

**Взаимосвязь образа организационной культуры и уровня организационной
лояльности сотрудника**

Брукштын Ксения Александровна

Студент

*Белорусский государственный университет, Философии и социальных наук, Москва,
Россия*

E-mail: brukshtyn_kseniya@mail.ru

Актуальность темы работы обусловлена существованием проблемы по привлечению персонала и удержанию в организации ценных сотрудников. Данная работа на примере одной из крупнейших белорусских организаций раскрывает особенности лояльности белорусских сотрудников, характеристики образа организационной культуры и особенности взаимосвязи этих феноменов.

Организационная культура (**ОК**) – автономный пласт культуры, сложившаяся система общих ценностей, представлений, убеждений, отношений, символов, норм, которые проявляются в формальных или неформальных правилах, ориентирующих членов организации на определенные образцы поведения [1, 3, 4, 5, 6, 7]. Говоря об организационной лояльности (**ОЛ**), мы придерживаемся точки зрения С.С. Баранской, которая отделяет организационную лояльность (**ОЛ**) от профессиональной лояльности (**ПЛ**) и лояльности труду (**ЛТ**) [2].

Объект исследования: образ организационной культуры.

Предмет исследования: образ организационной культуры у сотрудников с разным уровнем организационной лояльности.

Цель исследования: охарактеризовать образы организационной культуры у сотрудников с разным уровнем организационной лояльности.

Гипотеза исследования: характеристики образов организационной культуры различны у сотрудников с разным уровнем организационной лояльности, а именно:

- сотрудники с высоким уровнем **ОЛ** в большей степени удовлетворены **ОК** компании, чем сотрудники с низким уровнем **ОЛ**;
- у сотрудников с высоким уровнем **ОЛ** образ **ОК** кланового типа, а у сотрудников с низким уровнем **ОЛ** образ **ОК** бюрократического типа.

Наряду с общей гипотезой был выдвинут **ряд частных гипотез исследования:**

1. Образы **ОК** различны у мужчин и женщин с разным стажем работы.
2. Образы **ОК** различны у сотрудников, занимающих разные должностные позиции в организации.
3. Образы **ОК** различны у сотрудников из разных подразделений организации.
4. Образы **ОК** различны у сотрудников с разным уровнем **ПЛ**.
5. Образы **ОК** различны у сотрудников с разным уровнем **ЛТ**.

Метод исследования – опрос. **Методики:** инструмент оценки организационной культуры (**ОСАИ**) К. Камерона и Р. Куинна [4] и методика измерения лояльности С.С. Баранской [2, 8].

Выборка: 218 сотрудников из разных подразделений крупной белорусской торговой организации со стажем работы от 1 месяца до 5 лет.

Данные эмпирического исследования обработаны с помощью программы IBM SPSS Statistics v.16. Обработка осуществлялась с помощью методов описательных статистик, таблиц сопряженности, парного t-критерия Стьюдента, непарного t-критерия Стьюдента, однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA), множественных сравнений с использованием апостериорного критерия значимости Шеффе.

В результате исследования **основная гипотеза подтвердилась**:

- сотрудники с высоким уровнем ОЛ воспринимают ОК как смесь Кланового и Рыночного типов; со средним уровнем ОЛ – как смесь Кланового, Рыночного и Бюрократического типов; с низким уровнем ОЛ – как смесь Рыночного и Бюрократического типов;

- сотрудники с высоким уровнем ОЛ в большей степени удовлетворены ОК компании, чем сотрудники с низким уровнем ОЛ.

В качестве желаемой ОК большинство сотрудников независимо от уровня ОЛ выбирают ОК кланового типа.

Частная гипотеза о том, что образы ОК различны у **мужчин и женщин с разным стажем работы** подтвердилась:

- у мужчин с увеличением стажа работы в компании образ ОК изменяется от ОК смешанного типа к ОК бюрократически-рыночного типа;

- у женщин с увеличением стажа работы образ ОК практически не изменяется. У женщин-стажеров образ ОК с ярко выраженными признаками клана, а у женщин со стажем работы более года образ ОК кланово-рыночный.

Было выявлено, что уровень ОЛ не связан с полом сотрудника, однако, имеет взаимосвязь со стажем работы в компании. У стажеров уровень ОЛ выше, чем у более опытных сотрудников.

Частная гипотеза о взаимосвязи образа ОК с **занимаемой должностной позицией** не подтвердилась. Что касается уровня ОЛ, было выявлено, что сотрудников с низким уровнем ОЛ больше всего среди специалистов, а сотрудников с высоким уровнем ОЛ больше всего среди руководителей.

Было также выявлено, что образы ОК различны у сотрудников **из разных подразделений организации**:

- офисные сотрудники находят в ОК компании больше признаков Бюрократии, чем сотрудники магазинов,

- сотрудники розничных продаж в большей степени, чем безналичных, описывают ОК компании как клановую,

- сотрудники из г. Минска находят в ОК компании больше признаков «Рынка», чем сотрудники из регионов.

У сотрудников из разных подразделений значимых различий по уровню ОЛ выявлено не было.

Частная гипотеза о том, что образы ОК различны у сотрудников с разным уровнем **профессиональной лояльности** не подтвердилась. Частная гипотеза о том, что образы ОК различны у сотрудников с разным уровнем **лояльности труду** подтвердилась: сотрудники с высоким уровнем ЛТ в меньшей степени в образе ОК компании отмечают признаки рынка и бюрократии и считают, что в организации в большей степени проявляют себя признаки клана и адхократии.

На основании результатов исследования можно прогнозировать изменения лояльности персонала и контролировать факторы, определяющие, какой образ организационной культуры формируется у персонала.

Литература

1. Аксеновская Л.Н. Социально-психологическая модель организационной культуры: концепция, методология, технология изменения. Автореф. дисс. ... д-ра псих. наук. М., 2008.
2. Баранская С.С. Проблема этимологии понятия «организационная лояльность» // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2010. Т. 16. № 2. С. 301–304.
3. Сулим Н.Н. Социально-психологические особенности формирования организационной культуры предприятия. Автореф. дисс. ... канд. псих. наук. Курск, 2009.
4. Cameron K.S., Quinn R.E. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. San Francisco, 2005.
5. Jex S.M., Britt T.W. Organizational psychology : a scientist-practitioner approach. – 2nd ed. London, 2008.
6. Kunde J. Corporate religion: building a strong company through personality and corporate soul. London, 2002.
7. Schein E.H. Organizational culture and leadership. – 3rd ed. San Francisco, 2004.
8. Психологические исследования: электрон. науч. журн.: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011n1-15/436-baranskaya15.html>.

Слова благодарности

Благодарность за помощь в исследовании выражается старшему преподавателю кафедры психологии Факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета Фофановой Галине Александровне.