

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
Pedagoģijas un psiholoģijas fakultāte
Psiholoģijas nodaļa

Psiholoģijas maģistra profesionālās studiju programmas

stud. apl. Nr. Psih010009

Maģistra darbs

**Apmierinātības ar atalgojumu, lojalitātes pret
organizāciju un nodoma aiziet no organizācijas
savstarpējā saistība zemo cenu veikala tīkla darbiniecēm**

Ivita Dambeniece

Darba vadītājs:
Asoc., prof. psych. Ģirts Dimdiņš

Rīga 2008

Satura rādītājs

Rezumējums	3
Abstract	4
Ievads	5
Apmierinātība ar atalgojumu.....	8
Lojalitāte pret organizāciju	11
Nodoms aiziet no organizācijas	13
Apmierinātības ar atalgojumu, lojalitātes pret organizāciju un nodoma aiziet no organizācijas savstarpēja saistība	16
Metode	17
Pētījuma dalībnieki	17
Instrumentārijs	18
Procedūra	18
Rezultāti	18
Iztirzājums	32
Izmantotās literatūras saraksts	37
Bibliogrāfija	40
Pielikumi	42

Rezumējums

Maģistra darba mērķis ir teorētiski izpētīt darbinieku lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu balstoties uz pēdējo gadu zinātnisko pētījumu analīzi, kā arī kvantitatīvi izpētīt iespējamās saistības starp zemo cenu veikalu darbinieču lojalitāti pret organizāciju, apmierinātību ar atalgojumu, nodomiem aiziet no organizācijas un dažādiem demogrāfiskiem raksturojumiem.

Pētījumā piedalījās 108 darbinieces no viena zemo cenu veikalu tīkla. Maģistra darba pētījumā tika izmantotas metodikas: Lojalitātes pret organizāciju anketa (Organizational Commitment Scale, OCS), kurai kā atsevišķa apakšskala tika pievienoti 5 jautājumi, kas mēra nodomus aiziet no organizācijas, izstrādāti U.Pāvula (Pāvuls,2003) doktora disertācijas ietvaros. Apmierinātības ar atalgojumu aptauja (Pay Satisfaction Questionnaire, PSQ).

Pētījumā tika konstatēts, ka Rīgā un mazpilsētās strādājošās darbinieces vidēji uzrāda līdzīgu afektīvo un aprēķinu lojalitāti pret organizāciju un līdzīgu apmierinātību ar atalgojumu. Darbinieces ar trīs uz vairāk bērniem uzrāda statistiski nozīmīgi augstāku apmierinātību ar atalgojumu nekā darbinieces bez bērniem. Kopumā iegūtie rezultāti parāda, ka zemo cenu veikalu darbinieču izlasē vidēji augstākai apmierinātībai ar atalgojumu atbilst arī augstāka lojalitāte pret organizāciju. Ciešākas pozitīvas saistības ar apmierinātību ar atalgojumu ir konstatētas afektīvajai lojalitātei pret organizāciju. Pētījuma ietvaros nodomiem aiziet no organizācijas tika konstatētas ciešas negatīvas saistības ar afektīvo un normatīvo lojalitāti, kā arī ar visām apmierinātības ar atalgojumu dimensijām. Zemo cenu veikalu darbinieku nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē apmierinātība ar atalgojuma līmeni un organizācijā nostrādātais laiks, izskaidrojot 33% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas. Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar atalgojuma līmeni ir negatīva, savukārt ar darba stāžu – pozitīva.

Atslēgas vārdi: lojalitāte pret organizāciju, apmierinātība ar atalgojumu, nodomi aiziet no organizācijas.

Abstract

The goal of the master's thesis is to theoretically research the commitment of employees towards an organisation, and their pay satisfaction, based on analysis of scientific researches carried out in recent years, as well as to quantitatively study possible links in the commitment of employees of low-price stores towards the organisation, pay satisfaction, plans of leaving the organisation and various demographic characteristics.

108 employees from a low-price store chain participated in the research. The following methods were used in the research of the master's thesis: organisational commitment scale (OCS) to which a separate subscale with 5 questions was added, measuring the intentions of leaving the organisation, developed within the doctor's dissertation of U. Pāvuls (Pāvuls, 2003). and pay satisfaction questionnaire (PSQ).

In the research it was found that employees working in Riga and small towns display similar affective and calculated commitment towards the organisation, and similar pay satisfaction. Employees with three and more children display a statistically significantly higher pay satisfaction than employees with no children. Overall, the obtained results show that within the sampling of low-price store employees, higher pay satisfaction corresponds to higher commitment towards the organisation. Closer positive links to pay satisfaction have been found with affective commitment towards the organisation. Within the research, it was found that plans of leaving the organisation have close negative links to affective and normative commitment, as well as all pay satisfaction dimensions. The plans of low-price store employees to leave the organisation are statistically significantly predicted by the pay satisfaction level and the time spent working for the organisation, which explains the 33% variations of the plans of leaving the organisation. The correlation between plans of leaving the organisation and the pay level is negative, the correlation with work seniority - positive.

Keywords: commitment, pay satisfaction, plans of leaving the organisation

Ievads

Mūsdienu sabiedrībā, kur ir daudzas neatrisinātas sadzīviskas problēmas, valdošais uzskats jo vairāk maksās, jo labāk strādās, ne vienmēr ir pareizs. Ja darbinieki būs saņēmuši vienādu atalgojumu, tas ne būs nenozīmē, ka attieksme pret darbu viņiem būs vienāda, jo kādam daudz svarīgāks savs brīvais laiks, darba kolēģi, paša vajadzību apmierināšana. Darbinieku apmierinātība ar atalgojumu, lojalitāte pret organizāciju un vēlme palikt konkrētā organizācijā ir aktuāls jautājums Latvijā, jo ievērojams skaits cilvēku devušies peļņā uz ārvalstīm (pēc oficiālajiem datiem ES dalībvalstīs strādā ne vairāk kā 5 % (*Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*, 2005), taču SKDS aptauja liecina, ka viņiem pievienoties varētu līdz pat 450 tūkstošiem) (SKDS, 2005). Maģistra darba ietvaros būtu svarīgi izprast, kāda ir ilgstoši strādājošo (ilgāk par gadu) darbinieku saistība ar konkrētu organizāciju un kāda ir atalgojuma loma darbinieku motivēšanā strādāt un palikt konkrētā organizācijā, lielas kadru mainības apstākļos, zemas apmierinātības ar atalgojumu un, iespējams, zemas lojalitātes pret organizāciju apstākļos.

Darbinieku lojalitātes un apmierinātības ar atalgojumu saistības ir pētītas vairākos LU OP maģistra darbos, U.Pāvuls šim jautājumam ir veltījis savu doktordisertāciju. Galvenais secinājums- naudai un materiālajam atbalstam ir liela nozīme darbinieku lojalitātes rašanās procesā, taču nauda nav vienīgais nosacījums, lai darbinieks būtu lojāls pret organizāciju. Aktuāls ir jautājums, kas ir tie psiholoģiskie mainīgie faktori, kas ietekmē afektīvo un normatīvo lojalitāti pret organizāciju, ja apmierinātība ar atalgojumu ir zema, bet darbinieks turpina strādāt organizācijā.

Arī Meijers atzina, ja cilvēkam svarīgas ir tradīcijas un to ievērošana, jo vairāk iespējams, ka viņš attīstīs normatīvo lojalitāti pret organizāciju (Finegan, 2000; Majer & Allen, 1997).

Fineganam (2000) ir pētījums par to, ka darbinieki paliek organizācijā tāpēc, ka viņi redz, ka organizācija apmierina viņu vajadzības, palīdz „ baudīt dzīvi” un nav pārliecināts, ka darbs citā organizācijā dos tādas pat iespējas. Kā norāda Danenberga (2004. LU maģistra darbā) tādām lojalitātes dimensijām kā afektīvā un normatīvā lojalitāte ir statistiski nozīmīga sakarība ar nodomiem aiziet no darba. Savukārt Kohens savā pētījumā demonstrē, ka labākais raksturotājs paredzot nodomus aiziet no organizācijas ir lojalitāte pret organizāciju noteikšana (Cohen, 1993).

Goldtorpam ir pētījums par to, ka darbiniekiem ir dažādas vajadzības, un katrs no darba sagaida kaut ko citu, kas ietekmē nodomus palikt organizācijā vai atstāt to, izdalot trīs

galvenās darba orientācijas: instrumentālā, birokrātiskā un solidaritātes orientācija (Mordovin, 2004).

Kā apgalvo Meijers un Allena, afektīvās lojalitātes attīstību vislielākā mērā ietekmē indivīda vajadzību apmierināšana, it īpaši, personiskās pilnveidošanās iespējas (Meyer & Allen, 1997).

Apmierinātība ar atalgojumu un lojalitāte pret organizāciju ir nozīmīgi jēdzieni darba motivācijas pētījumos, it īpaši saistībā ar nodomu mainīt darbu. Lojalitāte pret organizāciju un apmierinātība ar atalgojumu plašākā kontekstā ir attieksme. Organizācija un atalgojums ir attieksmes objekti. (Pāvuls, 2003).

Organizāciju psiholoģijā lojalitātes jēdziens tiek definēts no dažādiem aspektiem; Amerikāņu zinātnieki (Mowday, Steers & Porter, 1979) lojalitāti raksturo kā indivīda identificēšanos ar noteiktu organizāciju un ieinteresētību atrasties šajā organizācijā. Savukārt Meijera un Allenas (Mayer & Allen, 1997) lojalitātes pret organizāciju definējums ir, ka lojalitāte ir psiholoģisks stāvoklis, kas a) raksturo indivīda attiecības ar organizāciju, b) ietekmē lēmuma pieņemšanu turpināt vai pārtraukt strādāt konkrētā organizācijā. Meijera un Allenas piedāvātajā daudzdimensiju lojalitātē izdala trīs relatīvi neatkarīgas dimensijas jeb lojalitātes konstruktivitātes komponentus.

Lojalitātes konstruktivitātes komponenti ir afektīvā lojalitāte, aprēķina lojalitāte un normatīvā lojalitāte. Kur afektīvā lojalitāte ir darbinieka emocionālā piesaiste organizācijai, identificēšanās ar to un iesaistīšanās tajā. Afektīvās lojalitātes attīstību vislielākā mērā ietekmē indivīda vajadzību apmierināšana, it īpaši, personiskās pilnveidošanās iespējas (Meyer & Allen, 1991, 1997). Aprēķina lojalitāte ir apzināšanās, cik liela „cena”, ir aiziešanai no organizācijas. Aprēķina lojalitāti galvenokārt ietekmē cilvēka uzskaitītie ieguldījumi organizācijā un alternatīvas, kas iespaidotu potenciālās „izmaksas” aizejot no organizācijas. Normatīvā lojalitāte ir pienākuma izjūta palikt darba attiecībās ar konkrēto organizāciju. To visvairāk iespaido psiholoģiskais kontrakts starp darbinieku un organizāciju papildīšanās vai neievērošana. (Meyer & Allen, 1997).

U.Pāvuls savu doktora disertāciju ir veltījis, lai pētītu apmierinātības ar atalgojumu un lojalitātes pret organizāciju saistību bankās un skolās. Pētījumā tika atklāts, ka starp apmierinātību ar atalgojumu un afektīvo lojalitāti pastāv abpusēji pozitīva, vērā ņemama ietekme, tāpat kā starp normatīvo lojalitāti un apmierinātību ar atalgojumu, savukārt vienpusēji negatīva ietekme ir apmierinātībai ar atalgojumu un aprēķina lojalitātei. (Pāvuls, 2003).

Pētījumā tika secināts, ka afektīvās lojalitātes paredzēšanā relatīvi nozīmīga ietekme ir nodomiem aiziet no darba, apmierinātībai ar atalgojumu un organizācijā nostrādātajam

laikam. Normatīvo lojalitāti visvairāk ietekmē darbinieku vecums, apmierinātība ar atalgojumu un nodomi aiziet no organizācijas. Savukārt aprēķina lojalitāti visvairāk ietekmē demogrāfiskie rādītāji- vecums, izglītība, reģions (Pāvuls, 2003).

Lojalitāte pret organizāciju ir nozīmīgs pētījuma jautājums, jo tas cieši saistīts ar cilvēku uzvedību organizācijā, darba kavējumiem, personāla mainību. Apmierinātība ar atalgojumu tiek apskatīts kā būtisks, sarežģīts un daudzpusīgs apmierinātības ar darbu faktors (Pikeringa, 2002). Nauda nepieciešama gan pamatvajadzību nodrošināšanai, gan arī tā sniedz iespēju apmierināt vajadzības augstākajā līmenī.

Atalgojuma funkcijām jābūt sekojošām: jādod patiens gandarījums, jāveic labu darbinieku piesaistīšana, esošo darbinieku noturēšana, jāceļ darba efektivitāte. Apmierinātības ar atalgojumu veidošanās un to ietekmējošie faktori ir skaidroti vairākos teorētiskajos modeļos, kuri pamatojas taisnīguma un nesaskaņu teorijā, ar to pazīstamo pārstāvi Adamsu (Renģe, 1999). Darbiniekiem ir svarīgi, lai viņu ieguldījums tiek novērtēts taisnīgi. Darba algai nav jābūt iespējami lielākai, bet tai jābūt iespējami taisnīgai. Taisnīguma teorijas autors Adamss pauda uzskatu, ka cilvēki nosaka attiecību starp rezultātu un pieliktajām pūlēm paši, un pēc tam šo rezultātu salīdzina ar citu darbinieku rezultātu.

Tādējādi viņi nosaka taisnīguma pakāpi, kas ietekmē viņu motivāciju un apmierinātību ar darbu, lojalitāti pret organizāciju. L.Portera un E.Loulera modelis par darbinieku taisnīguma teoriju- apmierinātība ar atalgojumu parāda, ka sasniegtos rezultātus ietekmē gan darbinieka prasmes un spējas, gan sava nozīmīguma apzināšanās darba procesā, gan pūles, ko ietekmē atalgojuma subjektīvā vērtība (Pikeringa, 2002). Kā minēts Haneman un Schwab (Henemann & Schwab, 1985, kā minēts Pāvuls, 2002) tas ir cilvēka subjektīvi novērtētā saņemtā atalgojuma taisnīgums.

Apmierinājuma līmeni ietekmē arī tādi faktori, kā iekšējais atalgojums, piemēram, pašapliecināšanās, kā arī ārējais atalgojums, proti- darba alga vai vadītāja mutiska atzinība. Darbinieka apmierinātība ar atalgojumu veido atgriezenisko saiti uz cilvēka darbību nākotnē (Praude & Beļčikovs, 2001). Saskaņā ar teorētiskajām nostādnēm, ne tikai apmierinātība ar atalgojumu ietekmē lojalitāti, bet lojalitāte var ietekmēt apmierinātību ar atalgojumu (Pāvuls, 2003). Ja darbiniekam palielinās emocionālā vai morālā saistība ar organizāciju, viņam var mainīties attieksme pret savu atalgojumu.

