

Wartość lojalności pracowniczej (wyniki badań ankietowych pracujących studentów)

Alicja Winnicka-Wejs

Katedra Zarządzania Organizacjami, Wydział Ekonomii,
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

W artykule przedstawiono wyniki badań ankietowych dotyczących znaczenia lojalności pracowniczej (lojalności wobec pracodawcy) w życiu zawodowym pracujących studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Zastosowano przy tym samodzielnie opracowany kwestionariusz ankiety. Artykuł ma charakter utylitarny – zweryfikowano dwadzieścia jeden hipotez badawczych. Wyniki badań empirycznych zostały ujęte w ośmiu głównych punktach dotyczących: pojęcia lojalności pracowniczej w opinii badanych studentów, ważności lojalności pracowniczej na tle innych rodzajów lojalności, autooceny lojalności wobec zatrudniającej organizacji, oceny szacunku bezpośrednich przełożonych wobec lojalnych pracowników, lojalności pracowniczej jako wartości cenionej przez pracodawców i pracowników, portfolio oceniającego zadowolenie i lojalność, stałości *versus* zmienności w życiu zawodowym, postrzeganych skutków lojalności pracowniczej.

Słowa kluczowe: lojalność pracownicza, lojalność względem pracodawcy, lojalność w pracy, wartość.

Wprowadzenie

Przedmiotem opracowania jest wartość lojalności pracowniczej, a jego celem o charakterze utylitarnym – przedstawienie wyników badań empirycznych w tym zakresie. Lojalność pracownicza rozumiana jest tutaj jako lojalność wobec pracodawcy (firmy), a nie wobec zawodu, przełożonego, współpracowników, które to stanowią inne rodzaje lojalności w pracy.

Realizując cel utylitarny przedstawiono autooceny badanych dotyczące lojalności pracowniczej nie tylko w kontekście zatrudniającej organizacji,

ale także biorąc pod uwagę kryteria zadowolenia z pracy (nie zawsze przekładającego się na lojalność) i subiektywnie postrzegane szanse na rynku. Uwzględniając stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym ustalono m.in. czy badani postrzegają przejście do innej firmy jako zdradę tej, w której dotychczas mieli zatrudnienie. W opracowaniu zawarto także odpowiedź na podstawowe postawione pytanie: czy dla pracujących studentów, mających świadomość postmodernistycznej płynności w znaczeniu Z. Baumana, lojalność stanowi wartość?

1. Hipotezy badawcze

Metodą badawczą zastosowaną na potrzeby niniejszego artykułu jest kwestionariusz ankiety, w którym zawarto 21 pytań. Uzupełniono go 6 pytaniami (metryczka) celem identyfikacji potencjalnych różnic w rozkładzie odpowiedzi.

Kwestionariusz ankiety opracowano samodzielnie, specjalnie na potrzeby niniejszego badania. Pomocą przy jego opracowaniu było studium literatury przedmiotu z zakresu gospodarowania kapitałem ludzkim oraz kapitałem klienckim.

Celem zastosowania kwestionariusza ankiety była chęć uzyskania odpowiedzi na szczegółowe problemy badawcze, w odniesieniu do których sformułowano następujące hipotezy badawcze:

- H₁: Z pojęciem „lojalność pracownicza” kojarzone są przez badanych studentów częściej słowa związane z cechami charakteryzującymi postępowanie zgodne z przyjętymi wcześniej założeniami, niż z cechami określającymi zgodność z obowiązującymi prawami.
- H₂: Badani oceniają swoją lojalność wobec rodziny jako mającą dla nich większe znaczenie niż lojalność wobec pracodawcy oraz inne rodzaje lojalności.
- H₃: Osoby oceniające bardzo wysoko lub wysoko swoją lojalność wobec aktualnie zatrudniającej ich organizacji częściej preferują stałość w życiu zawodowym niż osoby o niskiej lub bardzo niskiej autoocenie swej lojalności.
- H₄: Osoby oceniające siebie jako bardzo wysoce lub wysoce lojalne wobec pracodawcy rzadziej zmieniają pracę niż osoby o niższej autoocenie swej lojalności.
- H₅: Częstsze wysokie lub bardzo wysokie autooceny lojalności występują u badanych studentów zatrudnionych w firmach, w których strategia kładzie nacisk na stałość zatrudnienia.

- H₆: Większość osób podających, że są bardzo wysoce lub wysoce lojalne wobec pracodawcy ocenia jego wizerunek na rynku pracy jako ceniącego lojalność i lojalnych pracowników.
- H₇: W większości badani oceniający swą lojalność jako „bardzo wysoką” lub „wysoką” uważają, że ich bezpośredni przełożeni cenią sobie zdecydowanie tak lub raczej tak lojalnych pracowników.
- H₈: W organizacjach, w których strategia personalna kładzie nacisk na stałość zatrudnienia, bezpośredni przełożeni bardziej szanują lojalnych pracowników w porównaniu do organizacji, w których stałość ta nie jest celem strategicznym.
- H₉: Większość badanych uważa, że przejście do innej firmy nie jest zdradą nawet w przypadku, gdy przełożeni „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” cenią lojalność pracowników.
- H₁₀: W ocenie respondentów pracodawcom, jak i pracownikom w równym stopniu zależy na lojalności.
- H₁₁: Lojalność jest ceniona w równym stopniu przez pracowników i pracodawców. W opinii badanych, na tle innych wartości związanych z pracą, w przypadku pracowników – lojalność jest mniej ceniona od atmosfery w pracy, a w przypadku pracodawców także mniej cenna od kreatywności i elastyczności.
- H₁₂: Lojalność jest wyżej ceniona przez badanych zatrudnionych w instytucjach publicznych niż w organizacjach biznesowych.
- H₁₃: Lojalność pracownicza jest w większym stopniu ceniona zdaniem respondentów obecnie niż kiedyś.
- H₁₄: W portfolio uwzględniającym kryterium zadowolenia z pracy i lojalności wobec pracodawcy dominują badani studenci, którzy są zadowoleni i lojalni.
- H₁₅: Ze względu na subiektywnie postrzegane szanse na rynku pracy wśród badanych dominują lojaliści.
- H₁₆: Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym podają, że rzadziej zmieniali pracę.
- H₁₇: Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym częściej niż badani preferujący zmienność, mają negatywne doświadczenia przy zmianie pracy.
- H₁₈: Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym częściej niż badani preferujący zmienność, przejście do innej firmy traktują jako zdradę.
- H₁₉: Osoby, które preferują stałość w życiu zawodowym, rzadziej w gronie swoich znajomych mają osoby, które zmieniają pracę w porównaniu do osób preferujących zmienność w życiu zawodowym.

