания в организации. Она также должна развиваться по S-образной кривой. В основе воспринятой лояльности, лежит субъективная оценка сотрудником возможностей, перспектив реализации ожиданий. Однако на ее развитие влияют и другие факторы, такие, как инвестиции в организацию, групповые эффекты и т. д. Поэтому, даже если сотрудник

воспринимает возможности реализации ожиданий как незначительные, воспринятая лояльность может расти, но медленнее.

Итоговая (суммарная) лояльность складывается из потенциальной и воспринятой лояльности. Таким образом, результирующая кривая развития лояльности может быть построена на основе двух кривых: потенциальной лояльности и воспринятой лояльности. Уровень потенциальной лояльности создает своеобразное "опорное напряжение" для развития лояльности. Величина этой "опоры" связана с реализацией ожиданий, т.е. насколько соответствует организационная действительность ожиданиям. В зависимости от степени расхождений между картиной ожиданий и восприятием действительности потенциальная лояльность снижается до некоторого уровня, а затем стабилизируется (рис. 1). Таким образом, итоговая лояльность сначала снижается, затем начинает развиваться в соответствии с ростом воспринятой лояльности.

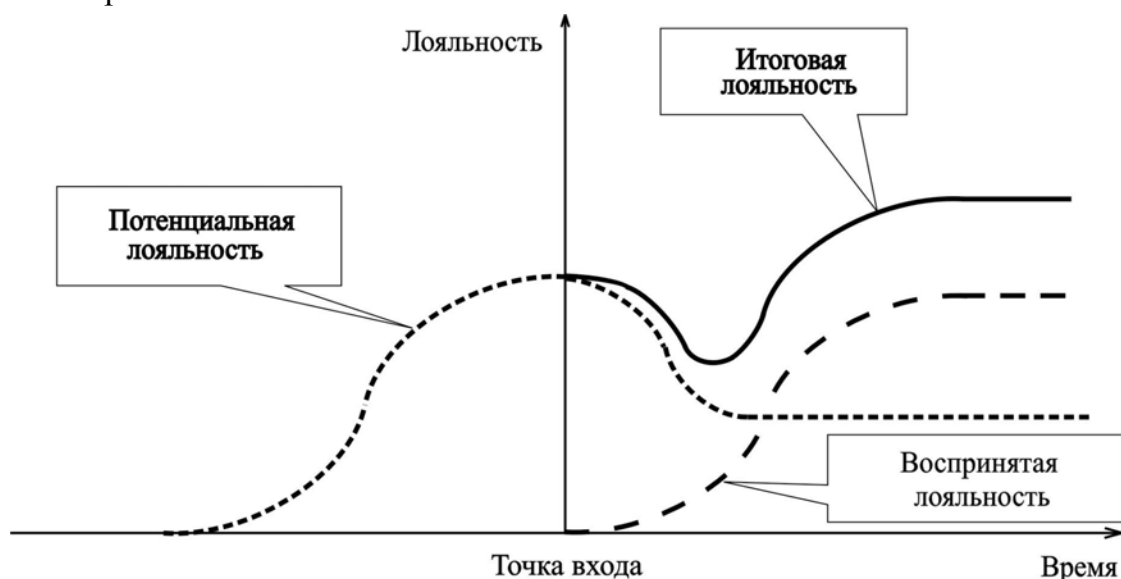


Рис. 1. Модель развития организационной лояльности

Во *втором разделе* – «Результаты исследования модели реализации карьерных ориентаций» – в качестве ожиданий рассматриваются карьерные ориентации человека, а также проводится исследование модели развития организационной лояльности в соответствии со схемой реализации карьерных ориентаций.

Для всех используемых в исследовании инструментов был проведен анализ надежности по внутренней согласованности, все шкалы показали высокую внутреннюю согласованность (для «Опросника организационной лояльности» (ОСЛ) $\alpha=0,87$, для «Личного индекса карьеры» (ЛИК) $\alpha=0.79$, для «Возможности реализации карьеры» (ВРК) $\alpha=0.82$). На основании корреляционного и множественного регрессионного анализа утверждается, что: 1) организационная лояльность не связана с личными карьерными ориентациями, т.е. вне зависимости от карьерных ориентаций сотрудник может быть как лояльным к организации, так и нелояльным; 2) организационная лояльность связана с реализацией карьерных ориентаций в

организации ($r=0.47$, $p<0.01$); 3) организационная лояльность связана с субъективной оценкой сотрудником возможности реализации карьерных ориентаций в организации ($r=0.48$, $p<0.01$); 4) показатель возможности реализации карьерных ориентаций отражает личные карьерные ориентации сотрудника, и является более информативным по сравнению с показателем реализации карьерных ориентаций; 5) показатели реализации карьерных ориентаций и возможности реализации карьерных ориентаций обладают примерно равной прогностической способностью относительно организационной лояльности, превышающей 20%. Таким образом, карьерная составляющая в предпосылках организационной лояльности присутствует, но является недостаточной.