Situācijā, kad ne vienmēr ir iespējams paaugstināt atalgojumu, būtu svarīgi precizēt darbinieku lojalitātes raksturu, (kādas attiecības saista viņu ar konkrētu organizāciju), un saistību pastiprinošus apstākļus, kas būtu jāņem vērā, lai spētu vienoties par abpusēji nozīmīgiem jautājumiem, un darbinieks paliktu strādāt konkrētā organizācijā.

Maģistra darbam ir tīri praktisks fokuss, izpētīt zemo cenu veikala darbinieku apmierinātību ar atalgojumu, lojalitāti pret organizāciju saistību, saprast, kurš no lojalitātes komponentiem vislielākā mērā ietekmē lēmumu aiziet no organizācijas, un kādi demogrāfiskie rādītāji ietekmē lēmumu aiziet no organizācijas, kā demogrāfiskie rādītāji mijiedarbojoties ar lojalitātes pret organizāciju komponentiem var ļaut prognozēt darbinieka lēmumu aiziet no organizācijas. Līdz šim konkrētie konstrukti nav pētīti šajā populācijā.

Pētījuma rezultātu praktiskā nozīmība jāsaista ar personāla vadības procesiem, uzsverot, ka darbinieku apmierinātība ar atalgojumu, lojalitāte pret organizāciju un arī demogrāfiskie rādītāji ir svarīgi un aktuāli jautājumi organizācijas cilvēkresursu plānošanā.

Apmierinātība ar atalgojumu

Apmierinātība ar atalgojumu ir viena no apmierinātības ar darbu dimensijām. Kur apmierinātība ar darbu ir darbinieka attieksmju pret darbu apkopojums, kas sevī ietver konkrētā cilvēka subjektīvu apmierinātību ar dažādiem darba aspektiem un nozīmība, ko darbinieks piešķir šiem atsevišķajiem komponentiem. Organizāciju konsultants Loks (Locke, 1976, kā minēts Judge, et. al., 2001) apmierinātību definē kā patīkamu jeb pozitīvu emocionālu stāvokli, kas rodas no indivīda darba vai darba pieredzes novērtēšanas, īpaši tiek uzsvērts afektīvais un kognitīvais aspekts. Porters un Lavlers (Porter & Lawler, 1968, kā minēts Pikeringa, 2002) apmierinātību ar darbu definē kā darbinieka afektīvu, emocionālu reakciju uz viņa patreizējā darba apstākļiem.

Organizāciju konsultants Ariels de Geus (Geus, 2001), kurš pētīja uzņēmumus ar 100 gadu un vairāk profesionālo darbību, secina, ka darbinieki un organizācija ir vienoti, saliedēti savas identitātes apziņā, un šajos uzņēmumos pastāv salīdzinoši lielāka apmierinātība ar darbu, jo pārmaiņu laikā nozīmīga loma bija darbinieku spēcīgajai piederības un līdzdalības izjūtai pret organizāciju. Apmierinātība ar darbu tiek definēta arī kā pozitīvs emocionāls stāvoklis, kas atspoguļo afektīvo un kognitīvo reakciju uz situāciju darbā, vērtējot ar to saistītu pieredzi (Pāvuls, 2002). Daži organizāciju pētnieki uzskata, ka apmierinātības ar darbu pamatā ir vairāki kognitīvi nevis emocionāli faktori. Apmierinātību ar darbu ietekmē vairāki vides un individuālie faktori. Vides faktori, kas ietekmē apmierinātību ar darbu, ir lomu skaidrība, darba raksturojums, un lomu konflikts. Individuālie faktori, kas ietekmē apmierinātību ar darbu, ir personības īpašības, vecums, dzimums, personas un darba saskaņa, kultūras atšķirības. Savukārt, apmierinātība ar darbu ietekmē darba kavēšanu, personāla mainību, veselību un apmierinātību ar dzīvi (Spector, 1997). Pēdējos gados pamatā dominē

uzskats, ka apmierinātība ar darbu ir multidimensionāls konstrukts - cilvēks var būt vairāk vai mazāk apmierināts ar savu darbu, ar vadītāju, atalgojumu, darba apstākļiem, tanī pat laikā esot neapmierināts ar citiem darba vides komponentiem. P. Spektora (Spector, 1997) aptauja, kas ir viena no Latvijā visplašāk izmantotajām apmierinātības ar darbu noteikšanas metodēm, parāda, ka vispārējā apmierinātība ar darbu veidojas no šādām pozīcijām: darba samaksas, izaugsmes iespējām, attiecībām ar vadību, nemonētārajiem labumiem, atzinības un novērtēšanas, darba procedūras, komunikācijas, darba būtības.

Viens no apmierinātības ar darbu konstruktiem - apmierinātība ar atalgojumu veidošanos un to ietekmējošie faktori ir skaidroti vairākos teorētiskajos modeļos.

No procesa teorijām var atzīmēt Vruma (Vroom) ekspektāciju teoriju, Adamsa (Adams) taisnīguma teoriju un Loka (Locke) un Latema (Latham) mērķu izvirzīšanas teoriju. Instrumentālā teorija (Porter & Lawler) apmierinātību ar darbu skaidro, balstoties uz to, vai saņemtā atlīdzība atbilst indivīda ekspektācijām. Jāatzīmē, ka šī teorija balstās uz Vruma (Vroom) ekspektācijas teoriju. Vruma (Vroom, 1964, kā minēts Reņģe, 1999) ekspektāciju teorijā par noteicošo tiek pieņemta indivīda subjektīvā situācijas uztvere un novertējums. Saskaņā ar šo teoriju cilvēki tiecas rīkoties tā, lai nodrošinātu sev vēlamo rezultātu. Darba rezultāti ir tas, ko organizācija var piedāvāt cilvēkam par darba veikšanu - algu, paaugstināšanu amatā u. tml. Ekspektācija raksturo uztverto saikni starp pieliktajām pūlēm un veiksmīgu darba izpildi. Vruma teorijā var saskatīt apmaiņas principu starp darbinieku un organizāciju - darbinieks iegulda organizācijā savas pūles un pretī saņem sev nozīmīgu atalgojumu. Nozīmīgs ieguldījums ir Adamsa taisnīguma teorijai, kas balstās uz sociālās apmaiņas un sociālās salīdzināšanas principiem starp darbinieku un organizāciju. Taisnīguma kritērijs ir sava darba algas salīdzināšana ar citu darbinieku darbu un atalgojumu (Adams, 1998). Taisnīgums var tikt uztverts divējādi (Thibaut & Walker, 1975, kā minēts Pikerings, 2002) - kā distributīvais, vai atalgojums ir taisnīgi sadalīts no darbinieka viedokļa raugoties un procedurālais, vai darbiniekiem ir nodrošinātas līdzīgas iespējas iegūt šo atalgojumu. Adams savos pētījumos nonāca pie atziņas, ka labāk darbiniekam pārmaksāt nekā samaksāt nepietiekami, jo šādos gadījumos darbiniekus pārņem vainas izjūta kolēģu priekšā un viņi tiecas strādāt vēl vairāk, lai atbrīvotos no tās. Tomēr ne vienmēr pārmaksāšana rada vainas izjūtu, dažreiz cilvēki sāk domāt, ka iepriekš viņiem maksāja nepietiekami, tas gan raksturīgs darbiniekiem ar zemāku statusu organizācijā. Lavlers (Lawler) apmierinātības ar atalgojumu modelī izdalījis divus aspektus, kuri nosaka kopējo vērtējumu apmierinātībai ar atalgojumu; cilvēka subjektīvi izprastais saņemtais atalgojums un subjektīvi izprastais atalgojums, kurš būtu jāsaņem. Otru aspektu galvenokārt nosaka personiskais ieguldījums darbā, darba raksturojums un citu referentu cilvēku ieguldījums un saņemtais atalgojums.

L. Daiers un R. Terio ir autori teorētiskajam modelim par apmierinātību ar atalgojumu veidošanos. Viņi pilnveidojuši Lavlera modeli, akcentējot organizācijā pastāvošās atalgojuma sistēmas politikas un stratēģijas nozīmīgumu (Pāvuls, 2003). Šie autori apmierinātību ar atalgojumu skaidrojuši kā cilvēka subjektīvi novērtēto saņemtā atalgojuma taisnīgumu. Tas kopā ar atalgojuma sistēmas administratīvo adekvātumu organizācijā, kuru nosaka cilvēka subjektīvā izpratne par atalgojuma kritērijiem, to atbilstību darba specifikai, subjektīvi izprastai darba novērtēšanas precizitātei un atalgojuma politikas ievērošanai, veido cilvēku apmierinātību ar atalgojumu (Pāvuls, 2002).

Kopumā attieksmi pret atalgojumu var mērīt divos veidos – sākotnēji kā viendimensionālu konstrukt, kas balstās uz iepriekš aprakstītajiem modeļiem, tomēr ir gūti apstiprinājumi tam, ka minētais lielums ir daudzdimensionāls konstrukt. Šī pieeja nodrošina efektīvāku un precīzāku ieskatu darbinieku apmierinātībā ar organizācijas nodrošinātajām atalgojuma formām un sistēmas politiku (Koslowsky & Krausz, 2002). Tieši Hānemans un Švābs (Heneman & Schwab, 1985, kā minēts Pāvuls, 2002) apšaubīja apmierinātības ar atalgojumu kā viendimensionāla lieluma pieejas efektivitāti, sākotnēji norādot, ka apmierinātība ar atalgojumu veido piecas relatīvi neatkarīgas dimensijas: apmierinātība ar atalgojumu līmeni, ar atvieglojumiem, ar pielikumiem, ar atalgojuma struktūru un apmierinātība ar atalgojuma administrēšanu. Autori ir guvuši apstiprinājumu, ka minētajiem lielumiem ir daudzdimensionāls raksturs un cilvēka apmierinātības līmenis attiecībā pret katru no faktoriem var būt atšķirīgs. Ir arī četru dimensiju modelis - apmierinātība ar atalgojumu, ar atalgojuma līmeni, ar atvieglojumiem, ar atalgojuma līmeņa izmainām un apmierinātību ar atalgojuma struktūru, šo modeli atbalstījuši arī citi autori (Koslowsky & Krausz, 2002).

Balstoties uz apmierinātības ar atalgojumu kā daudzdimensionāla lieluma pieeju Miceli un Leins (Miceli & Lane) (Pāvuls, 2002) izveidojuši vēl vienu apmierinātības ar atalgojumu veidošanos un to ietekmējošo faktoru teorētisko modeli. Autori izveidojuši sešus apmierinātības ar atalgojumu ietekmējošos faktoros: atalgojuma līmenis, atalgojuma sistēma, atvieglojumu sistēma, atvieglojumu līmenis, atalgojuma laika dimensijas, tie atšķirīgi ietekmē apmierinātības ar atalgojuma veidošanos.

Henemans un Švābs izveidojuši pirmo aptauju apmierinātībai ar atalgojumu kā multidimensionāla lieluma mērīšanai - „Apmierinātības pret atalgojumu anketa” (Heneman & Schwab, 1985, kā minēts Pāvuls, 2002). U.Pāvula pētījumā iegūtie rezultāti liek šaubīties par apmierinātības ar atalgojumu daudzdimensiju struktūru, jo radījuši šaubas par tās izmantošanas lietderību. Faktoru analīzē secināts, ka apmierinātība ar atalgojumu faktors izskaidro gandrīz pusi jautājumu kopējas dispersijas, savukārt, pārējie faktori tikai desmit un mazāk procentus (Pāvuls, 2002). To varētu skaidrot ar izlases specifiku, kurā tika veikts

pētījums, kā arī Latvijas uzņēmumu raksturīgo kultūras specifiku, kur cilvēki ir dažādi informēti un dažādi izprot organizāciju atalgojuma sistēmu un tās veidošanās politiku.

Lojalitāte pret organizāciju

Lojalitāte pret organizāciju ir saistījusi zinātnieku interesi vairāk nekā četrdesmit gadu, un personāla speciālistu interesi pēdējo gadu laikā jo īpaši. Personāla mainība pakalpojumu sniegšanas sfērā īpaši tirdzniecībā ir viens no aktuālākajiem jautājumiem. Izzinot darbinieku lojalitāti pret organizāciju un izmantojot dažādus personāla vadības paņēmienus var mazināt personāla mainību, darot savus darbiniekus lojālākus pret organizāciju.

Sākotnēji lojalitāte pret organizāciju tika pētīta, saistībā ar nodomiem palikt organizācijā vai aiziet no tās (Rusbult & Farell, 1983, kā minēts Reņģe, 2007).

Lojalitāte ir viens no populārākajiem mainīgajiem lielumiem, kas pētīts darba sfērā. Visas definīcijas, kas ir par lojalitāti pamatā ietver indivīda pieķeršanos organizācijai (Meyer & Allen, 1997). Moudeja, Portera, Stīrs (Mowday, Porter & Steers, 1979) definē lojalitāti pret organizāciju kā identificēšanos ar organizāciju un iesaistīšanos tajā, ko raksturo:

- 1) dziļa ticība organizācijas mērķiem un vērtībām, to pieņemšana.
- 2) vēlme veikt ievērojamu piepūli organizācijas labā.
- 3) spēcīga vēlme turpināt strādāt konkrētajā organizācijā.

Analizējot lojalitātes jēdzienu, vairāki autori pauduši pārliecību, ka pastāv divi pamata lojalitātes veidi, attieksmes saistība (lojalitāte kā attieksmes) un uzvedības saistība(lojalitāte kā uzvedība) (Mowday, Porter & Steers, 1979). Pēc Moudeja attieksmes saistība attiecas uz cilvēka domāšanas procesu, kurā viņi domā par attiecībām ar organizāciju, izvērtējot cik lielā mērā viņu vērtības un mērķi atbilst organizācijas vērtībām un mērķiem. Savukārt, uzvedības saistība attiecas uz procesu, kādā cilvēki tiek iekļauti konkrētajā organizācijā un kā viņi tiek ar to galā (Meyer & Allen, 1997). 20. gs. 80 gados viņi pilnveido lojalitātes definīcijas un izstrādā lojalitātes mērīšanas metodes, kas kļuva populāra un tiek izmantota arī šodien. Šajā pieejā lojalitāte tiek skatīta kā viendimensijas jēdziens (Mowday, Porter & Steers, 1979).

Šobrīd visā pasaulē atzinību izpelnījusies pētnieku Džona Meijera un Natālijas Allenas (Meyer & Allen, 1991) 90-to gadu sākumā izvirzītā teorija, kas apgalvo, ka lojalitāte ir psiholoģisks stāvoklis, kas 1) raksturo darbinieku attiecības ar organizāciju un 2) ietekmē lēmuma pieņemšanu turpināt strādāt konkrētajā organizācijā. Lojalitāte organizācijā tiek definēta ar trim atsevišķiem lielumiem, trīs neatkarīgiem komponentiem: afektīvo, aprēķina un normatīvo. Autori uzsver, ka katrs komponents veidojas atšķirīgas pieredzes rezultātā un tam ir atšķirīga ietekme ar darbu saistītā uzvedībā. Katras lojalitātes dimensijas psiholoģiskā

daba ir atšķirīga. Afektīvā lojalitāte attiecas uz darbinieka emocionālo piesaisti organizācijai, ieinteresētību un identificēšanos ar lojalitātes objektu.