- H_{20} : Wśród uważających, że warto być lojalnym w pracy przeważają osoby oceniające swą lojalność jako co najmniej średnią.
- H_{21} : Badani uważający się za lojalnych pracowników oczekują przede wszystkim uznania i szacunku ze strony pracodawcy.

2. Charakterystyka badanych pracujących studentów

Badania ankietowe przeprowadzono wśród pracujących studentów studiów niestacjonarnych Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach – słuchaczy wykładu: „Kapitał intelektualny w rachunkowości” w roku akademickim 2011/2012 (semestr zimowy).

W tym celu, podczas zajęć w dniu 15 stycznia 2012 r., przeprowadzono ankietę audytoryjną, którą wypełniło 61 studentów – wszyscy obecni w w/w dniu, którzy wyrazili zgodę na wypełnienie ankiety. Szczegółowe dane dotyczące struktury badanych studentów przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Struktura badanych studentów według płci, wieku, miejsca zamieszkania, stanowiska, stażu pracy, branży zatrudnienia

Cechy respondentów	Płeć	Udział (w%)
Kobieta	55	90,2
Mężczyzna	6	9,8
Ogółem	61	100,0
Wiek		
< 24	25	41,0
25–34	24	39,3
35–44	9	14,8
45–54	3	4,9
> 55	0	0,0
Ogółem	61	100,0
Miejsce zamieszkania		
Wieś	11	18,0
Miasto do 20 tys.	6	9,8
20–100 tys.	21	34,5
101–500 tys.	17	27,9
501 tys. i więcej mieszkańców	6	9,8
Ogółem	61	100,0

Cechy respondentów	Płeć	Udział (w%)
Zajmowane stanowisko		
Kierownicze	5	8,2
Niekierownicze	56	91,8
Ogółem	61	100,0
Staż pracy w obecnej organizacji		
Mniej niż rok	9	14,8
Od 1 roku do poniżej 3 lat	19	31,2
Od 3 do poniżej 5 lat	16	26,2
Od 5 do poniżej 10 lat	8	13,1
Od 10 do poniżej 20 lat	8	13,1
Od 20 lat do poniżej 30 lat	1	1,6
30 lat i więcej	0	0,0
Ogółem	61	100,0
Branża (według Europejskiej Klasyfikacji Działalności)		
Przetwórstwo przemysłowe	7	11,5
Budownictwo	6	9,9
Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego	5	8,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	3	4,9
Pośrednictwo finansowe	14	23,0
Obsługa nieruchomości, wynajem i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	8	13,1
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenie zdrowotne	13	21,3
Edukacja	1	1,6
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	3	4,9
Działalność usługowa komunalna	1	1,6
Ogółem	61	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

3. Wyniki badania ankietowego

3.1. Pojęcie lojalności pracowniczej w opinii badanych studentów

W badaniu studenci zostali poproszeni o podanie synonimu, który najtrafniej odzwierciedla pojęcie lojalności pracowniczej. I tak, lojalność pracownicza według badanych to:

- uczciwość (w tym: uczciwość pracownicza, uczciwość wobec pracodawcy) (16,9%),
- oddanie się (15,5%),
- zaufanie (12,7%),
- wierność (8,5%),
- szczerłość wobec pracodawcy (8,5%),
- szacunek (7%),
- zaangażowanie (5,6%),
- poświęcenie (2,8%),
- „bycie wobec kogoś w porządku” (2,8%).

Ponadto wśród synonimów znalazły się pojedyncze sformułowania, takie jak: sumienność, rzetelność, współodpowiedzialność, przynależność, prawdomówność, przywiązanie, utożsamianie się, samorealizacja, podporządkowanie się.

Z badań wynika, że z pojęciem „lojalność pracownicza” kojarzą się częściej słowa związane z cechami charakteryzującymi postępowanie zgodne z przyjętymi wcześniej założeniami (np.: uczciwość, oddanie, szczerłość), niż z cechami określającymi zgodność z obowiązującymi prawami (np.: podporządkowanie)¹. Zweryfikowano więc pozytywnie hipotezę H_1 mówiącą właśnie o tym.

3.2. Ważność lojalności pracowniczej na tle innych rodzajów lojalności według respondentów

Lojalność pracownicza jest jednym z wielu rodzajów lojalności, stąd też zapytano respondentów o hierarchię ważności ich lojalności wobec pracodawcy, zawodu, przełożonego, współpracowników, rodziny i znajomych.

Wyniki pokazały, że w życiu zawodowo-społecznym największe znaczenie ma dla badanych lojalność wobec rodziny. Zdecydowanie ważna jest także ich lojalność wobec znajomych, a dopiero w dalszej kolejności – wobec pracodawcy, zawodu, przełożonego, współpracowników.

Na uwagę zasługuje fakt, iż suma ocen „zdecydowanie ważna”, „raczej ważna” przy lojalności wobec znajomych przyjmuje taką samą wartość jak w przypadku lojalności wobec pracodawcy (por. tabela 2). Wyniki z tabeli 2 potwierdzają słuszność hipotezy H_2 , która brzmi: „badani oceniają swoją lojalność wobec rodziny jako mającą dla nich większe znaczenie niż lojalność wobec pracodawcy oraz inne rodzaje lojalności”.

