

Учреждение образования

**«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»**

**Факультет психологии**

**Кафедра социальной психологии**

Дневная форма получения образования

Специальность «Психология» со специализацией «Психология  
предпринимательской деятельности»

Группа 56

**СУХОЦКАЯ ЕВГЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА**

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**Лояльность персонала в структуре корпоративной культуры организации**

Допущена к защите

Протокол №12 заседания

кафедры социальной

психологии « 7» мая 2012 г.

Зав.кафедрой

 С.В.Сивуха

Научный руководитель -

старший преподаватель

Повидайко Людмила

Владимировна

Минск, 2012

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                                                                  | 5  |
| I Теоретический анализ подходов к определению понятия «лояльность»<br>и «корпоративная культура» в психологии.....             | 10 |
| 1.1. Лояльность персонала как социально-психологическая установка.....                                                         | 10 |
| 1.2. Понятие корпоративной культуры как социально-психологического и<br>психологического феномена.....                         | 18 |
| Выводы.....                                                                                                                    | 31 |
| II Эмпирическое исследование лояльности персонала в структуре<br>корпоративной культуры организации.....                       | 34 |
| 2.1. Организация и методы исследования.....                                                                                    | 34 |
| 2.2. Исследование уровня лояльности в организациях.....                                                                        | 36 |
| 2.3. Исследование уровня корпоративной культуры в организациях.....                                                            | 40 |
| 2.4. Анализ результатов исследования взаимосвязи лояльности персонала с<br>различными компонентами корпоративной культуры..... | 55 |
| Выводы.....                                                                                                                    | 55 |
| Заключение.....                                                                                                                | 57 |
| Список использованных источников.....                                                                                          | 61 |
| Приложение                                                                                                                     |    |

## ВВЕДЕНИЕ

Лояльность — удел тех,  
кто хочет идти счастливым путем восхождения.

Н.К. Рерик

Современный экономический, культурный, политический, социальный мир, подверженный процессу глобализации требует крайней пластичности, динамичности в применении подходов по развитию организаций, быстрой адаптивности к стремительным изменениям и активности в поисках новых возможностей для решения различных проблем. В силу того, что любая организация включает в себя не только взаимодействие машин, технологий, сырья, но и объединение людей и их группы для совместной деятельности, ее называют социальной [12].

Особую значимость отношения между людьми в организации приобретают в современном мире, где интенсивными темпами возрастает роль сферы услуг, постоянно усовершенствуется ее деятельность, разрабатываются инновационные методы для повышения продуктивности корпоративной работы. Таким образом является необходимым обращение научного материала в отечественной психологии по тематике корпоративных процессов, в том числе и феномена лояльности персонала как важного фактора эффективной работы служащих, повышения трудоспособности всей организации, быстрого решения задач, способности спокойно переносить возникающие проблемы в нестабильной экономической среде, повышения командного духа в условиях жесткой конкуренции. Все перечисленное является актуальными проблемами отечественных организаций, решение которых может значительно приблизить их к всеобщей и самой главной цели.

Как показывают многочисленные исследования, изучения корпоративной культуры несомненно играет большую роль в налаживании работы всей

организации, повышении ее эффективности, в конечном счете – повышении производительности труда, что является целью любого менеджера.

По данным американского ежегодного справочника WorkUSA Survey 2000, организации с высоколояльными сотрудниками за три года принесли своим акционерам 112% прибыли, в то же время организации со средней лояльностью сотрудников – 90%, а с низкими показателями лояльности – 76%. По данным FleetBoston Financial Corp., в банковском секторе увеличение лояльности работников на 1% может принести 11 млн. долл. годового дохода и сэкономить 15-19 млн. долл. при найме и обучении. Лояльные сотрудники в 90% случаев готовы рекомендовать свою компанию другим как хорошее место работы и в 55% случаев готовы отклонять предложения работы от других работодателей [7].