Afektīvā lojalitāte apraksta darbinieka emocionālās saites ar darba vietu (Meyer, et. al., 1993, 1997). Aprēķina lojalitāte atspoguļo praktisko perspektīvu, kas balstīta uz savstarpēju indivīda un organizācijas vērtību apmaiņu. Tās pamatā ir uzskatīts, ka cilvēks veic savu ieguldījumu organizācijā, cerot uz kaut ko, kas viņam vērtīgs. Tas attiecas arī uz apzināšanos par to, kādi būtu zaudējumi aiziešanai no organizācijas. Aprēķina lojalitāte ir racionālas attiecības starp indivīdu un organizāciju. Darbinieki kļūst aprēķina lojāli tādēļ, ka jūtas organizācijai parādā, paši tajā ir pārāk daudz ieguldījuši vai nevēlas zaudēt iespēju saņemt dažādus labumus, ko organizācija sniedz ilglaicīgiem tās darbiniekiem (Meyer, et. al., 1993, 1997). Normatīvā lojalitāte ietver morālo komponentu, jo tā attiecas uz darbinieka pienākuma un atbildības sajūtu pret organizāciju (Meyer & Allen, 1997). Šis aspekts norāda, ka darbinieks izturēsies noteiktā veidā tādēļ, ka viņš uzskata šādu izturēšanos par pareizu un morālu rīcību. Autori ir norādījuši, ka lojalitātei ir daudzdimensionāls dalījums, jo cilvēki var izjust dažādu piesaisti dažādiem objektiem vienas organizācijas ietvaros. Darbinieki var būt lojāli pret atšķirīgām ar darbu saistītām sfērām (Eby, et. al., 1999). Darbinieki var būt lojāli pret organizāciju, profesiju, darba grupu vai vienlaicīgi izjust psiholoģisko pieķeršanos visiem šiem objektiem. Latvijā lojalitātes pret organizāciju pētījumus 20.g.90.gadu beigās uzsāka U. Pāvuls (Pāvuls, 2002, 2003). U.Pāvuls savā pētījumā apstiprināja, ka lojalitātes daudzdimensionālā struktūra ir daudz atbilstošāka un nemainās dažādos organizācijas veidos (Pāvuls & Reņģe, 2003).

Daudzdimensiju lojalitātes komponentus atšķirīgi ietekmē dažādi faktori, kuru izpētei veltīti daudzi pētījumi. Afektīvo lojalitāti vislielākā mērā ietekmē indivīda vajadzību apmierināšana, it īpaši personiskās pilnveidošanās iespējas. Darbinieki, kuru darba pieredze organizācijā sakrīt ar gaidīto un apmierina viņu pamatvajadzības ir motivēti veidot stiprāku afektīvo pieķeršanos organizācijai, nekā tie darbinieki, kuru vajadzības ir mazāk apmierinātas. Svarīgs ir atbalsts no organizācijas un taisnīgums personālvadības procesos (Meyer & Allen, 1997). Kā arī vecums un ieņemamais amats statistiski nozīmīgi korelē ar afektīvās lojalitātes pret organizāciju radītāju. Darbinieki, kas ir vecāki un ilgāku laiku strādā organizācijā, afektīvās lojalitātes pret organizāciju radītāji ir augstāki un viņi ir apmierinātāki ar darbu kopumā (Meyer & Allen, 1997). Aprēķina lojalitāti ietekmē cilvēka uztvertie ieguldījumi organizācijā un alternatīvas, kas iespaidotu potenciālas „izmaksas” aiziešanai no organizācijas vai iespēju citur strādāt trūkums. Kādā pētījumā tika konstatēts, ka tie darbinieki, kas izteikti sevi identificē ar „apgādātāja” lomu- ir vienīgie ģimenes apgādātāji, ir stiprāka aprēķina lojalitāte pret organizāciju, nekā tiem darbiniekiem, kas vāji identificējas ar šo lomu.

Aprēķina lojalitāte pret organizāciju nav saistīta ar apmierinātības ar atalgojuma līmeni (Driscoll & Randall, 1999). Normatīvā lojalitāte attīstās jau agrīnas socializācijas pieredzes ietekmē un darba pieredzes ietekme ir vairāk sekundāra, tomēr iespaido psiholoģisko kontraktu starp darbiniekiem un organizāciju piepildīšanos vai neievērošanu (Meyer & Allen, 1997). Normatīvā lojalitāte pret organizāciju ir saistīta ar darba apmeklējumu biežumu, darba kvalitāti, iesaistīšanos organizācijai svarīgu lēmumu pieņemšanā.

Dž.Meijers un N.Allena skaidro, ka darbinieka lojalitātei pret organizāciju ir dažādas dimensijas, nevis atšķirīgi lojalitātes veidi. Katra darbinieka lojalitāte pret organizāciju raksturojama ar profilu, kurā ir trīs lielumi, kas nav savstarpēji summējami. Katra no lojalitātes dimensijām veidojas citādos apstākļos un ietekmē nosacīti atšķirīgu uzvedību. Visas trīs dimensijas vienlīdz stipri saistītas ar nodomiem palikt organizācijā vai no tās aiziet (Meyer, et. al., 1993, 1997).

Nodoms aiziet no organizācijas

Pētījumi par personāla mainību interesē ne tikai psiholoģijas zinātniekus, bet arī ekonomistus, sociologus. Katras nozares speciālistiem ir atšķirīgi skaidrojumi, kas balstīti uz dažādiem mainīgajiem faktoriem. Psihologi kadru mainību skaidro ar lojalitātes pret organizāciju, apmierinātības ar darbu palīdzību. Ekonomisti skata sakarības starp apmierinātību ar atalgojumu un nodomiem aiziet no organizācijas. Savukārt sociologi kā mainīgo min darbinieka atbildības sajūtu (Price, 1999). Augsta darbinieku mainība organizācijās rada lielas finansiālas grūtības, jo jāapmāca jauni darbinieki. Darbinieku mainība organizācijām rada arī netiešus zaudējumus, kas saistās ar uzņēmuma reputāciju publiskajā telpā, kā arī ar fizisku savas pastāvēšanas nodrošināšanu (Lam & Chan, 2002). Nodomi aiziet no organizācijas ir darbinieku subjektīvais novērtējums par to, ka viņš turpmākajā laikā pametīs savu darbu (Carmeli, 2005). Var izdalīt trīs nodomu veidus aiziešanai: nodomu aiziet no darba jomas, nodoms aiziet no darba, un nodoms aiziet no organizācijas (Carmeli, 2005). Uz darbinieku aiziešanu var skatīties divējādi, viena pieeja, kas balstīta uz darbinieka darba alternatīvo iespēju racionālu izvērtēšanu, kā arī esošās darba tirgus situācijas apzināšanos. Otra pieeja balstās uz pašu aiziešanu. Būtisks ir laika posms, kas tiek pavadīts starp procesa sākumu (strādāšanu) un beigu punktu (aiziešanu) (Somers, 1996). Faktori, kas ietekmē personāla mainību var tikt iedalīti 4 grupās: demogrāfiskie rādītāji, pašreizējā darba raksturojums, organizācijas raksturojums un ārējie faktori (Griffeth, et al., 2000). Nodoms aiziet no organizācijas visplašāk tiek pētīts saistībā ar dažādām lojalitātes dimensijām un dažādiem lojalitātes objektiem. Pētījumi pierādījuši, ka tieši afektīvajai

lojalitātei ir vislielākā ietekme uz nodomu aiziet no organizācijas. Saskaņā ar pētījumiem, darbinieki, kuriem ir augsta afektīvā lojalitāte, ir negatīva korelācija ar nodomu aiziet no organizācijas.

Pētījumā par lojalitātes dimensijām un nostrādāto laiku organizācijā un to savstarpējo saistību secināts, ka gados vecākiem cilvēkiem saistība ar aprēķina lojalitāti un nodomu aiziet no organizācijas ir vāja. Tādejādi, vecums un nostrādātais laiks paradās kā labākie ieguldījumu un alternatīvu raksturotāji (Cohen, 1999).

Pētījumi parāda, ka afektīvā un normatīvā lojalitāte statistiski nozīmīgi korelē ar nodomiem aiziet no darba organizācijā, turpretim aprēķina lojalitāte ar šo kritēriju ir vāji saistīta (Cohen, 1999).

Lai arī afektīvā lojalitāte pret organizāciju korelācija ir stiprāk izteikta, nozīmīga saistība ar darbinieku mainības rādītājiem ir apstiprināta visām lojalitātes pret organizāciju dimensijām (Eby, et. al., 1999).

Darbinieki ar stipru afektīvo lojalitāti paliek organizācijā, tāpēc, ka viņi to vēlas, darbinieki ar stipru aprēķina lojalitāti paliek tāpēc, ka viņiem tas ir nepieciešams, darbinieki ar stipru normatīvo lojalitāti paliek, jo viņi zina, ka tā vajag (Meyer, Allen & Smith, 1993).

Darbinieki, kuri ir apmierināti ar darbu kopumā, neredz iemeslu aiziešanai no darba un nemeklē jaunas darba vietas. Turpretī zemas apmierinātības ar darbu gadījumā ir lielāka personāla mainības iespējamība. Empīriskie pētījumi rāda, ka apmierinātība ar darbu ir saistīta ar organizācijas atribūciju un savukārt nodoms aiziet no organizācijas savstarpēji nozīmīgi korelē (Griffeth, et. al., 2000). Darbinieku mainība organizācijās, pēdējos gados ir konceptuāli mazāk plānveida nekā tas bija agrāk. Darbinieku mainīguma teorija labi parāda darbinieku attieksmi pret darbu. Apzinoties, ka kādam kolēģim ir cita darba alternatīva, tas mazina arī citu darbinieku interesi un attieksmi pret darbu.

Darbiniekam, pieņemot lēmumu mainīt darbu, darba izvēles norise lielā mērā ietekmēs darbinieka attieksmi pret jauno darbu (Mowday, Porter & Steers, 1979). Visi neapmierinošie iepriekšējās darba vietas elementi, kas bija par pamatu darba maiņai, jaunajā darbā tie daudz mazāk iespaidos darbinieka attieksmi pret darbu, vismaz sākumā, jo jaunajā darbā viss tiek uztverts pozitīvāk un nav tik daudz familiaritātes ar negatīvajiem darba aspektiem (Boswell, Boudreau & Tichy, 2005).

Darbinieki aiziet no patreizējā darba, lai nākotnē veidotu labāku profesionālo karjeru, gūtu augstāku atalgojumu (Fields, et al., 2005).

Daudzu pētījumu secinājumi parāda, ka darbinieku aiziešana no organizācijas var būt „lipīgs” process, jo kolēģu aiziešana var radīt domas par aiziešanu arī palicējiem (Koslovsky & Krauzs, 2002).

Darbinieki, kuri maina darbu no vienas organizācijas uz citu, sākumā apmierinātība ar darbu strauji pieaug, ko sauc par „medusmēneša efektu” (Boswell, Boudreau & Tichy, 2005). „Medusmēneša” efektam seko „piezemēšanās” efekts (hang over) apmierinātībā ar darbu. Atšķirība ir darbinieku darba maiņu cikliskumā, tie darbinieki, kuri darbu maina ik pēc viena gada apmierinātība ar darbu ir zema un uzsākot jaunu darbu apmierinātība ar darbu sākotnēji ir augsta, taču viena gada laikā tā strauji mazinās. Savukārt tiem darbiniekiem, kuru darba maiņu cikls ir ik pa četriem gadiem, apmierinātība ar darbu viszemākā ir trešā gada laikā, bet pieņemot lēmumu mainīt darbu apmierinātība ar darbu paaugstinās un iegūstot jauno darbu iestājas tā saucamais „medusmēnesis”, kad apmierinātība ar darbu ir augsta, kam atkal seko strauja „piezemēšanās”, neapmierinātība ar darbu un domas par darba maiņu (Boswell, Boudreau & Tichy, 2005).

Liela nozīme ir darbinieka individuālajām personības iezīmēm, „medusmēneša” un „piezemēšanās” efektu izdzīvošanā sakarā ar darba maiņu. Tie darbinieki, kuri aktīvi iesaistīsies organizācijas lēmumu pieņemšanā, dažādu alternatīvu izmantošanā, ļoti emocionāli iesaistoties organizācijā, tie jaunajā darbā izdzīvos spēcīgu „medusmēneša” efektu un strauju, izteiktu „piezemēšanās” efektu. Savukārt tie darbinieki, kuri ir racionālāki attieksmē pret darbu, neizjutīs tik straujas svārstības no viena efekta otrā (Boswell, Boudreau & Tichy, 2005).

Organizācijās, kurās ir salīdzinoši liela kadru mainība, darba devējam būtu svarīgi izprast abus efektus un atpazīt darbiniekus, kuri ir „šūpolēs” no „medusmēneša” uz „piezemēšanos”, kas visdrīzāk beigsies ar darbinieka aiziešanu no organizācijas. Darba devējs ar savu attieksmi var parādīt, ka viņš saprot darbinieku viņa „piezemēšanās” brīdī, tad darbiniekam šī „piezemēšanās” nekļūst par signālu darba maiņai, tādējādi saglabājot zemu kadru mainību un ļaujot darbiniekam „šūpoties” esošās organizācijas ietvaros.

Efektīvi darbinieku noturēšanas veicinošie faktori ir: iekšēji taisnīga un ārēji konkurētspējīga atalgojuma sistēma, talantu identificēšana un vadītāja vadības stils, potenciālo vadītāju identificēšana un esošo attīstīšana, pievilcīgs darba saturs, cilvēku izvietošana viņiem atbilstošos amatos, iekšējais mārketing- pievilcīga darba devēja tēla veidošana u.c..

Pētījumu rezultāti parāda, ka mazumtirdzniecības jomā strādājošajiem darbiniekiem ir augstāki nodomi aiziet no organizācijas nekā citās jomās strādājošajiem darbiniekiem, jo viņiem ir zemāks atalgojuma līmenis, retāk notiek apmācība un pats darba veids ir distresu izraisošs (Khatri, Budhwar & Tze Fern, 1999).

Apmierinātības ar atalgojumu, lojalitātes pret organizāciju un nodoma aiziet no organizācijas savstarpējā saistība

Vairākos starptautiskos pētījumos konstatētas sakarības starp lojalitāti un apmierinātību ar atalgojumu (Cohen, 1999). Lojalitāte korelē ar apmierinātību ar atalgojuma pieaugumu ar atalgojuma taisnīgumu, procedūras taisnīgumu un darba rezultātiem, apmierinātība ar atalgojumu korelē ar visām trijām lojalitātes pret organizāciju dimensijām (McShane & Glinow, 2003).

Latvijā pētījumu par apmierinātību ar atalgojumu un lojalitāti pret organizāciju saistību veicis U. Pāvuls. Minēto lielumu mījsakarības pētījis bankās un skolas strādājošo izlasē. Autors secinājis, ka afektīvā lojalitāte pozitīvi un statistiski nozīmīgi korelē ar visām četrām apmierinātības ar atalgojumu dimensijām ($r =$ no 0.268 līdz 0.396) Tas pats attiecas uz normatīvo lojalitāti ($r =$ no 0.159 līdz 0.306). Savukārt aprēķina lojalitāte pozitīvi, bet statistiski nenozīmīgi korelē ar apmierinātību ar algu, apmierinātību ar atvieglojumiem un apmierinātību ar algas pielikumu ($r =$ no 0.001 līdz 0.067) pozitīvi un statistiski nozīmīgi korelē ar atalgojuma administrēšanu ($r =$ no 0.160) (Pāvuls, Reņģe, 2003).