¹ Por.: A. Winnicka-Wejs, *Polimorfizm lojalności*, w: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański: *Lojalność pracowników. Od diagnozy typów lojalności pracowników do Zarządzania Relacjami z Pracownikami (Employee Relationship Management)*, Difin, Warszawa 2012.

Tabela 2. Hierarchia ważności poszczególnych rodzajów lojalności dla badanych

Ocena dla Pana (i) \ Lojalność wobec:	Zdecydowanie ważna	Raczej ważna	Trudno powiedzieć	Zdecydowanie nieważna	Raczej nieważna	Ogółem
Pracodawcy	23 (37,7%)	29 (47,5%)	9 (14,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)
Zawodu	22 (36,1%)	32 (52,5%)	7 (11,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)
Przełożonego	22 (36,1%)	33 (54,1%)	6 (9,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)
Współpracowników	21 (34,4%)	24 (39,4%)	13 (21,3%)	3 (4,9%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)
Rodziny	54 (88,5%)	7 (11,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)
Znajomych	28 (45,9%)	24 (39,3%)	8 (13,1%)	0 (0,0%)	1 (1,7%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

3.3. Autoocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji

W badaniu studenci dokonali oceny swojej lojalności wobec aktualnie zatrudniających ich organizacji. Najwięcej spośród nich ocenia swoją lojalność jako wysoką (por. tabela 3).

Tabela 3. Ocena lojalności badanych studentów wobec aktualnie zatrudniającej organizacji

Pytanie	Bardzo wysoka	Wysoka	Średnia	Niska	Bardzo niska	Ogółem
Jak ocenia Pan/i swoją lojalność wobec aktualnie zatrudniającej Pana/ią organizacji?	10 (16,4%)	32 (52,5%)	17 (27,9%)	2 (3,2%)	0 (0,0%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Badane osoby, które bardzo wysoko lub wysoko oceniają swoją lojalność wobec aktualnie zatrudniającej ich organizacji w zdecydowanej większości preferują stałość w życiu zawodowym. Jednakże trzeba zwrócić uwagę na to, iż pracownicy o średniej i niskiej lojalności, co zaskakujące, także wolą stałość od zmienności (por. tabela 4). Badanie nie potwierdza zatem postawionej hipotezy H_3 , że „osoby oceniające bardzo wysoko lub wysoko swoją lojalność wobec

aktualnie zatrudniającej ich organizacji częściej preferują stałość w życiu zawodowym niż osoby o niskiej lub bardzo niskiej autoocenie swej lojalności”.

Tabela 4. Autocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji a stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym

Ocena lojalności	Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym		Ogółem
	Preferowana stałość	Preferowana zmienność	
Bardzo wysoka	9 (14,8%)	1 (1,6%)	10 (16,4%)
Wysoka	31 (50,8%)	1 (1,6%)	32 (52,4%)
Średnia	15 (24,6%)	2 (3,3%)	17 (27,9%)
Niska	2 (3,3%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	57 (93,5%)	4 (6,5%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Respondenci o bardzo wysokiej lub wysokiej lojalności wobec pracodawcy rzadziej zmieniają pracę – 32,8% z nich zmieniło pracę nie więcej niż dwa razy, a 19,7% w ogóle jej nie zmieniało. Jeśli chodzi natomiast o osoby o średniej autoocenie lojalności wobec pracodawcy, to 13,1% z nich zmieniło pracę także nie więcej niż dwa razy, a 6,6% w ogóle jej nie zmieniało (por. tabela 5). A zatem hipoteza H₄: „Osoby oceniające siebie jako bardzo wysoce lub wysoce lojalne wobec pracodawcy rzadziej zmieniają pracę niż osoby o niższej autoocenie swej lojalności” nie została pozytywnie zweryfikowana.

Tabela 5. Autocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji a częstotliwość zmiany pracy

Autocena lojalności	Ile razy zmienił Pan/i pracę?							Ogółem
	Jeden raz	Dwa razy	Trzy razy	Cztery razy	Pięć razy	Więcej niż pięć razy	Nie zmieniałem pracy	
Bardzo wysoka	4 (6,6%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (4,9%)	10 (16,4%)
Wysoka	4 (6,6%)	11 (18,0%)	8 (13,1%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	9 (14,8%)	32 (52,5%)

Autocena lojalności	Ile razy zmienił Pan/i pracę?							Ogółem
	Jeden raz	Dwa razy	Trzy razy	Cztery razy	Pięć razy	Więcej niż pięć razy	Nie zmieniałem pracy	
Średnia	5 (8,2%)	3 (4,9%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	4 (6,6%)	17 (27,9%)
Niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	2 (3,2%)
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	13 (21,3%)	15 (24,6%)	11 (18,0%)	2 (3,3%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	17 (27,9%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Badane osoby o bardzo wysokiej lub wysokiej autoocenie lojalności pracują w większości przypadków w organizacjach, w których strategia kładzie nacisk na stałość zatrudnienia.

Jednakże należy zwrócić uwagę na to, że co trzeci badany, deklarujący wysoką lojalność, pracuje w organizacji, w której jest stosowana strategia łącząca stałość i elastyczność (por. tabela 6). 37,7% badanych zatrudnionych w firmach, w których w strategii personalne wpisana jest stałość zatrudnienia, charakteryzuje się bardzo wysoką lub wysoką autooceną lojalności, co potwierdza hipotezę H₅, iż „częstsze wysokie lub bardzo wysokie autooceny lojalności występują u badanych studentów zatrudnionych w firmach, w których strategia kładzie nacisk na stałość zatrudnienia”.