Третий раздел – «Исследование модели реализации ожиданий» – посвящен исследованию модели развития организационной лояльности в соответствии со схемой реализации мотивов профессиональной деятельности. Для проверки корректности использования показателей организационной лояльности (ОСQ), личного индекса ожиданий (ЛИО) и возможности реализации мотивов (ВРМ) был проведен анализ надежности измерительных инструментов по внутренней согласованности. Все шкалы показали высокую внутреннюю согласованность (для ОСQ $\alpha=0.90$, для ЛИО $\alpha=0.86$, для ВРМ $\alpha=0.90$). Таким образом, применение данных измерительных инструментов признано корректным.

Приводится корреляционный анализ показателей модели и показателя организационной лояльности, оценка прогностической способности модели, анализ динамики организационной лояльности, анализ социально-демографических особенностей организационной лояльности. Представлены связи организационной лояльности с ожиданиями относительно удовлетворения от процесса деятельности ($r=0.25$, $p<0.001$), достижения результата ($r=0.20$, $p<0.01$), самореализации в данной сфере ($r=0.19$, $p<0.01$), уважения ($r=0.23$, $p<0.001$), общения с коллегами ($r=0.16$, $p<0.05$), ощущения собственной полезности ($r=0.24$, $p<0.001$), азарта ($r=0.15$, $p<0.05$) и успеха ($r=0.18$, $p<0.01$), а также с личным индексом ожиданий ($r=0.23$, $p<0.001$). Организационная лояльность связана с субъективной оценкой возможности реализации мотивов профессиональной деятельности ($r=0.64$, $p<0.001$) и с уровнем реализации этих мотивов ($r=0.54$, $p<0.001$), что подтверждает принцип реализации, заложенный в модель: отсутствие реализации ведет к снижению лояльности, восприятие возможностей реализации ведет к ее увеличению.

Существует нелинейная связь организационной лояльности со стажем работы в организации, причем на протяжении первых двух лет работы уровень организационной лояльности снижается, а затем начинает расти (рис. 2).

Организационная лояльность коррелирует с удовлетворенностью работой ($r=0.62$, $p<0.001$), справедливостью ($r=0.57$, $p<0.001$) и заботой организации о своих сотрудниках ($r=0.52$, $p<0.001$).

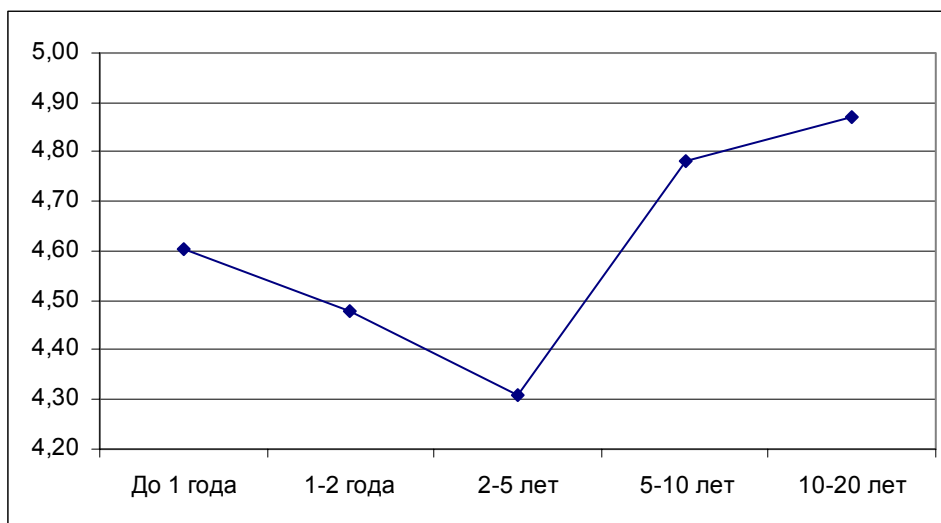


Рис. 2. Изменение уровня организационной лояльности в связи со стажем работы в организации

Предложена упрощенная формула для прогнозирования уровня организационной лояльности, включающая показатель возможности реализации мотивов и оценки справедливости и заботы организации о своих сотрудниках:

$$ОЛ = 1.80 + 0.07 * Сп + 0.06 * Зб + 0.29 * ВРМ, \quad (1)$$

где: ОЛ – организационная лояльность; Сп – оценка справедливости организации по отношению к своим сотрудникам; Зб – оценка заботы организации о своих сотрудниках; ВРМ – показатель возможности реализации мотивов. Такой вариант формулы позволяет упростить процедуру сбора и обработки данных. Прогностическая способность формулы составила 52%. Таким образом, возможно ее применение для прогнозирования уровня организационной лояльности, за исключением периода адаптации (первые месяцы работы). Это связано с тем, что оценка возможности реализации мотивов в этот период еще не является значимой для формирования организационной лояльности. В адаптационный период упор имеет смысл делать на показатель реализации ожиданий.