Apmierinātībai ar atalgojumu un afektīvajai lojalitātei pastāv abpusēji pozitīva, nozīmīga ietekme, apmierinātībai ar atalgojumu un normatīvajai lojalitātei arī abpusēji nozīmīga ietekme, savukārt vienpusēji negatīva ietekme pastāv apmierinātībai ar atalgojumu un aprēķina lojalitātei.

Pievēršot uzmanību apmierinātības ar atalgojumu un citu faktoru ietekmei uz lojalitātes dimensijām, U.Pāvula veiktajā pētījumā tiek secināts, ka afektīvās lojalitātes paredzēšanā relatīvi nozīmīga ietekme ir nodomiem aiziet no organizācijas, apmierinātībai ar atalgojumu un organizācija nostrādātajam laikam. Demogrāfiskie rādītāji (vecums, izglītība, reģions), lai arī statistiski nozīmīgi, tomēr salīdzinoši mazāk ietekmē afektīvo lojalitāti. Normatīvo lojalitāti visvairāk ietekmē darbinieku vecums, apmierinātība ar atalgojumu, organizācijas tips un nodomi aiziet no organizācijas. Aprēķina lojalitāti ietekmē demogrāfiskie rādītāji un konkrētā organizācija.

Apkopojot rezultātus par lojalitātes dimensiju un citu faktoru ietekmi uz apmierinātības ar atalgojumu tika secināts, ka organizācijas tipam, reģionam, afektīvajai un normatīvajai lojalitātei ir vislielākā ietekme. Nozīmīga ietekme uz minēto lielumu raksturīga arī aprēķina lojalitātei, nodomiem aiziet no organizācijas un darbinieku vecumam (Pāvuls, Reņģe, 2003).

Balstoties uz iepriekšējiem pētījumiem un teoriju, hipotētiski varētu prognozēt neatkarīgo mainīgo ietekmi uz nodomu aiziet no darba zemo cenu veikalu tīklā, ņemot vērā populācijas īpatnības. Iespējams, ka izvēlētajā populācijā, kur ir liela kadru mainība, būs zema

afektīvā lojalitāte pret organizāciju un augsts nodoms aiziet no organizācijas. Iespējams, ka izvēlētajā populācijā būs augsta aprēķina lojalitāte pret organizāciju, it īpaši reģionos, kā arī ņemot vērā darbinieku vidējo vecumu un izglītības līmeni līdz ar to zema darbinieku mainība. Iespējams, ka izvēlētajā populācijā apmierinātība ar atalgojumu būs zema un augsts nodoms aiziet no darba. Iespējams, ka izvēlētajā populācijā nodoms aiziet no organizācijas pozitīvi korelē ar augstāku izglītības līmeni, jo augstāks izglītības līmenis, jo lielāka iespēja, ka darbinieks aizies. Iespējams, ka darbiniekiem, kas strādā reģionos būs mazāks nodoms aiziet no darba, ierobežoto darba iespēju dēļ.

Balstoties uz iepriekšējiem pētījumiem un teoriju, kā arī ņemot vērā populācijas īpatnības un maģistra darba praktisko pielietojamību tiek izvirzīti sekojoši pētījuma jautājumi:

1. Vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības lojalitātes pret organizāciju raksturojumos, nodomā aiziet no organizācijas un apmierinātībā ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm ar dažādiem demogrāfiskiem raksturojumiem (vecums, dzīvesvieta, darba stāžs, izglītības līmenis, bērnu skaits ģimenē)?

2. Kādas ir saistības starp apmierinātību ar atalgojumu, lojalitāti pret organizāciju un nodomu aiziet no organizācijas zemo cenu veikalu darbiniecēm?

3. Kādi apmierinātību ar atalgojumu un lojalitāti pret organizāciju raksturojošie mainīgie vislabāk prognozē nodomus aiziet no organizācijas zemo cenu veikalu darbiniecēm?

Metode

Pētījuma dalībnieki

Tā kā diplomdarbā tiek turpināta organizāciju praksē iesāktās organizācijas tālāka izpēte, tad pētījuma izlasē tiek iekļautas vienas amatu grupas darbinieces, t.i. pardevējas no zemo cenu veikalu tīkla Rīgā un ārpus Rīgas-reģionos.

Attiecīgi visām darbiniecēm ir noteikta vienota atalgojuma sistēma. Kopumā pētījumā bija iesaistītas 108 dalībnieces.

Demogrāfiskie dati (anketas paraugu skatīt pielikumā Nr.1) atspoguļo respondentu vecumu, izglītību, nostrādāto laiku organizācijā, ģimenes situāciju, reģionu. Demogrāfisko datu parametri tika izvēlēti balstoties uz literatūras analīzi un izvirzītajiem pētījuma jautājumiem.

No izlasē iekļautajām 108 respondentēm 45% ir vecumā līdz 35 gadiem, 55% ir virs 35 gadiem. Izlasē pārstāvētas dalībnieces ar vidējo izglītību-36%, ar vidējo speciālo izglītību-52%, nepabeigtu augstāko izglītību-7%, un augstāko izglītību-5%. No visām respondentēm 50% organizācijā strādā mazāk par vienu gadu, 50% vairāk kā gadu. 39% respondentes bija no Rīgas veikaliem, 61% no reģioniem. Detalizētāks demogrāfisko rādītāju biežumu sadalījums atspoguļots pielikumā Nr.2.

Instrumentārijs

Lai mērītu lojalitāti pret organizāciju pētījumā tiks izmantota „Lojalitātes pret organizāciju anketa” (Organizational Camitment Scale (OCS)). Maijera un Alenas deviņdesmito gadu sākumā izveidotā un pilnveidotā anketa (Meyer & Allen, 1991, 1993). Latvijā ir veikta šīs anketas adaptācija (Pāvuls & Reņģe, 2003). Anketa sastāv no 33 jautājumiem, kuri mēra trīs lojalitātes pret organizāciju dimensijas. 10 jautājumi mēra afektīvo lojalitāti, 12 mēra normatīvo lojalitāti, 11 aprēķina lojalitāti. Aizpildot anketu, jānovērtē 7 punktu Likerta intervāla skalā, cik lielā mērā piekrīt vai nepiekrīt kādam apgalvojumam, kur 1 nozīmē „nepiekrītu vislielākajā mērā” un 7-„piekrītu vislielākajā mērā”. Tika analizēti visu dimensiju rādītāji.

Nodomu aiziet no organizācijas mērīšanas metode, kuru izveidoja U.Pāvuls savas doktora disertācijas pētījuma vajadzībām (Pāvuls,2003). U.Pāvuls „Lojalitātes pret organizāciju anketā” (OCS) kā atsevišķu skalu pievienoja 5 jautājumus, kas mēra nodomus aiziet no organizācijas. Apgalvojumi tika mērīti 7 punktu Likerta intervālu skalā.

Apmierinātības ar atalgojumu pētīšanai tiks izmantota” Apmierinātības ar atalgojumu aptauja” (Pay Satisfaction Questionnaire (PSQ)) (Haneman & Schwab, 1985). Latviešu valodā šo anketu adaptējis U.Pāvuls (2003). Anketa sastāv no 18 jautājumiem, kuri mēra četras apmierinātības ar atalgojumu dimensijas, pētījumā tika analizētas visas dimensijas.

Pētījuma procedūra

Datu ievākšana tika veikta anketējot darbinieces darba vietās. Veicot anketēšanu, izpētes mērķis un ievada instrukcijas anketu aizpildīšanā darbiniecēm tika sniegtas mutiski. Anketu aizpildīšana bija bez laika ierobežojuma un brīvprātīga. Lai garantētu pētījuma dalībnieku datu kofidencialitāti, atbildes tika atdotas aizlīmētās aploksnēs. Saskaņā ar procedūru, izveidotajai pētījuma dalībnieku izlasei tika izmantota tā saucamā „Motivācijas izpētes anketa”, kurā tika ietverta „Lojalitātes pret organizāciju anketa” ar iekļautajiem papildjautājumiem par nodomiem aiziet no organizācijas, ka arī „Apmierinātības ar atalgojumu pētīšanas aptauja”(skatīt pielikumu Nr.1).

Rezultāti

Realizējot pētījumu saskaņā ar izvirzīto procedūru un izmantojot augstāk aprakstītās metodikas, tika iegūti sākotnējie dati. Pētījuma gaitā iegūto rezultātu analīzes mērķis bija iepriekš izvirzīto jautājumu pārbaude. Sākotnējie dati tika apstrādāti ar SPSS programmas palīdzību. Pielietojot matemātiskās statistikas metodes, analizējamo aptauju apakšskalu rezultātiem tika izvērtēta atbilstība normālam sadalījumam, tad pētījuma mainīgajiem tika iegūti aprakstošās un secinošās statistikas rādītāji.

Lai atbildētu uz pētījuma jautājumu, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības lojalitātes pret organizāciju raksturojumos, nodomā aiziet no organizācijas un apmierinātībā ar atalgojumu dažāda vecuma zemo cenu veikalu darbiniecēm, respondentes tika sadalītas divās grupās: darbinieces vecumā līdz 35 gadiem un virs 35 gadiem. Abu izlašu rezultāti pētāmajās apakšskalās veido normālu sadalījumu, tādēļ statistiskos aprēķinos tika izmantots t-kritērijs, kas ļauj izdarīt secinājumu par divu izlašu aritmētisko vidējo vienādību vai atšķirību (skat. 1. tab.).

Var secināt, ka nepastāv statistiski nozīmīgas atšķirības dažāda vecuma darbinieču lojalitātes pret organizāciju, nodomu aiziet no organizācijas un apmierinātības ar atalgojumu vidējiem rādītājiem un biežumu sadalījumiem nevienā no pētāmajām dimensijām (skat. 1. tab.) Tātad, zemo cenu veikalu darbiniecēm vecumā līdz 35 gadiem kopumā ir raksturīga līdzīga lojalitāte pret organizāciju un apmierinātība ar atalgojumu kā pētāmās izlases darbiniecēm vecumā virs 35 gadiem.

1. tabula. Dažāda vecuma darbinieču Lojalitātes pret organizāciju aptaujas un apmierinātības ar atalgojumu aprakstošās un secinošās statistikas rādītāji.

	Vecums līdz 35 gadiem (n=49)		Vecums virs 35 gadiem (n=59)		t-tests
	M	SD	M	SD	
Lojalitāte pret organizāciju					
Afektīvā lojalitāte	3,94	1,12	3,95	1,11	-0,08
Aprēķina lojalitāte	3,13	1,12	3,27	1,08	-0,67
Normatīvā lojalitāte	3,11	1,30	3,22	1,23	-0,48
Nodomi aiziet no organizācijas	4,18	1,41	4,23	1,52	-0,18
Apmierinātība ar atalgojumu	2,38	0,54	2,58	0,81	-1,54
	p>0,05				

Rīgā strādājošo un mazpilsētās strādājošo respondentu rezultāti Lojalitātes pret organizāciju aptaujas apakšskalās un apmierinātības ar atalgojumu apakšskalā arī veido normālu sadalījumu, tādēļ lai atbildētu uz pētījuma jautājumu, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp šīm grupām tika izmantots t-kritērijs, kas ļauj izdarīt secinājumu par divu izlašu aritmētisko vidējo vienādību vai atšķirību (skat. 2. tab.).

Rezultāti apkopoti 2. tabulā liecina par to, ka Rīgā un mazpilsētās strādājošas darbinieces vidēji uzrāda līdzīgu afektīvo un aprēķinu lojalitāti pret organizāciju un līdzīgu apmierinātību ar atalgojumu.

2. tabula. Rīgā strādājošo un mazpilsētās strādājošo darbinieču Lojalitātes pret organizāciju aptaujas un apmierinātības ar atalgojumu aprakstošās un secinošās statistikas rādītāji.

	Strādā Rīgā (n=42)		Strādā mazpilsētā (n=66)		t-tests
	M	SD	M	SD	
Lojalitāte pret organizāciju					
Afektīvā lojalitāte	4,18	0,86	3,80	1,22	1,92
Aprēķina lojalitāte	3,08	0,95	3,29	1,18	-1,00
Normatīvā lojalitāte	3,69	1,16	2,84	1,22	3,61***
Nodomi aiziet no organizācijas	3,85	1,26	4,44	1,54	-2,19*
Apmierinātība ar atalgojumu	2,56	0,70	2,44	0,71	0,90

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$;

Tika konstatētas statistiski nozīmīgas atšķirības starp Rīgā strādājošo un mazpilsētās strādājošo darbinieču normatīvo lojalitāti ($t = 3,61$; $p < 0,001$) un nodomiem aiziet no organizācijas ($t = -2,19$; $p < 0,05$). Var secināt, ka Rīgā strādājošām zemo cenu veikalu darbiniecēm ir raksturīga ievērojami augstāka normatīvā lojalitāte un zemāki vidējie radītāji nodomos aiziet no organizācijas nekā mazpilsētās strādājošām darbiniecēm (skat. 2. tab.).

Lai izpētītu vecuma un reģiona mainīgo mijsakarības un to iespējamo ietekmi uz lojalitātes un apmierinātības ar atalgojumu rādītājiem tika izmantota multivariatīvās dispersiju analīzes metode ar lojalitātes pret organizāciju un apmierinātības ar atalgojumu raksturojumiem kā atkarīgiem mainīgiem un vecuma un reģiona rādītājiem kā neatkarīgiem mainīgiem.

Balstoties uz Pillai's Trace kritēriju var secināt, ka reģions statistiski nozīmīgi ietekmē respondentu lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F = 4,96$; $p < 0,001$), savukārt, vecumam pašam par sevi netika konstatēts statistiski nozīmīgs efekts ($F = 0,90$; $p = 0,48$).

Pillai's Trace kritērija rādītāji arī liecina par to, ka kopumā nepastāv statistiski nozīmīgs efekts vecuma un reģiona mijiedarbībai uz pētāmo darbinieču lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F = 2,13$; $p = 0,068$). Taču MANOVA rezultāti pa atsevišķām apakšskalām norāda, ka vecuma un darba reģiona mijiedarbība statistiski nozīmīgi ietekmē aprēķina lojalitāti pret organizāciju, $F = 6,87$; $p < 0,05$ (skat. 3.tab.).