Tabela 6. Autocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji a jej strategia

Autocena lojalności	Strategia zatrudnieniowa stosowana w firmie:				Ogółem
	Kładzie nacisk na stałość zatrudnienia	Kładzie nacisk na elastyczność zatrudnienia	Jest strategią łączącą stałość i elastyczność zatrudnienia	Nie wiem	
Bardzo wysoka	7 (11,5%)	2 (3,3%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	10 (16,4%)
Wysoka	16 (26,2%)	4 (6,6%)	10 (16,4%)	2 (3,3%)	32 (52,5%)
Średnia	3 (4,9%)	5 (8,2%)	3 (4,9%)	6 (9,8%)	17 (27,9%)
Niska	1 (1,6%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)

Autocena lojalności	Strategia zatrudnieniowa stosowana w firmie:				Ogółem
	Kładzie nacisk na stałość zatrudnienia	Kładzie nacisk na elastyczność zatrudnienia	Jest strategią łączącą stałość i elastyczność zatrudnienia	Nie wiem	
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	27 (44,3%)	11 (18,0%)	14 (23,0%)	9 (14,8%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Zdecydowana większość respondentów uważających, że są osobami o bardzo wysokiej lub wysokiej lojalności ocenia pozytywnie wizerunek swojego pracodawcy na rynku pracy, jako wizerunek, w który wpisane jest cenie lojalności i lojalnych pracowników (por. tabela 7). Oznacza to, że hipoteza H_6 brzmiąca: „Większość osób podających, że są bardzo wysoce lub wysoce lojalne wobec pracodawcy ocenia jego wizerunek na rynku pracy jako ceniącego lojalność i lojalnych pracowników” została pozytywnie zweryfikowana.

Tabela 7. Autocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji a ocena wizerunku pracodawcy na rynku pracy

Autocena lojalności	Ocena wizerunku aktualnego pracodawcy na rynku pracy, w stosunku do innych pod kątem lojalności		Ogółem
	Pracodawca ceniący lojalność i lojalnych pracowników	Pracodawca nie przywiązujący wagi do lojalności i lojalnych pracowników	
Bardzo wysoka	9 (14,8%)	1 (1,6%)	10 (16,4%)
Wysoka	24 (39,3%)	8 (13,1%)	32 (52,5%)
Średnia	5 (8,2%)	12 (19,7%)	17 (27,9%)
Niska	0 (0,0%)	2 (3,3%)	2 (3,3%)
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	38 (62,3%)	23 (37,7%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

W większości badane osoby o bardzo wysokiej lub wysokiej autoocenie lojalności uważają, że ich bezpośredni przełożeni cenią sobie „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” lojalnych pracowników. Na uwagę zasługuje też fakt, iż 16,4% osób o średniej ocenie swojej lojalności wyraża podobną opinię (por. tabela 8). Hipoteza H_7 : „W większości badani oceniający swą lojalność jako „bardzo wysoką” lub „wysoką” uważają, że ich bezpośredni przełożeni cenią sobie zdecydowanie tak lub raczej tak lojalnych pracowników” została więc pozytywnie zweryfikowana.

Tabela 8. Autocena lojalności wobec zatrudniającej organizacji a ocena przełożonego dotycząca szanowania lojalnych pracowników

Autocena lojalności	Czy Pana/i bezpośredni przełożony szanuje (ceni sobie) lojalnych pracowników?					Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć	
Bardzo wysoka	7 (11,5%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	10 (16,4%)
Wysoka	13 (21,3%)	12 (19,7%)	4 (6,6%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	32 (52,5%)
Średnia	1 (1,6%)	9 (14,8%)	3 (4,9%)	3 (4,9%)	1 (1,6%)	17 (27,9%)
Niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	21 (34,4%)	23 (37,7%)	9 (14,8%)	6 (9,8%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

3.4. Ocena szacunku bezpośrednich przełożonych wobec lojalnych pracowników

Wyniki badania pokazują, że bezpośredni przełożeni szanują „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” lojalnych pracowników zarówno w organizacjach o strategiach kładących nacisk na stałość zatrudnienia, jak i na elastyczność zatrudnienia czy też w organizacjach o strategiach łączących oba ich rodzaje. Z tabeli 9 wynika jednak, że najwięcej przełożonych szanujących lojalnych pracowników jest w organizacjach preferujących stałość, a nie elastyczność (por. tabela 9), co potwierdza hipotezę H_8 : („W organizacjach, w których strategia

personalna kładzie nacisk na stałość zatrudnienia, bezpośredni przełożeni bardziej szanują lojalnych pracowników w porównaniu do organizacji, w których stałość ta nie jest celem strategicznym”).

Tabela 9. Strategia firmy a szacunek bezpośrednich przełożonych wobec lojalnych pracowników

Strategia stosowana w firmie	Czy Pana/i bezpośredni przełożony szanuje (ceni sobie) lojalnych pracowników?					Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć	
Kładzie nacisk na stałość zatrudnienia	11 (18,0%)	11 (18,0%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	2 (3,3%)	27 (44,3%)
Kładzie nacisk na elastyczność zatrudnienia	2 (3,3%)	5 (8,2%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)	0 (0,0%)	9 (14,8%)
Strategia łącząca stałość i elastyczność zatrudnienia	7 (11,5%)	5 (8,2%)	3 (4,9%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	16 (26,2%)
Nie wiem	1 (1,6%)	2 (3,3%)	4 (6,6%)	2 (3,3%)	0 (0,0%)	9 (14,8%)
Ogółem	21 (34,4%)	23 (37,7%)	9 (14,8%)	6 (9,8%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Tabela 10. Szanowanie lojalnych pracowników przez bezpośrednich przełożonych a ocena przejścia do innej firmy jako zdrady

Czy przejście do innej firmy jest zdradą dotychczasowej firmy?	Czy Pana/i bezpośredni przełożony szanuje (ceni sobie) lojalnych pracowników?					Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć	
Tak	1 (1,6%)	5 (8,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	6 (9,8%)
Nie	20 (32,8%)	18 (29,5%)	9 (14,8%)	6 (9,8%)	2 (3,3%)	55 (90,2%)
Ogółem	21 (34,4%)	23 (37,7%)	9 (14,8%)	6 (9,8%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Badania wykazały także, iż wyższy odsetek pracowników (62,3%) uważa, że przejście do innej firmy nie jest zdradą nawet wtedy, gdy przełożeni „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” cenią ich lojalność (por. tabela 10), co pozytywnie zweryfikowało hipotezę H_9 .