Четвертый раздел – «Исследование организационной лояльности по модели реализации ожиданий в конкретной организации» – посвящен применению модели реализации ожиданий для исследования организационной лояльности в конкретной организации. Первоочередной задачей этого этапа была проверка прогностической способности расширенной модели. Для этого был проведен корреляционный анализ организационной лояльности, прогноза организационной лояльности, показателя возможности реализации мотивов, оценок справедливости и заботы организации о своих сотрудниках. Сильная статистически значимая связь измеренного показателя организационной лояльности и прогнозируемого уровня организационной лояльности ($r=0.75$, $p<0.01$), рассчитанного по формуле 1, позволяет говорить о возможности применения формулы для прогноза организационной лояльности.

На основе анализа данных проведенного исследования утверждается, что значимость возможности реализации мотивов в формировании организационной лояльности, возможность расширения модели за счет оценок справедливости и заботы организации о своих сотрудниках и возможность предсказания уровня организационной лояльности с помощью расширенной модели подтверждаются в условиях конкретной организации. Также в разделе приводится описание инструмента, позволяющего выявлять причины нелояльности сотрудников, прогнозировать их лояльность и строить программы повышения организационной лояльности, как для конкретных сотрудников, так и для организации в целом. Приводится пример построения профилей возможности реализации мотивов работника и организации (рис. 3).

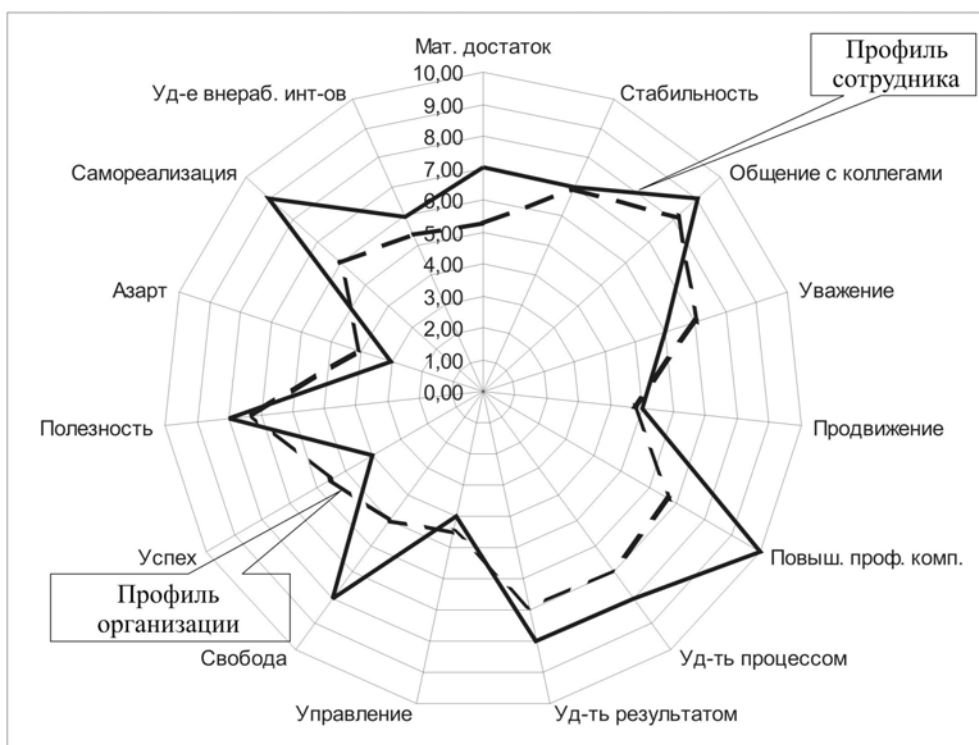


Рис. 3. Профили возможности реализации мотивов сотрудника и организации

Основные выводы по результатам исследования:

1. Существует нелинейная связь организационной лояльности со стажем работы в организации, причем после начала работы в организации уровень организационной лояльности снижается (в течение первых двух-трех лет работы), а затем начинает расти.
2. Организационная лояльность связана с реализацией ожиданий, т.е. с расхождениями между ожиданиями работника от организации и его субъективной оценкой действительности.
3. Организационная лояльность связана с субъективной оценкой сотрудником возможности реализации ожиданий. Показатель возможности реализации ожиданий является устойчивым коррелятом организационной лояльности.