### **Общая характеристика работы**

**Актуальность исследования.** Растущий интерес к такому явлению, как лояльность сотрудника к своей организации, обусловлен тем, что персонал сегодня рассматривается как ресурс, фактор конкурентоспособности, а верность работников компании – как конкурентное преимущество [14]. Менеджеры видят в укреплении лояльности персонала действенный механизм повышения эффективности организации.

**Цель исследования** – определить связь лояльности персонала с уровнем корпоративной культуры организации.

Цель исследования конкретизируется в следующих **задачах**:

1. Провести теоретический анализ феномена лояльности персонала и корпоративной культуры в различных психологических подходах.
2. Экспериментально выявить уровень лояльности сотрудников в организациях.
3. Эмпирически определить уровень корпоративной культуры в организации.

4. Определить связь лояльности персонала с уровнем корпоративной культуры организации.

**Объект исследования:** лояльность персонала .

**Предмет исследования:** особенности связи лояльности персонала с уровнем корпоративной культуры организации.

**Методологическим основанием** для изучения лояльности стали положения Лимана Портера, рассматривающего лояльность персонала как готовность сотрудника прилагать большие усилия в интересах организации, большое желание оставаться в данной компании, принятие основных ее целей и ценностей. По его мнению , лояльность имеет три составляющих: сила убежденности и принятие целей и ценностей организации; степень готовности проявлять значительные усилия от ее имени; сила желания поддерживать принадлежность к компании [15]. Исходя из данного определения лояльности, анализ научной литературы дает нам возможность утверждать , что данное понятие является результатом организационной инкультурации сотрудника, а уровень лояльности определяется особенностями интериоризации сотрудником компонентов корпоративной культуры, соотношение которых определяет уровень ее развития.

Для определения понятия и структуры корпоративной культуры в нашем исследовании была выбрана модель корпоративной культуры Д. Денисона.

#### **Методы и методики исследования:**

- Теоретико-методологический анализ научной литературы по исследуемому вопросу;
- Психодиагностические опросные методы:
  1. Опросник организационной лояльности Л. Портера
  2. Анкета корпоративной культуры Д. Денисона
- Статистические методы:
  1. коэффициент линейной корреляции Пирсона.
  2. Коэффициент различий Крускала-Уолиса.

**Научная новизна.** Корпоративная культура начала изучаться зарубежными исследователями в 60е годы прошлого века в связи с переходом работы организаций в условиях динамически пресыщенного рынка. С тех пор накоплен большой опыт и обширный материал, дающий возможность глубокого решения проблем организаций. Тем не менее, большая часть исследований, имеющих вышеперечисленные цели, проводилось за рубежом, в среде развитого рынка[2]. Не смотря на постепенное стирание границ и различий, наша культура с ее историей ,требует к себе индивидуального подхода, учитывая особенности специфику развития и нынешнее состояние современной экономики и культуры, которые полностью отражаются в организационной среде, миссиях компаний, корпоративной культуре и других социальных процессах коллективной работы.

**Практическая значимость.** Результаты данного исследование могут сыграть важную роль в решении многих проблем организаций, таких как: текучка кадров, уровень обслуживания, налаженная командная работа, устойчивость и стабильность в критических ситуациях, - что, несомненно, важно для ее развития.

**В качестве гипотезы исследования** послужило предположение о том, что уровень лояльности персонала связан с уровнем корпоративной культуры организации.

## **Структура**

Титульный лист

Оглавление

Введение

I Теоретический анализ подходов к определению понятия «лояльность» и «корпоративная культура» в психологии.

1. Лояльность персонала как социально-психологическая установка.
2. Понятие корпоративной культуры как социально-психологического и психологического феномена.

Выводы.

II Эмпирическое исследование лояльности персонала в структуре корпоративной культуры организации.

2.1. Организация и методы исследования.

2.2. Исследование уровня лояльности в организации.

2.3. Исследование уровня корпоративной культуры в организации.

2.4. Особенности связи лояльности персонала с уровнем корпоративной культуры.

Выводы

Заключение

Список использованных источников

Приложение