3.5. Lojalność pracownicza jako wartość ceniona przez pracodawców i pracowników

W ocenie 45,9% badanych lojalność jest wartością, na której zależy zarówno pracodawcom, jak i pracownikom w jednakowym stopniu, a 37,7% spośród nich uważa, że tylko im zależy na lojalności, a nie pracodawcy (por. tabela 11). H_{10} : „W ocenie respondentów pracodawcom, jak i pracownikom w równym stopniu zależy na lojalności” została więc pozytywnie zweryfikowana.

Tabela 11. Ważność lojalności dla pracodawców i pracowników w opinii tych ostatnich

Pytanie	Pracodawcy	Mnie	Obu stronom w jednakowym stopniu	Nikomiu nie zależy	Ogółem
Komu bardziej zależy na lojalności: pracodawcy czy Panu/i?	8 (13,1%)	23 (37,7%)	28 (45,9%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Inaczej prezentują się wyniki dotyczące postrzegania lojalności na tle innych wartości związanych z pracą, takich, jak: kreatywność, elastyczność, atmosfera w pracy. Okazuje się bowiem, że pracownicy cenią sobie bardziej od lojalności atmosferę w pracy, a pracodawcy – kreatywność i elastyczność. Jednakże analizując wartości związane z pracą, cenione w równym stopniu przez pracownika i pracodawcę – najwięcej wskazań dotyczy lojalności (por. tabela 12). Hipoteza H_{11} : „Lojalność jest ceniona w równym stopniu przez pracowników i pracodawców. W opinii badanych, na tle innych wartości związanych z pracą, w przypadku pracowników – lojalność jest mniej ceniona od atmosfery w pracy, a w przypadku pracodawców także mniej cenna od kreatywności i elastyczności” została pozytywnie zweryfikowana.

Według badanych, lojalność pracownicza jest ceniona bardziej przez organizacje biznesowe niż instytucje publiczne. Jednakże 32,8% badanych nie wyraziło jednoznacznej opinii na ten temat (por. tabela 13). W związku z tym celowe wydaje się zestawienie tego pytania z branżami, w której pracują badani.

Pracownicy z branż: ochrona zdrowia i pomoc społeczna, obsługa nieruchomości, przetwórstwo przemysłowe mieli największą trudność w ocenie znaczenia lojalności pracowniczej w różnego typu organizacjach (por. tabela 14). Wyniki badań nie pozwalają na jednoznaczną weryfikację hipotezy H_{12} („Lojalność jest wyżej ceniona przez badanych zatrudnionych w instytucjach publicznych niż w organizacjach biznesowych”).

Tabela 12. Wartości związane z pracą cenione mniej lub bardziej przez pracodawców i pracowników w opinii tych ostatnich

Wartości związane z pracą	Cenione bardziej przez pracownika	Cenione bardziej przez pracodawcę	Cenione w równym stopniu przez pracownika i pracodawcę	Brak odpowiedzi	Ogółem
Lojalność	20 (32,8%)	14 (23%)	25 (41,0%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)
Kreatywność	4 (6,6%)	39 (63,9%)	17 (27,9%)	1 (1,6%)	61 (100,0%)
Elastyczność	13 (21,3%)	38 (62,3%)	8 (13,1%)	2 (3,3%)	61 (100,0%)
Atmosfera w pracy	43 (70,5%)	0 (0,0%)	17 (27,9%)	1 (1,6%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Tabela 13. Lojalność pracownicza jako wartość ceniona w różnych typach organizacji

Pytanie	Przed wszystkim przez instytucje publiczne	Przed wszystkim przez organizacje biznesowe	Przed wszystkim przez organizacje non-profit	Przez różnego typu organizacje, w równym stopniu	Trudno powiedzieć	Ogółem
Według Pana/i, wśród jakich pracodawców lojalność pracownicza jest ceniona najbardziej?	4 (6,5%)	27 (44,3%)	2 (3,3%)	8 (13,1%)	20 (32,8%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Tabela 14. Ocena wartości lojalności pracowniczej w różnych typach organizacji a branża, w której pracują badani

Branża	Według Pana/i, wśród jakich pracodawców lojalność pracownicza jest ceniona najbardziej?					Ogółem
	Przed wszystkim przez instytucje publiczne	Przed wszystkim przez organizacje biznesowe	Przed wszystkim przez organizacje non-profit	Przez różnego typu organizacje, w równym stopniu	Trudno powiedzieć	
Przetwórstwo przemysłowe	0 (0,0%)	4 (6,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (4,9%)	7 (11,5%)
Budownictwo	1 (1,6%)	3 (4,9%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	6 (9,8%)
Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego	1 (1,6%)	3 (4,9%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	5 (8,2%)
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	1 (1,6%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	3 (4,9%)
Pośrednictwo finansowe	0 (0,0%)	6 (9,8%)	1 (1,6%)	2 (3,3%)	5 (8,2%)	14 (23,0%)
Obsługa nieruchomości, wynajem i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	0 (0,0%)	4 (6,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	4 (6,6%)	8 (13,1%)
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenie zdrowotne	1 (1,6%)	4 (6,6%)	0 (0,0%)	3 (4,9%)	5 (8,2%)	13 (21,3%)
Edukacja	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)	3 (4,9%)
Działalność usługowa komunalna	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)
Ogółem	4 (6,6%)	27 (44,3%)	2 (3,3%)	8 (13,1%)	20 (32,8%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Ponad 70% badanych zgadza się ze stwierdzeniem, iż „lojalność pracownicza jest obecnie bardziej ceniona niż kiedyś”, i co ciekawe, zarówno przez pracodawcę, jak i pracownika (por. tabela 15). Potwierdza się tym samym hipoteza H_{13} , iż „lojalność pracownicza jest w większym stopniu ceniona zdaniem respondentów obecnie niż kiedyś”.