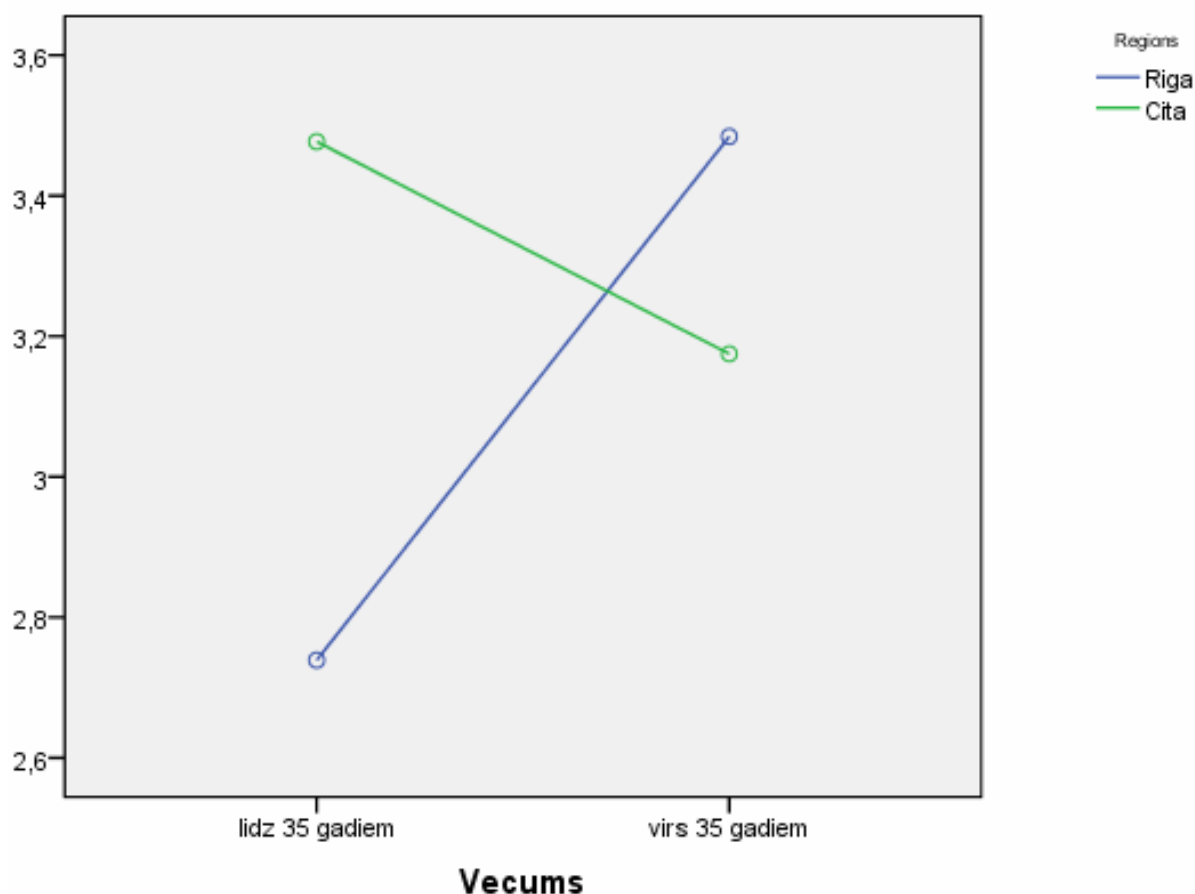
3.tabula. Divu faktoru dispersiju analīze (MANOVA) Lojalitātes pret organizāciju aptaujas apakšskalām un apmierinātībai ar atalgojumu dažāda reģiona un vecuma grupām.

Aptauju apakšskalās	Vecums		Reģions		Vecums * Reģions	
	F	Eta ²	F	Eta ²	F	Eta ²
Lojalitāte pret organizāciju						
Afektīvā lojalitāte	0,13	0,00	3,19	0,03	0,01	0,00

Aprēķina lojalitāte	1,06	0,01	0,99	0,01	6,87*	0,05
Normatīvā lojalitāte	1,57	0,02	13,69**	0,12	1,53	0,01
Nodomi aiziet no organizācijas	0,00	0,00	4,41*	0,04	1,53	0,01
Apmierinātība ar atalgojumu	1,83	0,02	1,40	0,01	0,78	0,02

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$;

Kā tas tiek atspoguļots 1.attēlā, Rīgā strādājošas zemo cenu veikala darbinieces vecumā līdz 35 gadiem izjūt ievērojami zemāku aprēķina lojalitāti pret organizāciju nekā darbinieces vecumā virs 35 gadiem. Savukārt, mazpilsētās strādājošo darbinieču izlasē ir vērojama pretēja tendence: gados vecākas respondentes uzrāda vidēji zemāku aprēķina lojalitāti pret organizāciju nekā gados jaunākās darbinieces.



1.attēls. Aprēķinu lojalitāte Rīgā un mazpilsētās strādājošām dažāda vecuma darbiniecēm.

Lai atbildētu uz pētījuma jautājumu, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības lojalitātes pret organizāciju raksturojumos, nodomā aiziet no organizācijas un apmierinātībā ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm ar dažādu darba stāžu, respondentes tika sadalītas divās grupās: darbinieces, kuras nostrādāja organizācijā mazāk par 1 gadu, un darbinieces ar

darba stāžu vairāk par 1 gadu. Abu izlašu rezultāti pētāmajās apakšskālās veido normālu sadalījumu, tādēļ statistiskos aprēķinos tika izmantots t-kritērijs (skat. 4. tab.).

No 4. tabulā apkopotiem datiem var secināt, ka pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības afektīvajā lojalitātē pret organizāciju un nodomos aiziet no organizācijas pētāmajām respondentēm ar dažādu nostrādāto laiku organizācijā. Zemo cenu veikalu darbinieces ar darba stāžu līdz 1 gadam uzrāda statistiski nozīmīgi augstāku afektīvo lojalitāti ($t = 2,56$; $p < 0,05$) un zemākus vidējos rādītājus nodomos aiziet no organizācijas nekā darbinieces, kuras nostrādāja organizācijā ilgāk par 1 gadu (skat. 4. tab.).

4. tabula. Darbinieču ar darba stāžu līdz 1 gadam un vairāk par 1 gadu Lojalitātes pret organizāciju aptaujas un apmierinātības ar atalgojumu aprakstošās un secinošās statistikas rādītāji.

	Darba stāžs līdz 1 g. (n=54)		Darba stāžs vairāk par 1 g. (n=54)		t-tests
	M	SD	M	SD	
Lojalitāte pret organizāciju					
Afektīvā lojalitāte	4,21	1,14	3,68	1,01	2,56*
Aprēķina lojalitāte	3,06	0,99	3,36	1,19	-1,39
Normatīvā lojalitāte	3,33	1,00	3,01	1,47	1,35
Nodomi aiziet no organizācijas	3,86	1,37	4,56	1,48	-2,57*
Apmierinātība ar atalgojumu	2,60	0,69	2,37	0,71	1,65

* $p < 0,05$;

Pēc izglītības līmeņa pētījuma dalībnieces tika sadalītas 3 grupās: respondentes ar vidējo izglītību, vidējo speciālo izglītību un nepabeigto augstāko vai augstāko izglītību. Pēc bērnu skaita ģimenē tika izveidotas 4 grupas: nav bērnu, viens bērns, divi bērni, trīs vai vairāk bērnu. Lai pārbaudītu, vai atšķirības starp šīm grupām lojalitātes pret organizāciju dimensijās un apmierinātībā ar atalgojumu ir statistiski nozīmīgas, pamatojoties uz atbilstību normālam sadalījumam tika izmantota vienfaktora dispersiju analīzes metode.

5. tabulā apkopotie statistisko aprēķinu rezultāti ļauj secināt, ka nepastāv statistiski nozīmīgas atšķirības lojalitātē pret organizāciju, nodomos aiziet no organizācijas un apmierinātībā ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm ar dažādu izglītības līmeni.

5. tabula. Atšķirības lojalitātes pret organizāciju rādītājos un apmierinātībā ar atalgojumu respondentēm ar dažādu izglītības līmeni. Dispersiju analīzes rezultāti.

	Vidējā izglītība (n = 39), M	Vidējā speciālā izglītība (n = 56), M	Augstākā vai nepabeigta augstākā izglītība (n = 13), M	F
Lojalitāte pret organizāciju				
Afektīvā lojalitāte	4,08	3,83	4,07	0,67
Aprēķina lojalitāte	3,17	3,21	3,29	0,06
Normatīvā lojalitāte	3,46	3,06	2,77	1,89
Nodomi aiziet no organizācijas	4,13	4,33	3,92	0,49
Apmierinātība ar atalgojumu	2,54	2,40	2,71	1,21
p>0,05				

Balstoties uz 6. tabulā atspoguļotiem dispersiju analīzes datiem, var teikt, ka neparādās statistiski nozīmīgas atšķirības lojalitātes pret organizāciju dimensijās darbiniecēm ar dažādu bērnu skaitu. Savukārt, tika konstatētas statistiski nozīmīgas starpgrupu atšķirības apmierinātībā ar atalgojumu ($F = 4,57$; $p < 0,01$). Saskaņā ar Post Hoc testa rezultātiem (skat. 6.tab.) zemo cenu veikalu darbinieces ar trīs uz vairāk bērniem uzrāda statistiski nozīmīgi augstāku apmierinātību ar atalgojumu nekā darbinieces bez bērniem vai arī ar vienu vai diviem bērniem ($p < 0,01$). Tajā pašā laikā pētāmās izlases darbinieces bez bērniem, ar vienu bērnu vai diviem bērniem kopumā uzrāda līdzīgu vidējo apmierinātību ar atalgojumu.

6. tabula. Atšķirības lojalitātes pret organizāciju rādītājos un apmierinātībā ar atalgojumu respondentēm ar dažādu bērnu skaitu. Dispersiju analīzes rezultāti.

	Nav bērnu (n = 22), M	1 bērns (n = 34), M	2 bērni (n = 40), M	3 un vairāk bērni (n = 12), M	F
Lojalitāte pret organizāciju					
Afektīvā lojalitāte	4,10	3,96	3,76	4,25	0,84
Aprēķina lojalitāte	3,51	3,16	3,01	3,48	1,29
Normatīvā lojalitāte	3,58	3,05	3,08	3,07	0,98
Nodomi aiziet no organizācijas	4,03	4,18	4,50	3,67	1,22
Apmierinātība ar atalgojumu	2,49 ^a	2,31 ^b	2,44 ^c	3,13 ^{a,b,c}	4,57 ^{**}

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$;

^{a, b, c} – ir statistiski nozīmīgas atšķirības pie $p < 0,01$;

Izmantojot multivariatīvās dispersiju analīzes metodi tika izpētītas demogrāfisko mainīgo mijsakarības ar mainīgo bērnu skaits ģimenē un to iespējamo ietekmi uz lojalitātes un apmierinātības ar atalgojumu rādītājiem.

Lai pārbaudītu vecuma un bērnu skaita mijiedarbības iespējamo ietekmi tika pielietota divfaktoru dispersiju analīze ar lojalitātes pret organizāciju un apmierinātības ar atalgojumu raksturojumiem kā atkarīgiem mainīgiem un vecuma un bērnu skaita ģimenē rādītājiem kā neatkarīgiem mainīgiem.

Wilks' Lambda kritērija rādītāji liecina par to, ka vecums statistiski nozīmīgi neietekmē pētāmo respondentu lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F = 1,92$; $p=0,10$), savukārt, neatkarīgajam mainīgajam bērnu skaits ģimenē tiek novērots statistiski nozīmīgs efekts ($F = 1,95$; $p<0,05$).

Balstoties uz Wilks' Lambda kritēriju var secināt, ka kopumā nepastāv statistiski nozīmīgs efekts vecuma un bērnu skaita mijiedarbībai uz pētāmo darbinieču lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F = 1,60$; $p=0,108$).

Taču MANOVA rezultāti pa atsevišķām apakšskalām norāda, ka vecuma un bērnu skaita mijiedarbība statistiski nozīmīgi ietekmē zemo cenu veikalu darbinieču normatīvo lojalitāti pret organizāciju, $F= 4,33$; $p< 0,05$ (skat. 7. tab.).

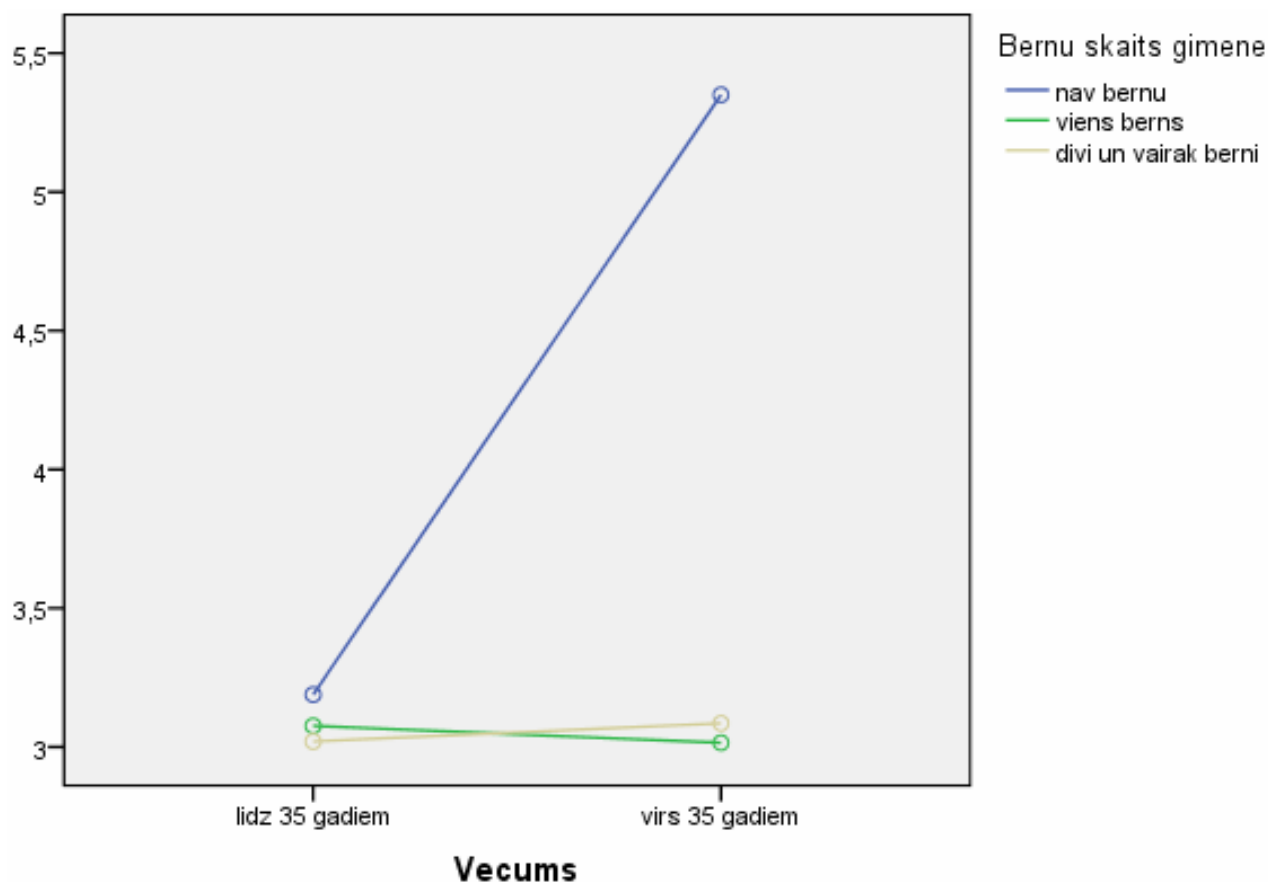
7.tabula. Divu faktoru dispersiju analīze (MANOVA) Lojalitātes pret organizāciju aptaujas apakšskalām un apmierinātībai ar atalgojumu dažāda vecuma darbiniecēm ar dažādu bērnu skaitu ģimenē.