4. Восприятие возможностей реализации ожиданий в целом является более значимым для формирования организационной лояльности, чем сама реализация. Однако, в начальный период работы сотрудника в организации (первые месяцы) на первый план выходит собственно реализация ожиданий.
5. Модель реализации ожиданий может использоваться для прогноза организационной лояльности. Прогностическая способность модели составила 43%. Расширение модели реализации ожиданий за счет включения оценок справедливости и заботы организации о своих сотрудниках позволило повысить прогностическую способность до 55%. Предложена упрощенная формула для прогнозирования уровня организационной лояльности, включающая показатель возможности реализации мотивов и оценки справедливости и заботы организации о своих сотрудниках. Прогностическая способность формулы составила 52%. Данная формула может быть использована для экспресс-прогноза организационной лояльности работников со стажем работы более года. Для получения более обширной картины организационной лояльности имеет смысл применять полную модель и, соответственно, полную формулу для ее прогноза (с учетом показателя реализации ожиданий).
6. На основании сказанного можно утверждать, что модель развития организационной лояльности, основанная на концепции реализации ожиданий, применима для описания психологической природы лояльности сотрудников к организации.
7. В результате исследования нами получен инструмент, позволяющий выявлять причины нелояльности сотрудников, прогнозировать их лояльность и строить программы повышения организационной лояльности, как для конкретных сотрудников, так и для организации в целом. Применение инструмента в условиях конкретной организации показало его работоспособность. На основе исследования были выработаны рекомендации по повышению уровня лояльности сотрудников, которые были представлены руководству компании.
8. Наиболее устойчивым коррелятом организационной лояльности является удовлетворенность работой. На ее формирование предположительно также влияет возможность реализации ожиданий. Организационная лояльность, также как показатели модели реализации ожиданий, не связана с полом и возрастом работников. Не обнаружена связь организационной лояльности с установками работников относительно их профессиональной карьеры. Должностной статус связан с организационной лояльностью: работники с высоким статусом более лояльны. В соответствии с моделью, это объясняется тем, что с ростом должностного статуса расширяются горизонты возможностей реализации ожиданий.
9. Организационная лояльность связана с личным индексом ожиданий, отражающим ожидания сотрудника относительно реализации мотивов профессиональной

деятельности в момент начала работы в организации. Можно утверждать, что более лояльными являются работники, которые в момент поступления на работу направлены на саму деятельность, на социальную компенсацию и/или на самомотивацию.

В **заключении** диссертации подводятся общие итоги работы, намечаются перспективы для дальнейшего исследования организационной лояльности, формулируются практические рекомендации по оптимизации систем развития организационной лояльности.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Доминяк В.И. Лояльность персонала как социально-психологическая установка // Ананьевские чтения: (Тезисы научно-практической конференции "Ананьевские чтения-2000") / Под ред. А.А.Крылова. - СПб.: Изд-во СПб университета, 2000, с.211-213.
2. Доминяк В.И. Различные подходы к феномену лояльности и безопасность организаций // Теория и практика становления и развития школы безопасности (научные, учебные, методические и организационные аспекты). Сборник тезисов докладов всероссийской научно-практической конференции. - СПб: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена, 2001, с.31-32.
3. Доминяк В.И. Лояльность персонала как социально-психологическая установка // Персонал-Микс, 2002, №5, с.73.
4. Доминяк В.И. Феномен лояльности в разработках зарубежных исследователей // Персонал-Микс, 2003, №1, с.107-111.
5. Доминяк В.И. Измерение лояльности: действующая модель // Персонал-Микс, 2004, №2, с.114-119, №3, с.105-108.
6. Доминяк В.И. Организационная лояльность: основные подходы // Менеджер по персоналу, 2006, №4, с.34-40.
7. Доминяк В.И. Индексы мотивационной и карьерной привлекательности как посредники между организациями и обществом // Психология и современное общество: взаимодействие как путь взаиморазвития. Материалы международной научно-практической конференции. – СПб: СПбИУиП, 2006, с.196-200.

Доминьяк В.И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации. Автореферат дисс. на соиск. уч. ст. канд. псих. наук. 19.00.05 - социальная психология. СПб.: СПбГУ, Изд-во "Лема", 2006. - 18 с.