Tabela 15. Dynamika postrzegania znaczenia lojalności przez pracodawcę i pracownika w opinii badanych

Jaka jest Pana/i opinia na temat stwierdzenia, iż lojalność pracownicza jest obecnie bardziej ceniona niż kiedyś?	Tak	Nie	Ogółem
Przez pracodawcę	43 (70,5%)	18 (29,5%)	61 (100,0%)
Przez pracownika	43 (70,5%)	18 (29,5%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

3.6. Portfolio oceniające zadowolenie z pracy i lojalność wobec pracodawcy

Respondenci podczas badania dokonali także samooceny, biorąc pod uwagę kryterium własnego zadowolenia z pracy i lojalności wobec pracodawcy. Jej wyniki prezentuje rysunek 1.

Rysunek 1. Podział badanych studentów według kryterium autooceny zadowolenia z pracy i lojalności wobec pracodawcy

Zadowolenie z pracy	Pracownicy zadowoleni i nielojalni 1	Pracownicy zadowoleni i lojalni 36
	Pracownicy niezadowoleni i nielojalni 0	Pracownicy niezadowoleni i lojalni 24

Lojalność wobec pracodawcy

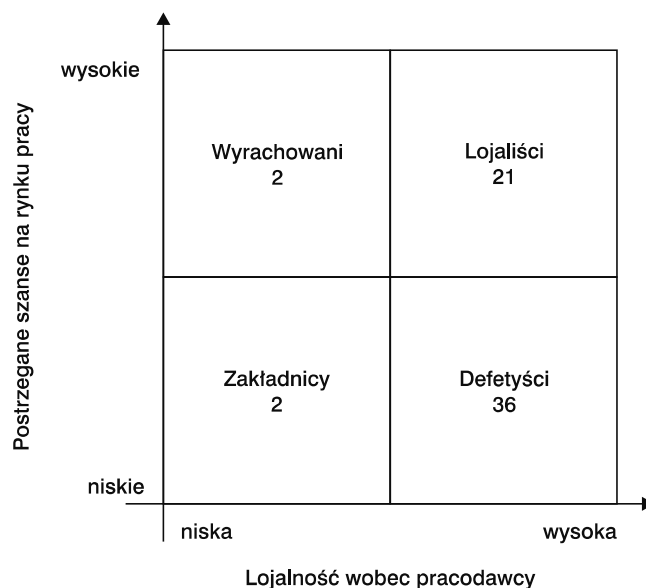
Źródło: Ibidem.

Wyniki z badań empirycznych potwierdzają dotychczasowe, teoretyczne twierdzenia mówiące o tym, że „lojalności nie wolno utożsamiać z zadowo-

leniem z pracy”². Okazuje się bowiem, że wśród badanych studentów istnieje największa grupa – w swojej autoocenie zadowolonych i lojalnych pracowników (59,0%), co potwierdza hipotezę H_{14} („W portfolio uwzględniającym kryterium zadowolenia z pracy i lojalności wobec pracodawcy dominują badani studenci, którzy są zadowoleni i lojalni”), ale 39,3% spośród nich uważa się za lojalnych, ale jednocześnie niezadowolonych z pracy.

Samoocena badanych dotyczyła również postrzegania swoich szans na rynku pracy. Wyniki w tym zakresie zestawiono z wynikami dotyczącymi lojalności wobec aktualnego pracodawcy. Najwięcej wśród nich jest defetystów (59%), a następnie lojalistów (34,4%) (por. rysunek 2), a zatem hipoteza H_{15} brzmiąca: „ze względu na subiektywnie postrzegane szanse na rynku pracy wśród badanych dominują lojaliści” nie potwierdziła się. Można by rzec, że wyniki nie są zbyt optymistyczne – defetyści to ludzie przewidujący porażkę, nie wierzący w powodzenie jakiejś sprawy³. Inaczej mówiąc, choć defetyści odznaczają się wysoką lojalnością, to ich lojalność wynika z sytuacji przymusowej – swoje szanse rynkowe oceniają jako niskie.

Rysunek 2. Lojalność badanych wobec pracodawcy i ich szanse na rynku pracy



Źródło: Ibidem.

² Por. A. Lipka, *W stronę kwalitologii zasobów ludzkich*, Difin, Warszawa 2005, s. 134.

³ Por. A. Lipka, *Ryzyko personalne. Szanse i zagrożenia zarządzania zasobami ludzkimi*, Poltext, Warszawa 2002, s. 134.

3.7. Stałość versus zmienność w życiu zawodowym a autoocena lojalności pracowniczej

Osoby, które preferują stałość w życiu zawodowym, podają rzadziej, że zmieniały pracę bądź w ogóle nie doświadczyły takiej zmiany (por. tabela 16).

Tabela 16. Stosunek do stałości / zmienności w życiu zawodowym a częstotliwość zmiany pracy

Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym	Ile razy zmienił Pan/i pracę?							Ogółem
	Jeden raz	Dwa razy	Trzy razy	Cztery razy	Pięć razy	Więcej niż pięć razy	Nie zmieniałem pracy	
Preferuję stałość	13 (21,3%)	14 (23,0%)	10 (16,4%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	16 (26,2%)	57 (93,4%)
Preferuję zmienność	0 (0,0%)	1 (1,6%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	4 (6,6%)
Ogółem	13 (21,3%)	15 (24,6%)	11 (18,0%)	2 (3,3%)	2 (3,3%)	1 (1,6%)	17 (27,9%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Wśród osób, które preferują stałość, a zmieniały pracę, przeważają nie negatywne, a pozytywne doświadczenia (por. tabela 17). A zatem hipoteza H_{16} : „Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym podają, że rzadziej zmieniali pracę” potwierdziła się, natomiast H_{17} : „Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym częściej niż badani preferujący zmienność, mają negatywne doświadczenia przy zmianie pracy” – nie.

Tabela 17. Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym a doświadczenia związane ze zmianą pracodawcy*

Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym	Doświadczenia związane ze zmianą pracodawcy		Ogółem
	Pozytywne	Negatywne	
Preferuję stałość	32 (72,7%)	9 (20,5%)	41 (93,2%)
Preferuję zmienność	2 (4,5%)	1 (2,3%)	3 (6,8%)
Ogółem	34 (77,3%)	10 (22,7%)	44 (100,0%)

* dotyczy badanych, którzy zmieniali pracę (44 osób)

Źródło: Ibidem.