	Vecums		Bērnu skaits ģimenē		Vecums * Bērnu skaits ģimenē	
	F	Eta ²	F	Eta ²	F	Eta ²
<i>Aptauju apakšskalās</i>						
Lojalitāte pret organizāciju						
Afektīvā lojalitāte	0,33	0,00	0,55	0,01	0,09	0,00
Aprēķina lojalitāte	5,07*	0,05	3,20*	0,06	2,57	0,05
Normatīvā lojalitāte	5,76*	0,05	5,51**	0,10	4,33*	0,08
Nodomi aiziet no organizācijas	0,00	0,00	0,15	0,00	0,17	0,00
Apmierinātība ar atalgojumu	0,72	0,01	0,81	0,02	0,07	0,00

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$;

Kā tas tiek atspoguļots 2. attēlā, zemo cenu veikalos strādājošas darbinieces ar dažādu bērnu skaitu ģimenē vecumā līdz 35 gadiem uzrāda līdzīgu normatīvo lojalitāti pret organizāciju.

Savukārt vecumgrupā virs 35 gadiem parādās statistiski nozīmīgas atšķirības: darbinieces, kurām nav bērnu izjūt ievērojami augstāku normatīvo lojalitāti pret organizāciju nekā darbinieces, kuras audzina vienu, divus vai vairāk bērnu (skat. 2. att.)



2. attēls. Normatīvā lojalitāte dažāda vecuma darbiniecēm ar dažādu bērnu skaitu ģimenē.

Lai pārbaudītu darba stāža un bērnu skaita mainīgo mijiedarbības iespējamo ietekmi tika pielietota divfaktoru dispersiju analīze ar lojalitātes pret organizāciju un apmierinātības ar atalgojumu raksturojumiem kā atkarīgiem mainīgiem un darba stāža un bērnu skaita ģimenē rādītājiem kā neatkarīgiem mainīgiem.

Balstoties uz Pillai's Trace kritēriju var secināt, ka paši par sevi neatkarīgie mainīgie darba stāžs un bērnu skaits ģimenē statistiski nozīmīgi neietekmē pētāmo respondentu lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F = 1,60$; $p=0,17$; $F = 1,30$; $p= 0,23$). Savukārt, Pillai's Trace kritērija rādītāji liecina arī par to, ka pastāv statistiski nozīmīgs efekts darba stāža un bērnu skaita mainīgo mijiedarbībai uz zemo cenu veikalu darbinieču lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu ($F= 2,21$; $p = 0,02$).

MANOVA rezultāti pa atsevišķām apakšskalām norāda, ka pētāmajā izlasē darbiniecēm ar dažādu darba stāžu un bērnu skaitu ģimenē pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības aprēķina

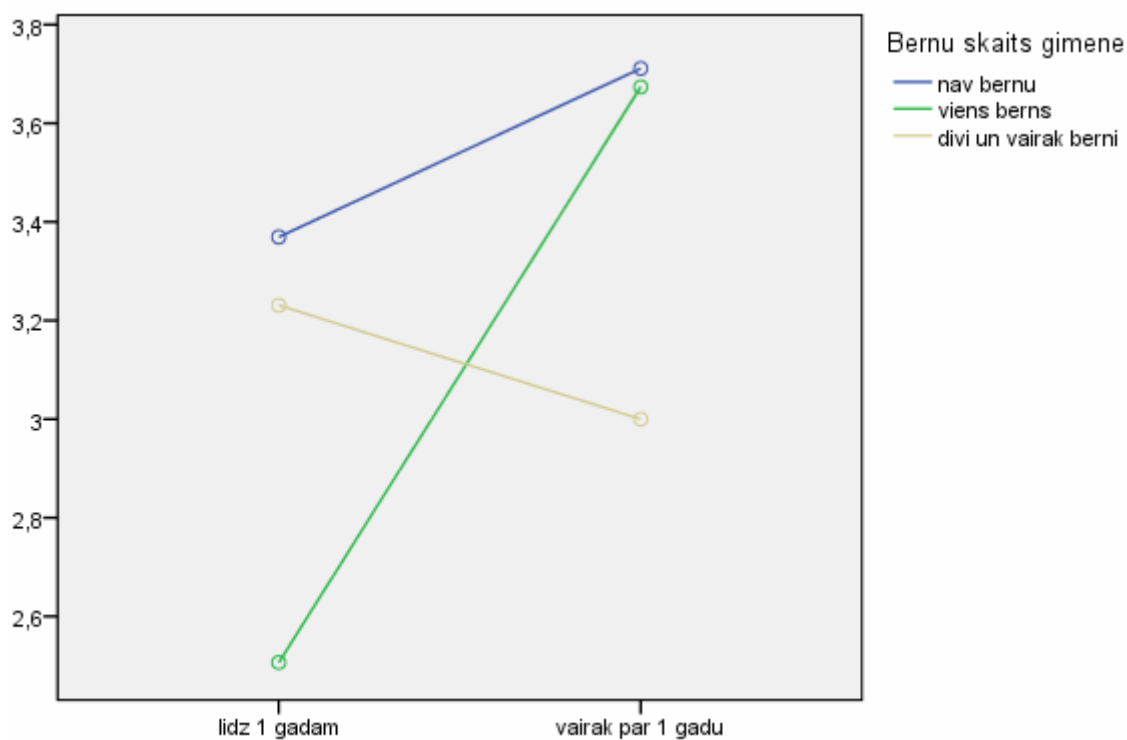
lojalitātē ($F= 4,46$; $p< 0,05$), nodomos aiziet no organizācijas ($F= 4,89$; $p< 0,01$) un apmierinātībā ar atalgojumu ($F= 4,74$; $p< 0,05$) (skat. 8. tab.).

8. tabula. Divu faktoru dispersiju analīze (MANOVA) Lojalitātes pret organizāciju aptaujas apakšskalām un apmierinātībai ar atalgojumu darbiniecēm ar dažādu darba stāžu un dažādu bērnu skaitu ģimenē.

<i>Aptauju apakšskalas</i>	Darba stāžs		Bērnu skaits ģimenē		Darba stāžs * Bērnu skaits ģimenē	
	F	Eta ²	F	Eta ²	F	Eta ²
Lojalitāte pret organizāciju						
Afektīvā lojalitāte	2,53	0,02	0,47	0,01	2,54	0,05
Aprēķina lojalitāte	3,81	0,04	1,45	0,03	4,46*	0,08
Normatīvā lojalitāte	0,16	0,00	1,75	0,03	2,73	0,05
Nodomi aiziet no organizācijas	1,84	0,02	0,50	0,01	4,89**	0,09
Apmierinātība ar atalgojumu	0,20	0,00	1,79	0,03	4,74*	0,09

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$;

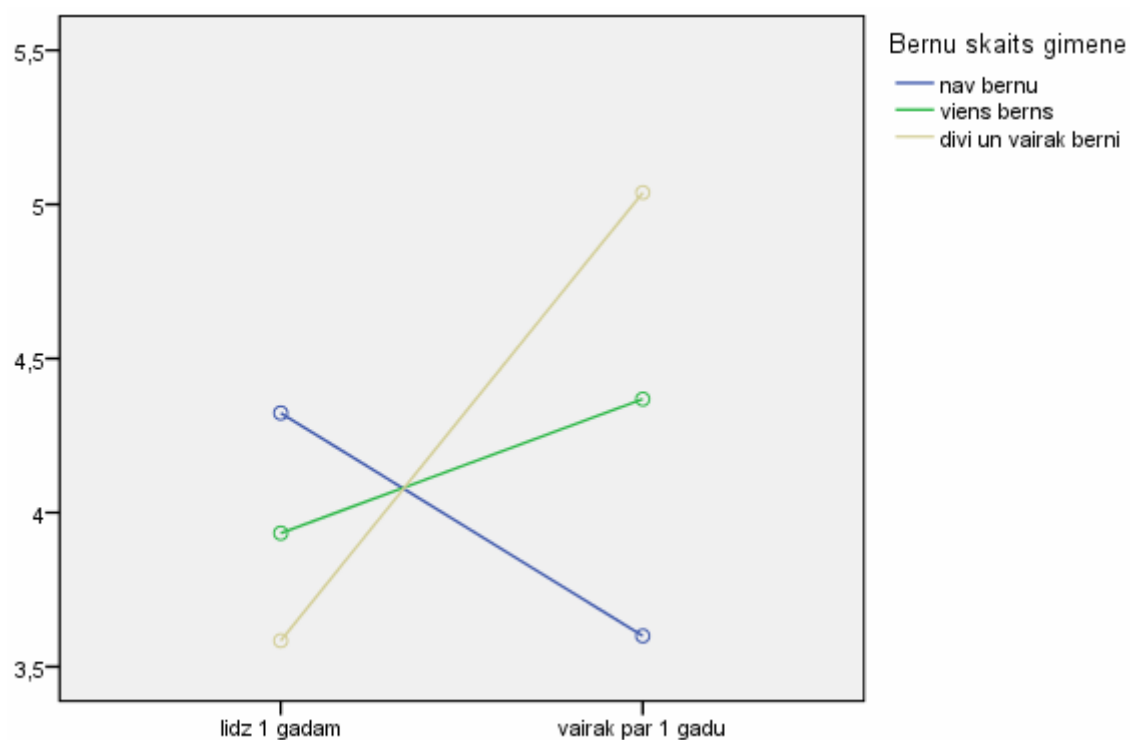
Grafiski attēlotie rezultāti aprēķinu lojalitātē liecina, ka zemo cenu veikalos strādājošas darbinieces bez bērniem vai ar vienu bērnu, kuras nostrādāja organizācijā mazāk par vienu gadu uzrāda zemāku aprēķinu lojalitāti nekā darbinieces, kuru darba stāžs ir lielāks par 1 gadu. Savukārt, divu un vairāk bērnu māšu izlasē ir vērojama pretēja tendence: respondentēm ar darba stāžu līdz 1 gadam kopuma ir raksturīga augstāka aprēķinu lojalitāte nekā respondentēm ar darba stāžu vairāk par 1 gadu (skat. 3. att.).



Darba stāzs

3. attēls. Aprēķinu lojalitāte darbiniecēm ar darba stāžu līdz 1 gadam un vairāk par 1 gadu un dažādu bērnu skaitu ģimenē.

4. attēlā ir atspoguļoti MANOVA rezultāti apakšskalā Nodomi aiziet no organizācijas darbiniecēm ar dažādu darba stāžu un dažādu bērnu skaitu ģimenē.

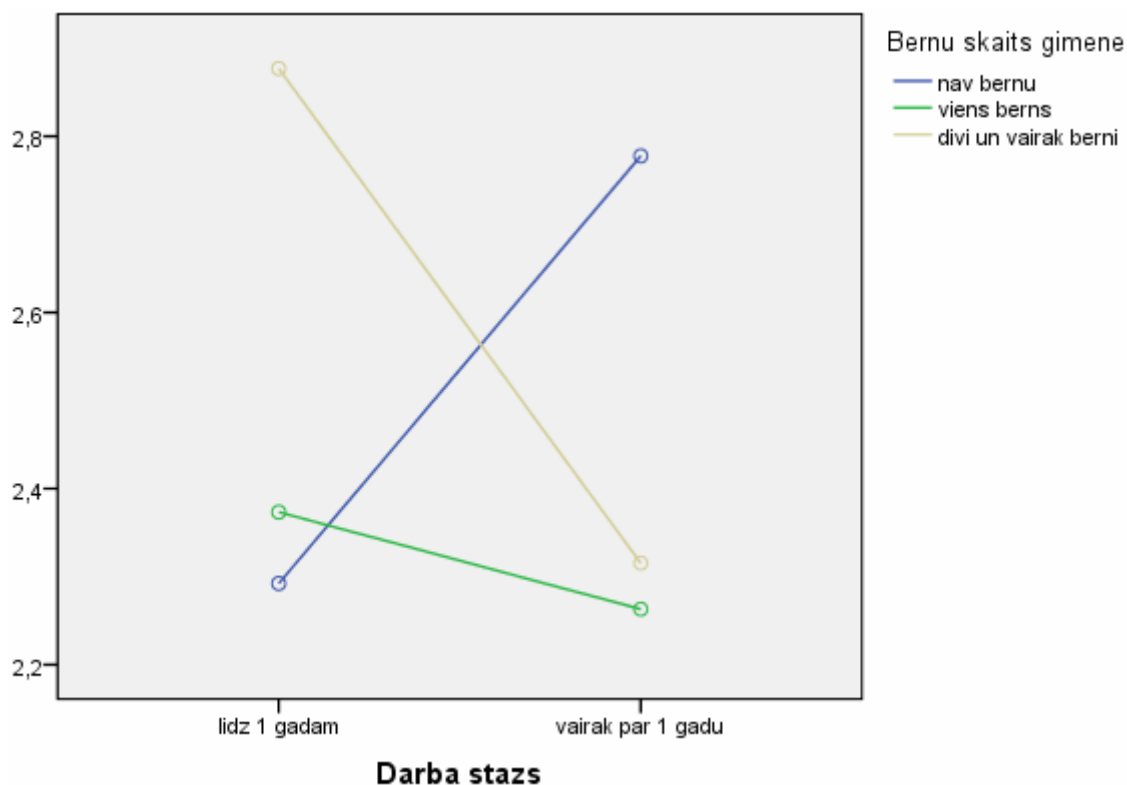


Darba stāzs

4. attēls. Nodomi aiziet no organizācijas darbiniecēm ar darba stāžu līdz 1 gadam un vairāk par 1 gadu un dažādu bērnu skaitu ģimenē.

Var redzēt, ka pētāmajā izlasē parādās statistiski nozīmīgas atšķirības, ko izraisa darba stāža un bērnu skaita mainīgo mijiedarbības efekts. Zemo cenu veikalos strādājošas darbinieces bez bērniem, kuras nostrādāja organizācijā mazāk par vienu gadu uzrāda augstākus nodomus aiziet no organizācijas nekā darbinieces, kuru darba stāžs ir lielāks par 1 gadu. Darbinieces, kuras audzina divus un vairāk bērnu, uzrāda viszemākos nodomus pārtraukt darba attiecības ar organizāciju apakšgrupā ar darba stāžu līdz vienam gadam un tajā pašā laikā visaugstākos nodomus aiziet no organizācijas, nostrādājot vairāk par vienu gadu (skat. 4.att.)

Kā tas tiek atspoguļots 5. attēlā, zemo cenu veikalos strādājošo darbinieču apakšgrupās ar dažādu darba stāžu un bērnu skaitu ģimenē parādās šādas statistiski nozīmīgas atšķirības: darbinieces bez bērniem, kuras nostrādāja organizācijā mazāk par vienu gadu uzrāda zemāku apmierinātību ar atalgojumu nekā darbinieces, kuru darba stāžs ir lielāks par 1 gadu. Pretēja tendence ir vērojama divu un vairāk bērnu māšu apakšgrupā, kur apmierinātība ar atalgojumu ir ievērojami augstāka darbiniecēm ar stāžu līdz 1 gadam nekā darbiniecēm, kuras organizācijā nostrādāja vairāk par vienu gadu.