Trzeba podkreślić, że 72,1% badanych (44 osoby) zmieniło chociaż raz pracę w swoim życiu zawodowym. Główne podawane przez nich powody zmiany pracy to: uzyskiwany poziom wynagrodzenia (11 odp.), brak perspektyw rozwoju zawodowego (10 odp.), niesatysfakcjonujący rodzaj wykonywanej pracy (8 odp.). Jednakże 15 osób wymieniło inne powody, a wśród nich: likwidacja/upadłość zakładu pracy, koniec umowy o pracę/kontraktu, zmiana miejsca zamieszkania.

Wyniki badań pokazują, że osoby, które preferują stałość w życiu zawodowym wcale nie częściej niż osoby preferujące zmienność, nie traktują przejścia do innej firmy jako zdrady (por. tabela 18), co nie potwierdza hipotezy H_{18} („Badani, którzy preferują stałość w życiu zawodowym częściej niż badani preferujący zmienność, przejście do innej firmy traktują jako zdradę”).

Tabela 18. Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym a postrzeganie przejścia do innej firmy jako zdrady

Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym	Czy przejście do innej firmy jest zdradą dotychczasowej firmy?		Ogółem
	Tak	Nie	
Preferują stałość	6 (9,8%)	51 (83,6%)	57 (93,4%)
Preferują zmienność	0 (0,0%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)
Ogółem	6 (9,8%)	55 (90,2%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Interesujące są wypowiedzi uzasadniające: dlaczego przejście do innej firmy nie jest zdradą. Najczęściej podawane były różne powody usprawiedliwiające takie przejście (np. „zła atmosfera w pracy”, „brak możliwości rozwoju”, „wyzysk”, „brak szacunku”, „sytuacja materialna i rodzinna”). Podkreślano także, że każdy pracownik ma prawo do własnych decyzji, co ilustruje wypowiedź: „każdy ma prawo do wyboru pracodawcy, zawodu, nikt nie jest czyjąś własnością”. Ponadto zwrócono uwagę na to, że przejście do innej firmy nie musi się wiązać „z przejściem do konkurencji”, a może poprawić pozycję pracowników na rynku pracy i ich stopę życiową.

Osoby, które preferują stałość w życiu zawodowym, rzadziej w gronie swoich znajomych mają osoby, które zmieniają pracę w porównaniu do osób preferujących zmienność w życiu zawodowym (por. tabela 19), co potwierdza hipoteza H_{19} .

Tabela 19. Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym a grono znajomych często zmieniających pracę

Stosunek do stałości i zmienności w życiu zawodowym	Czy w gronie Pana/i znajomych są osoby często zmieniające pracę		Ogółem
	Tak	Nie	
Preferuję stałość	7 (11,5%)	50 (82,0%)	57 (93,4%)
Preferuję zmienność	2 (3,3%)	2 (3,3%)	4 (6,6%)
Ogółem	9 (14,8%)	52 (85,2%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

3.8. Postrzegane skutki lojalności pracowniczej

93,5% badanych uważa, że warto być lojalnym w pracy (w tym: 27,9% odpowiedzi – „zdecydowanie tak”, a 65,6% – „raczej tak”). Osoby uważające, że warto być lojalnym w pracy oceniają w większości swoją lojalność jako co najmniej średnią (por. tabela 20), co potwierdza hipotezę H_{20} : „Wśród uważających, że warto być lojalnym w pracy przeważają osoby oceniające swą lojalność jako co najmniej średnią”.

Tabela 20. Ocena swojej lojalności wobec aktualnie zatrudniającej organizacji a opinia, że warto być lojalnym

Ocena lojalności	Czy według Pana/i warto być lojalnym w pracy?					Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć	
Bardzo wysoka	5 (8,2%)	5 (8,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	10 (16,4%)
Wysoka	9 (14,8%)	21 (34,4%)	2 (3,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	32 (52,5%)
Średnia	3 (4,9%)	12 (19,7%)	1 (1,6%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	17 (27,9%)
Niska	0 (0,0%)	2 (3,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (3,3%)
Bardzo niska	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Ogółem	17 (27,9%)	40 (65,6%)	3 (4,9%)	0 (0,0%)	1 (1,6%)	61 (100,0%)

Źródło: Ibidem.

Badani uznali, iż będąc lojalnymi pracownikami w firmie, spodziewają się przede wszystkim szacunku i uznania, a także udziału w nowych projektach/zadaniach oraz wyższego wynagrodzenia. Szczegółowe dane na ten temat zawiera tabela 21. Wyniki badań pozwoliły zatem na pozytywną weryfikację hipotezy H_{21} : „badani uważający się za lojalnych pracowników oczekują przede wszystkim uznania i szacunku ze strony pracodawcy”.

Tabela 21. Oczekiwania lojalnych w swojej opinii badanych względem pracodawcy

Będąc lojalnym pracownikiem w firmie spodziewam się od pracodawcy:					
	1	2	3	4	5
Wyższego wynagrodzenia	11	7	14	17	12
Szybkiego awansu	8	9	25	16	3
Udziału w nowych projektach/zadaniach	4	8	18	17	14
Przynależności do kluczowego personelu	6	10	19	15	11
Uzyskania szacunku i uznania w firmie	4	5	12	15	25
Niczego się nie spodziewam	38	5	6	4	4
Inne, jakie.....	0	1	1	0	2

* skala od 1 do 5, gdzie 1 – „całkowicie się z tym nie zgadzam”, 5 – „w pełni się z tym zgadzam”

Źródło: Ibidem.

Podsumowanie

Badania zweryfikowały pozytywnie większość postawionych wcześniej hipotez, co prezentuje tabela 22.

Tabela 22. Wyniki weryfikacji hipotez badawczych – synteza

Zweryfikowane pozytywnie	Zweryfikowane negatywnie
$H_1, H_2, H_5, H_6, H_7, H_8, H_9, H_{10}, H_{11}, H_{13}, H_{14}, H_{16}, H_{19}, H_{20}, H_{21}$	$H_3, H_4, H_{12}, H_{15}, H_{17}, H_{18}$

Źródło: Opracowanie własne.