5. attēls. Apmierinātība ar atalgojumu darbiniecēm ar darba stāžu līdz 1 gadam un vairāk par 1 gadu un dažādu bērnu skaitu ģimenē.

Analizējot pētāmo izlasi kopumā balstoties uz statistiskiem aprēķiniem var secināt, ka respondentu rezultāti Lojalitātes pret organizāciju aptaujas apakšskalās veido normālu sadalījumu. Savukārt, Apmierinātības ar atalgojumu aptaujas rezultāti trijās no četrām apakšskalām (Apmierinātība ar atvieglojumiem, Apmierinātība ar atalgojuma līmeņa paaugstināšanu, Apmierinātība ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu) statistiski nozīmīgi atšķiras no normālā sadalījuma. Tādēļ, lai atbildētu uz pētījuma jautājumu, kāda ir saistība starp apmierinātību ar atalgojumu, lojalitāti pret organizāciju un nodomu aiziet no organizācijas zemo cenu veikalu darbiniecēm, tika aprēķināti Spirmena korelācijas koeficienti (skat. 9. tab).

Aplūkojot saistības starp apmierinātību ar atalgojumu un nodomiem aiziet no organizācijas var redzēt, ka starp pētāmajiem mainīgiem pastāv statistiski nozīmīga cieša negatīva korelācija pie nozīmības līmeņa $p < 0,001$. Nodomi aiziet no organizācijas ir negatīvi saistīti ar visām apmierinātības ar atalgojumu dimensijām: ar apmierinātību ar atalgojuma līmeni ($r = -0,54$; $p < 0,001$), atvieglojumiem ($r = -0,35$; $p < 0,001$), atalgojuma līmeņa paaugstināšanu ($r = -0,34$; $p < 0,001$), kā arī ar apmierinātību ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu ($r = -0,45$; $p < 0,001$) (sk. 9. tab). Tātad, var pieņemt, ka pieaugot apmierinātībai ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm samazinās nodomi aiziet no organizācijas un otrādi.

9. tabula. Apmierinātības ar atalgojumu un lojalitātes pret organizāciju rādītāju Spirmena korelācijas koeficienti ($n = 108$)

	Lojalitāte pret organizāciju			
	Afektīvā lojalitāte	Aprēķina lojalitāte	Normatīvā lojalitāte	Nodomi aiziet no organizācijas
Apmierinātība ar atalgojumu				
Apmierinātība ar atalgojuma līmeni	0,52***	0,25**	0,28**	-0,54***
Apmierinātība ar atvieglojumiem	0,32**	0,12	0,22*	-0,35***
Apmierinātība ar atalgojuma līmeņa paaugstināšanu	0,42***	0,11	0,37***	-0,34***
Apmierinātība ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu	0,39***	0,20*	0,34***	-0,45***
Nodomi aiziet no organizācijas	-0,67***	-0,09	-0,40***	

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$;

Arī tika konstatētas statistiski nozīmīgas pozitīvas saistības starp lojalitātes pret organizāciju raksturojumiem un apmierinātību ar atalgojumu. Zemo cenu veikalu darbiniecēm afektīvā lojalitāte, kā arī normatīvā lojalitāte ir statistiski nozīmīgi pozitīvi saistītas ar visām

apmierinātības ar atalgojumu dimensijām: ar apmierinātību ar atalgojuma līmeni ($r = 0,52$; $p < 0,001$; $r = 0,28$; $p < 0,01$), atvieglojumiem ($r = 0,32$; $p < 0,01$; $r = 0,22$; $p < 0,05$), atalgojuma līmeņa paaugstināšanu ($r = 0,42$; $r = 0,37$; $p < 0,001$), kā arī ar apmierinātību ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu ($r = 0,39$; $r = 0,34$; $p < 0,001$). Savukārt, darbinieču aprēķina lojalitāte ir statistiski nozīmīgi pozitīvi saistīta tikai ar apmierinātību ar atalgojuma līmeni ($r = 0,25$; $p < 0,01$) un apmierinātību ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu ($r = 0,20$; $p < 0,05$). Kopumā rezultāti parāda, ka zemo cenu veikalu darbinieču izlasē vidēji augstākai apmierinātībai ar atalgojumu atbilst arī augstāka lojalitāte pret organizāciju, un otrādi zemākiem vērtējumiem apmierinātībā ar atalgojumu - zemāka lojalitāte pret organizāciju (skat. 9. tab).

Balstoties uz korelācijas koeficientu analīzi var secināt, ka pastāv statistiski nozīmīgas ciešas negatīvas sakarības starp afektīvo un normatīvo lojalitāti un nodomiem aiziet no organizācijas ($r = -0,67$; $r = -0,40$; $p < 0,001$). Pieaugot afektīvās un normatīvās lojalitātes līmenim, samazinās nodomi aiziet no organizācijas, un otrādi, samazinoties afektīvās un normatīvās lojalitātes līmenim, nodomi aiziet no organizācijas pieaug.

Jāatzīmē, ka statistisko aprēķinu rezultāti neuzrāda statistiski nozīmīgas saistības starp aprēķinu lojalitāti un nodomiem aiziet no organizācijas (skat. 9. tab).

Lai atbildētu uz pētījuma jautājumu par to, kādi apmierinātību ar atalgojumu un lojalitāti pret organizāciju raksturojušie mainīgie vislabāk prognozē nodomus aiziet no organizācijas zemo cenu veikalu darbiniecēm tika izmantota lineārās regresijas analīzes soļu metode.

Sākotnēji regresijas modelī tika iekļauti nodomi aiziet no organizācijas kā atkarīgais mainīgais un apmierinātību ar atalgojumu un lojalitātes pret organizāciju raksturojumi kā ietekmējošie mainīgie. Aprēķinu rezultātā tika iegūts statistiski nozīmīgs modelis, kas ir atspoguļots 10. tabulā.

10. tabula. Regresiju analīzes rezultāti nodomu aiziet no organizācijas, apmierinātības ar atalgojumu un lojalitātes raksturojumu modelim ($n = 108$)

Mainīgie lielumi	B	SE (B)	β	F	R^2
Nodomi aiziet no organizācijas				53,67***	0,51
(Konstante)	8,33	0,42			
Afektīvā lojalitāte pret organizāciju	-0,72	0,11	-0,55***		
Apmierinātība ar atalgojuma līmeni	-0,51	0,17	-0,25**		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$;

Regresiju analīzes rezultāti liek secināt, ka zemo cenu veikalu darbinieku nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē afektīvā lojalitāte pret organizāciju ($p < 0,001$) un apmierinātība ar atalgojuma līmeni ($p < 0,01$), izskaidrojot 51% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas ($F = 53,67$; $p < 0,001$). Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar afektīvo lojalitāti un apmierinātību ar atalgojuma līmeni ir negatīva (skat. 10. tab).

Ņemot vērā to, ka skala, kas mēra nodomus aiziet no organizācijas, tika izveidota kā Lojalitātes pret organizāciju aptaujas papildu apakšskala nākošajā regresijas modelī ar nodomiem aiziet no organizācijas kā atkarīgo mainīgo, kā ietekmējošie mainīgie tika iekļauti apmierinātības ar atalgojumu komponenti un arī demogrāfiskie rādītāji (vecums, dzīves vieta, darba stāžs, izglītības līmenis, bērnu skaits ģimenē). Aprēķinu rezultātā tika iegūts statistiski nozīmīgs modelis, kas ir atspoguļots 11. tabulā.

11. tabula. Regresiju analīzes rezultāti nodomu aiziet no organizācijas, apmierinātības ar atalgojumu un demogrāfisko raksturojumu modelim ($n = 108$)

Mainīgie lielumi	B	SE (B)	β	F	R^2
Nodomi aiziet no organizācijas				26,28***	0,33
(Konstante)	6,2	0,53			
Apmierinātība ar atalgojuma līmeni	-1,08	0,17	-0,52***		
Darba stāžs	0,41	0,17	0,20*		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$;

Regresiju analīzes rezultāti liek secināt, ka zemo cenu veikalu darbinieku nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē apmierinātība ar atalgojuma līmeni ($p < 0,001$) un organizācijā nostrādātais laiks, izskaidrojot 33% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas ($F = 26,28$; $p < 0,001$). Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar atalgojuma līmeni ir negatīva, savukārt ar darba stāžu – pozitīva (skat. 11. tab.).

Iztirzājums

Analizējot iespējamās atšķirības lojalitātes pret organizāciju raksturojumos, nodomā aiziet no organizācijas un apmierinātībā ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm ar dažādiem demogrāfiskiem raksturojumiem, var secināt, ka pētāmajos mainīgajos dažāda vecuma darbinieces un darbinieces ar dažādu izglītības līmeni uzrāda vidēji līdzīgus rezultātus. Tātad, pētāmās izlases ietvaros nepastāv statistiski nozīmīgas atšķirības, iespējams, ka pie lielākas izlases atšķirības varētu būt statistiski nozīmīgas.

Pēc iegūtajiem kopējiem rezultātiem var secināt, ka Rīgā un mazpilsētās strādājošas darbinieces vidēji uzrāda līdzīgu afektīvo un aprēķinu lojalitāti pret organizāciju un līdzīgu apmierinātību ar atalgojumu. Kaut gan parādījās tas, ka Rīgā strādājošām zemo cenu veikalu darbiniecēm ir raksturīga ievērojami augstāka normatīvā lojalitāte un zemāki vidējie radītāji nodomos aiziet no organizācijas nekā mazpilsētās strādājošām darbiniecēm. No psiholoģijas zinātnes viedokļa šie rezultāti liek pieņemt, ka pētāmās izlases ietvaros Rīgā strādājošām darbiniecēm ir raksturīga augstāka pienākuma izjūta turpināt darba attiecības organizācijā, līdz ar to viņas mazāk apsver domu mainīt darbu.

Zemo cenu veikalu darbinieces ar darba stāžu līdz 1 gadam uzrāda statistiski augstāku afektīvo lojalitāti un zemākus vidējos radītājus nodomos aiziet no organizācijas nekā darbinieces, kuras nostrādāja organizācijā ilgāk par 1 gadu. Balstoties uz literatūras avotiem, varam pieņemt, ka līdz vienam gadam darbs tiek uztverts kā pievilcīgāks, interesantāks, nav tik liels nogurums un iespējams, ka tiek idealizētas izaugsmes iespējas.

Zemo cenu veikalu darbinieces ar trīs uz vairāk bērniem uzrāda statistiski nozīmīgi augstāku apmierinātību ar atalgojumu nekā darbinieces bez bērniem vai arī ar vienu vai diviem bērniem. Tajā pašā laikā pētāmās izlases darbinieces bez bērniem, ar vienu bērnu vai diviem bērniem kopumā uzrāda līdzīgu vidējo apmierinātību ar atalgojumu. Iespējams, ka tas ir saistīts ar subjektīvo atalgojuma novērtējumu, kur daudz bērnu ģimenēs naudai tiek piešķirta lielāka vērtība.

Izpētot dažādu neatkarīgo demogrāfisko mainīgo mijšakarības un to ietekmi uz lojalitātes un apmierinātības ar atalgojumu rādītājiem, tika konstatēts, ka pētāmajā izlasē parādās statistiski nozīmīgas atšķirības, ko izraisa darba stāža un bērnu skaita mainīgo mijiedarbības efekts. Zemo cenu veikalos strādājošas darbinieces bez bērniem, kuras nostrādāja organizācijā mazāk par vienu gadu uzrāda augstākus nodomos aiziet no organizācijas un zemāku apmierinātību ar atalgojumu nekā darbinieces, kuru darba stāžs ir lielāks par 1 gadu. Darbinieces, kuras audzina divus un vairāk bērnu, uzrāda viszemākos nodomos pārtraukt darba attiecības ar organizāciju apakšgrupā ar darba stāžu līdz vienam

gadam un tajā pašā laikā visaugstākos nodomus aiziet no organizācijas, nostrādājot vairāk par vienu gadu. Divu un vairāk bērnu māšu apakšgrupā apmierinātība ar atalgojumu ir ievērojami augstāka darbiniecēm ar stāžu līdz 1 gadam nekā darbiniecēm, kuras organizācijā nostrādāja vairāk par vienu gadu.

Maģistra darba praktiskā pētījuma mērķis un galvenie pētījuma jautājumi tika uzstādīti, lai analizētu saistības starp zemo cenu veikala darbinieku apmierinātību ar atalgojumu, lojalitāti pret organizāciju un nodomiem aiziet no organizācijas.

Statistisko aprēķinu rezultāti parāda, ka nodomi aiziet no organizācijas ir negatīvi saistīti ar visām apmierinātības ar atalgojumu dimensijām: ar apmierinātību ar atalgojuma līmeni, atvieglojumiem, atalgojuma līmeņa paaugstināšanu, kā arī ar apmierinātību ar atalgojuma sistēmas struktūru un administrēšanu. Var pieņemt, ka pieaugot apmierinātībai ar atalgojumu zemo cenu veikalu darbiniecēm samazinās nodomi aiziet no organizācijas un otrādi. Šie secinājumi lielā mērā sasaucās ar organizāciju psiholoģijas pieņēmumu, ka apmierinātība ar atalgojumu ir viena no apmierinātības ar darbu dimensijām (Juge & Church, 2000), ka līdz ar to apmierinātība ar atalgojumu ir saistīta ar cilvēka emocionālo un kognitīvo attieksmi pret situāciju darbā, kas ietekmē lēmumu pārtraukt vai turpināt darba attiecības.

Kopumā iegūtie rezultāti parāda, ka zemo cenu veikalu darbinieču izlasē vidēji augstākai apmierinātībai ar atalgojumu atbilst arī augstāka lojalitāte pret organizāciju, un otrādi zemākiem vērtējumiem apmierinātībā ar atalgojumu - zemāka lojalitāte pret organizāciju. Šie secinājumi sasaucas ar vairākiem starptautiskiem pētījumiem, kuru rezultāti apliecināja līdzīgas pozitīvas sakarības starp lojalitāti un apmierinātību ar atalgojumu (Hribiniax, Alutto, 1972, Poter, et al, 1979, Mathieu, Zajac, 1990, Cohen, Gattiker, 1994, kā minēts Pāvuls, Reņģe, 2003).

Jāpiebilst, ka ciešākas pozitīvas saistības ar apmierinātību ar atalgojumu ir konstatētas tieši afektīvajai lojalitātei pret organizāciju. Organizāciju psiholoģijas teorijas ietvaros šie rezultāti var tikt saistīti ar nostādni, ka afektīvo lojalitāti vislielākā mērā ietekmē indivīda vajadzību apmierināšana, ka darbinieki, kuru darba pieredze organizācijā sakrīt ar gaidīto un apmierina viņu pamatvajadzības ir motivēti veidot stiprāku emocionālo pieķeršanos organizācijai (Meyer, Allen, 1997). Var pieņemt, ka starp afektīvo lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu pastāv abpusēji pozitīva mijiedarbība: no vienas puses – jo stiprāka ir emocionāla pieķeršanās organizācijai, jo pozitīvāk darbinieks novērtē saņemto atalgojumu, no otras puses – jo augstāka ir darbinieka apmierinātība ar atalgojumu, jo vairāk viņš jūtas novērtēts, emocionāli piederīgs noteiktai organizācijai, lojāls pret organizāciju.