Część hipotez zweryfikowano negatywnie. I tak, badani niezależnie od swojej autooceny lojalności preferują stałość w życiu zawodowym (H_3). Autoocena lojalności nie wiąże się też z częstotliwością zmiany pracy (H_4). Nie są jednoznaczne wyniki badań weryfikujące hipotezę (H_{12}) – choć w opinii badanych lojalność jest ceniona przede wszystkim przez organizacje biznesowe, to 32,8% z nich podało odpowiedź – „trudno powiedzieć”. Natomiast ze względu na subiektywnie postrzegane szanse na rynku pracy wśród badanych dominują nie lojaliści, a defetyści (H_{15}). Co ciekawe, osoby, które preferują stałość mają pozytywne, a nie negatywne, doświadczenia związane ze zmianą pracy (H_{17}) i nie traktują przejścia do innej firmy jako zdrady (H_{18}).

Na uwagę zasługują również następujące hipotezy: H_5 , H_7 – wyniki badań zweryfikowały je pozytywnie, ale dowiodły także, że osoby o średniej i niskiej lojalności preferują stałość w życiu zawodowym, a co trzeci badany o wysokiej lojalności pracuje w organizacji o strategii łączącej stałość i elastyczność zatrudnienia. Także większość badanych o średniej autoocenie lojalności uważa, że bezpośredni przełożeni szanują lojalnych pracowników.

Niewątpliwie badania dotyczące wartości lojalności pracowniczej okazały się interesującym doświadczeniem empirycznym, dostarczającym – w niektórych przypadkach – zaskakujących danych.

Autorka pozwala sobie wyrazić opinię, że wartość lojalności pracowniczej powinna się znaleźć w kolejnych badaniach dotyczących norm i wartości w życiu Polaków, prowadzonych przez Centrum Badania Opinii Społecznej. Na chwilę obecną pytamy Polaków o wierność partnerowi, a nie o wierność organizacji⁴, a raporty z badania pracodawców na ten temat ograniczają się tylko do nich. Przedstawione wyżej wyniki, należy traktować jako pilotaż.

Bibliografia

- Boguszewski R., *Co jest ważne, co można, a czego nie wolno – normy i wartości w życiu Polaków*, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa, lipiec 2010.
- Lipka A., *W stronę kwalitologii zasobów ludzkich*, Difin, Warszawa 2005.
- Lipka A., *Ryzyko personalne. Szanse i zagrożenia zarządzania zasobami ludzkimi*, Poltext, Warszawa 2002.
- Winnicka-Wejs A., *Polimorfizm lojalności*, w: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański: *Lojalność pracowników. Od diagnozy typów lojalności pracowników do Zarządzania Relacjami z Pracownikami (Employee Relationship Management)*, Difin, Warszawa 2012.

⁴ Zob. R. Boguszewski, *Co jest ważne, co można, a czego nie wolno – normy i wartości w życiu Polaków*, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa, lipiec 2010, s. 9.

Summary

Staff Loyalty Value (Results of Working Students' Survey)

The article presents results of the survey concerning the meaning of staff loyalty (the loyalty towards the employer) in the professional life of working students of the University of Economics in Katowice. An independently prepared survey questionnaire was used. The article is utilitarian – twenty one working hypotheses were verified. The results of empirical research were presented as eight main points: the notion of staff loyalty as perceived by student respondents, the importance of staff loyalty as compared to other types of loyalty, the self-assessment of loyalty towards the employing organisation, the assessment of the respect shown by immediate superiors towards loyal employees, staff loyalty as a value appreciated both by employers and employees, the portfolio of satisfaction and loyalty evaluator, stability versus changeability in professional life, the perceived effects of staff loyalty.

Keywords: employee loyalty, loyalty towards the employer, loyalty at work, value.

Резюме

Ценность лояльности работника (результаты анкетных исследований работающих студентов)

В статье представлены результаты анкетных исследований, касающихся значения лояльности работника (лояльность по отношению к работодателю) в профессиональной жизни работающих студентов Экономического университета в Катовицах. В исследованиях был применен самостоятельно разработанный опросный лист. Статья имеет утилитарный характер – в ней верифицирована двадцать одна исследовательская гипотеза. Результаты эмпирических исследований разделены на восемь главных пунктов, касающихся: восприятия лояльности работника опрошенными студентами, важности лояльности работника на фоне других видов лояльности, самооценки лояльности организации, в которой работают опрошенные, оценки уважения непосредственных руководителей к лояльным подчиненным, лояльности работника, как качества ценимого работодателями и работниками, портфолио, оценивающего удовольствие и лояльность, стабильности в

сравнении с нестабильностью в профессиональной жизни, а также воспринимаемых последствий лояльности работника.

Ключевые слова: лояльность работника, лояльность к работодателю, лояльность на работе, ценность.

Dr Alicja Winnicka-Wejs

Adiunkt w Katedrze Zarządzania Organizacjami na Wydziale Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Posiada kilkuletnie doświadczenie praktyczne zdobyte w biznesie i administracji publicznej w obszarze rozwoju kapitału ludzkiego i relacji z klientami. Obecnie zaangażowana w projekt „Akademii Skutecznego Mentoringu” – prowadzi szkolenia dla kadry menedżerskiej z zakresu zarządzania wiekiem w organizacji. Opiekun Koła Naukowego „HR-owców”, które zrealizowało m.in. badanie losów zawodowych absolwentów Uczelni. Autor i wykonawca indywidualnego projektu badawczego dla młodych naukowców, dotyczącego rynku szkoleń. Współautorka 3 książek opublikowanych w latach 2010–2012. Zainteresowania naukowo-badawcze: jakość gospodarowania kapitałem ludzkim, zarządzanie jakością i wartością kapitału ludzkiego organizacji, inwestowanie w kapitał ludzki, ryzyko personalne, efektywność procesów personalnych.