Aplūkojot saistības starp lojalitāti pret organizāciju un nodomiem aiziet no organizācijas pētījuma ietvaros tika konstatētas ciešas negatīvas sakarības starp afektīvo un normatīvo

lojalitāti un nodomiem aiziet no organizācijas. Jāatzīmē, ka statistisko aprēķinu rezultāti neuzrāda saistības starp aprēķinu lojalitāti un nodomiem aiziet no organizācijas.

Var pieņemt, ka zemo cenu veikalu darbinieču izlasei ir raksturīgs tas, ka pieaugot afektīvās un normatīvās lojalitātes līmenim, samazinās nodomi aiziet no organizācijas, un otrādi, samazinoties afektīvās un normatīvās lojalitātes līmenim, nodomi aiziet no organizācijas pieaug. Veiktie secinājumi sasaucas ar mūsdienu pētījumu rezultātiem, kas parāda, ka afektīvā un normatīvā lojalitāte statistiski nozīmīgi korelē ar nodomiem aiziet no darba organizācijā, turpretim aprēķina lojalitāte ar šo kritēriju ir vāji saistīta (Cohen, 1999, Meyer, et al, 1984).

Maģistra darba pētījuma ietvaros tika analizēts arī tas, kādi apmierinātību ar atalgojumu un lojalitāti pret organizāciju raksturojušie mainīgie vislabāk prognozē nodomus aiziet no organizācijas zemo cenu veikalu darbiniecēm.

Iegūtie rezultāti liek secināt, ka zemo cenu veikalu darbinieču nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē afektīvā lojalitāte pret organizāciju un apmierinātība ar atalgojuma līmeni, izskaidrojot 51% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas. Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar afektīvo lojalitāti un apmierinātību ar atalgojuma līmeni ir negatīva.

Regresiju analīzes rezultāti liek secināt, ka zemo cenu veikalu darbinieču nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē apmierinātība ar atalgojuma līmeni un organizācijā nostrādātais laiks, izskaidrojot 33% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas. Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar atalgojuma līmeni ir negatīva, savukārt ar darba stāžu – pozitīva.

Izvērtējot pētījuma rezultātus ir jāņem vērā daži pētījuma ierobežojumi. Pirmkārt, tas, ka tika izmantotas pašnovērtējuma metodikas, padara rezultātus ne tik objektīvus, jo ir vairāki faktori, kas varēja ietekmēt respondentu novērtējumus par pētāmajiem mainīgiem, piemēram: respondenta pašreizējā materiālā situācija, attiecības ar kolēģiem, viņa garastāvoklis, tādi aizsardzības mehānismi, kā idealizācija un noliegums, iespējama vēlme sniegt sociāli vēlamās atbildes utt. Var pieņemt, ka atbildes ietekmēja arī katra respondenta personības iezīmes, piemēram, atvērtība, nosliece uz optimismu vai pesimismu, emocionālais briedums un citas.

Otrkārt, veiktā pētījuma ierobežojumi arī ir saistīti ar to, ka pētījuma izlasi veidoja tikai zemo cenu veikalu darbinieces. Tādēļ rezultātus un secinājumus nevar attiecināt uz cita veida veikalu darbiniekiem, vai arī augstāka ranga speciālistu izlasēm, kur attiecības starp pētāmajiem mainīgiem varētu būt savādākas.

Treškārt, pētījuma dizains un pielietotas datu analīzes metodes ļauj pētīt attiecības starp mainīgajiem lielumiem, bet ne cēloņsakarības. Ciešām attiecībām starp mainīgajiem

lielumiem var būt dažādi cēloņi, pat tādu mainīgo lielumu ietekme, kas tieši veiktajā pētījumā nav mērīti.

Pētījumā iegūtos rezultātus nevar vispārināt uz visiem zemu cenu veikalu tīkliem Latvijā, jo pētījums tika veikts vienā konkrētā veikalu tīklā.

No analizētajiem pētījuma ierobežojumiem izriet arī ieteikumi iespējamiem pētījuma turpinājumiem.

Pētot darbinieku lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu saistībā ar nodomiem aiziet no organizācijas var izvirzīt jaunus pētījuma jautājumus par to, kas ir tie psiholoģiskie mainīgie, kas ietekmē afektīvo un normatīvo lojalitāti pret organizāciju, ja apmierinātība ar atalgojumu ir zema, bet darbinieks turpina strādāt organizācijā.

Maģistra darba ietvaros veiktā pētījuma sociālā un praktiskā nozīme ir saistīta ar to, ka konkrētajā organizācijā tika veikts pētījums, kas parādīja darbinieku lojalitātes, apmierinātības ar atalgojumu un nodoma aiziet no organizācijas savstarpējo saistību konkrētajā organizācijā.

Līdz šim konkrētajā organizācijā nebija skaidras atbildes par to, kāda ir darbinieku saistība ar organizāciju un kāda ir atalgojuma loma motivēšanā strādāt un palikt organizācijā.

Organizācijas vadītāji efektīvi var izmantot atziņu, ka ne tikai apmierinātība ar atalgojumu ietekmē lojalitāti, bet arī lojalitāte ietekmē apmierinātību ar atalgojumu. It īpaši situācijā, kad nav iespējams krasi paaugstināt atalgojumu būtu svarīgi precizēt darbinieku lojalitātes raksturu (kādas attiecības saista viņu ar konkrētu organizāciju), un saistību pastiprinošus apstākļus, kas būtu jāņem vērā, lai spētu vienoties par abpusēji nozīmīgiem jautājumiem, un darbinieces paliktu strādāt konkrētā organizācijā. Piemēram, pārdomātas organizācijas korporatīvas kultūras izveide, darbinieku atbalsta programmas, darbiniekam nozīmīga nemonetāra atalgojuma groza izveide, psiholoģiskā līguma slēgšana ar darbiniekiem, veicinot karjeras iespējas organizācijā, piedāvājot apmācības programmas.

Pētījuma rezultāti un galvenie secinājumi par darbinieku lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu saistībā ar nodomiem aiziet no organizācijas liek domāt par to, ka situācijā, kad ne vienmēr ir iespējams paaugstināt atalgojumu, būtu svarīgi precizēt darbinieku lojalitātes raksturu (kādas attiecības saista viņu ar konkrētu organizāciju), un saistību pastiprinošus apstākļus, kas būtu jāņem vērā, lai spētu vienoties par abpusēji nozīmīgiem jautājumiem, un darbinieks paliktu strādāt konkrētā organizācijā.

Nobeigumā ir jāsaka, ka maģistra darba mērķis: teorētiski un praktiski izpētīt darbinieču lojalitāti pret organizāciju un apmierinātību ar atalgojumu, balstoties uz pēdējo gadu zinātnisko pētījumu analīzi izprast šo mainīgo nozīmi nodomos aiziet no organizācijas vai turpināt darba attiecības, kā arī kvantitatīvi izpētīt iespējamās saistības starp lojalitātes

raksturojumiem, apmierinātības ar atalgojumu dimensijām un nodomiem aiziet no organizācijas, – ir sasniegts.

Pētījuma rezultātā tika veikti šādi galvenie secinājumi: iegūtie rezultāti parāda, ka zemo cenu veikalu darbinieču izlasē vidēji augstākai apmierinātībai ar atalgojumu atbilst arī augstāka lojalitāte pret organizāciju. Ciešākas pozitīvas saistības ar apmierinātību ar atalgojumu ir konstatētas afektīvajai lojalitātei pret organizāciju. Pētījuma ietvaros nodomiem aiziet no organizācijas tika konstatētas ciešas negatīvas saistības ar afektīvo un normatīvo lojalitāti, kā arī ar visām apmierinātības ar atalgojumu dimensijām. Zemo cenu veikalu darbinieču nodomus aiziet no organizācijas statistiski nozīmīgi prognozē apmierinātība ar atalgojuma līmeni un organizācijā nostrādātais laiks, izskaidrojot 33% no nodomu aiziet no organizācijas variācijas. Nodomu aiziet no organizācijas saistība ar atalgojuma līmeni ir negatīva, savukārt ar darba stāžu – pozitīva.

Salīdzinot veiktos secinājumus ar iepriekš aplūkoto teorētisko materiālu un analizētajiem zinātnisko pētījumu rezultātiem par pētāmajiem mainīgajiem var teikt, ka kopumā maģistra darba empīriskā pētījuma rezultāti saskan ar organizāciju psiholoģijas teoriju galvenajām pamatnostādnēm un arī ar iepriekš veiktajiem pētījumiem. Var secināt, ka darbinieku lojalitāte pret organizāciju un apmierinātība ar atalgojumu mijiedarbībā ar dažiem demogrāfiskiem faktoriem spēlē nozīmīgu lomu zemo cenu veikalu darbinieču nodomos aiziet no organizācijas vai turpināt darba attiecības.

Literatūras saraksts

- Adams, B. (1998). *Streetwise Managing People: Lead Your Staff to Peak Performance*. Holbrook: Adam Media Corporation, pp. 369.
- Boswell, W. R., Boudreau, J. W., & Tichy, J. (2005). The relationship between employee job change and job satisfaction: The honeymoon-hangover effect. *Journal of Applied Psychology*, 90, pp. 882-892.
- Carmeli, A. (2005). The relationship between organizational culture and withdrawal intentions and behavior. *International Journal of Manpower*, 26, 2, pp. 117-195.
- Cohen, A. (1999). Relationships of commitment: an empirical assessment. *Journal of Organizational Behavior*, 20, pp. 285-308.
- Danenberga, J. (2004). *Lojalitāte pret organizāciju saistībā ar individuālo vērtību atbilstību organizācijas vērtībām*. Maģistra darbs LU.
- Eby L.T., Treeman.D.M.,Rush M.C.Lance C.E.(1999).Motivational bases of affective organizational commitment. *Journal of Occupational and organizational Psychology*, 72, pp. 463-483.
- Fields, D., Dingman, M. E., Roman, P. M., Blum, T.C. (2005). Exploring predictors of alternative job changes. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 78, 1, pp. 63-92.
- Finegan, J. E. (2000). The Impact of Persona n Organizational values on organizational commitment. *Journal of Occupational and organizational Psychology*, 73, 2, pp. 149-169.
- Geus de A. (2001). *Dzīvīgais uzņēmums*.- Rīga: Preses nams.
- Griffeth, R. N., Hom, P. W., Gaertner, S. (2000). A meta analysis of antecedents and correlates of employee turnover: update, moderator tests, and research implications for the next millennium. *Journal of Management*, 26, 3. pp. 463-488.
- Judge, P. A., Parker, S., Colbert, A. E., Heller, D., Ilies, R. (2001). Job satisfaction: A cross cultural review. In N. Anderson, D.S., H.K. Sinangil, & C. Viswasvaran (Eds.) *Handbook of industrial, work and organizational psychology*. vol.2(pp.25-52).London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Khatri, N., Budhwar, P., Tze Fern, C. (1999). Employee turnover: Bad attitude or poor management. Extracted from www.ntu.edu.sg/nbs/sabne/working_papurs/12-99.pdf.(2006,July 14).
- Koslowsky, M., Krausz, M. (2002). *Voluntary employee, withdrawal and intendance: A current perspective*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.

- Lam, T., Chan, J. (2002). New employees' torn over intentions and organizational commitment in the Hong Kong hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26, 3. pp. 217-234.
- McShane S. L., Glinow, M. A. (2003). *Organizational behavior*. Second Edition. New York: Mc Graw Hill Irwin. p. 609.
- Meyer, J.P., Allen, N.J., Smith, C.A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 4, 538-551.
- Meyer, J.P., Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1, pp. 61-89.
- Meyer, J.P., Allen, N.J. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research and Application*. Thousand Oaks, London, New Delhi. Sage Publications, Inc.
- Mordovin S. (2004). *Human resources management* [CD]. St. Petersburg: International Management Institute St. Petersburg. 2. Kompaktdiski.
- Mowday, R.T., Steer, R.M., Porter, L.W. (1979). The Measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, pp. 224-247.
- Driscoll, M.P., Randall, D.M. (1999). Perceived organizational support, satisfaction with rewards, and employee, job involvement and organizational commitment. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 2, pp. 197-209.
- Price, J. L. (1999). Introduction to this special issue on employee turnover. *Human Resource Management Review*, 9, 4, 387-395.
- Pāvuls, U. (2002). Lojalitātes pret organizāciju struktūra: trīs komponentu modelis. *Izglītības zinātnes un pedagogija mūsdienu pasaulē*. Juris Krastiņš (red.) Latvijas Universitātes raksti. 649. sējums, lpp. 181.-190.
- Pāvuls, U. (2003). *Apmierinātības ar atalgojumu un lojalitātes pret organizāciju saistība bankās un skolās*. Latvijas Universitāte. Pedagoģijas un psiholoģijas fakultāte. Promocijas darbs. Disertācija psiholoģijas zinātņu programmā (nepublicēts).
- Pikeringa, P. (2002). *Personāla vadība: kā prasmīgi motivēt darbiniekus un panākt vēlamā rezultātu*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds. 125 lpp.
- Praude, V., Beļčikovs, J. (2001). *Menedžments*. Rīga: Vaidelote, 509 lpp.
- Reņģe, V. (1999). *Organizāciju Psiholoģija*. Rīga: Kamene. 130 lpp.
- Reņģe, V. (2007). *Mūsdienu organizāciju psiholoģija*. Rīga: Zvaigzne ABC. 189 lpp.
- SKDS. (2005). *Sabiedrības attieksme pret darbaspēka migrāciju*. Pieejā internetā: <http://web30.deac.lv./index.php?id=1124828lang=lv>.

- Somers, M. J. (1996). Modeling employee withdrawal behavior over time: A study of turnover using survival analysis. *Journal of occupational and organizational Psychology*, 9, 4, pp. 315-326.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes and consequences*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- (2005). *Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*. Latvijas Republikas ekonomikas ministrija. Pieeja internetā: <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=137>

Bibliogrāfija

- Haneman, H.G., Schwab, D.P. (1985). Pay Satisfaction: its multidimensional nature and measurement. *International Journal of Psychology*, 20, pp. 129-141.
- Locke, E.A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M.D. Dunnette (Ed.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally. pp. 1297-1343.
- Porter, L.W., Lawler, E. E. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Rusbult, C.E. & Farrell, D. (1983). A longitudinal test of the investment model: the impact on the job satisfaction, job commitment, and turnover of variations in rewards and costs, alternatives and outcome. *Journal of applied Psychology*, 68, pp. 429-438.
- Thibaut, J. & Walker, L. (1975). *Procedural Justice*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Wroom, V.H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.

Apliecinu, ka tas ir Ivitas Dambenieces oriģināls darbs.

Darba nodošanas datums _____

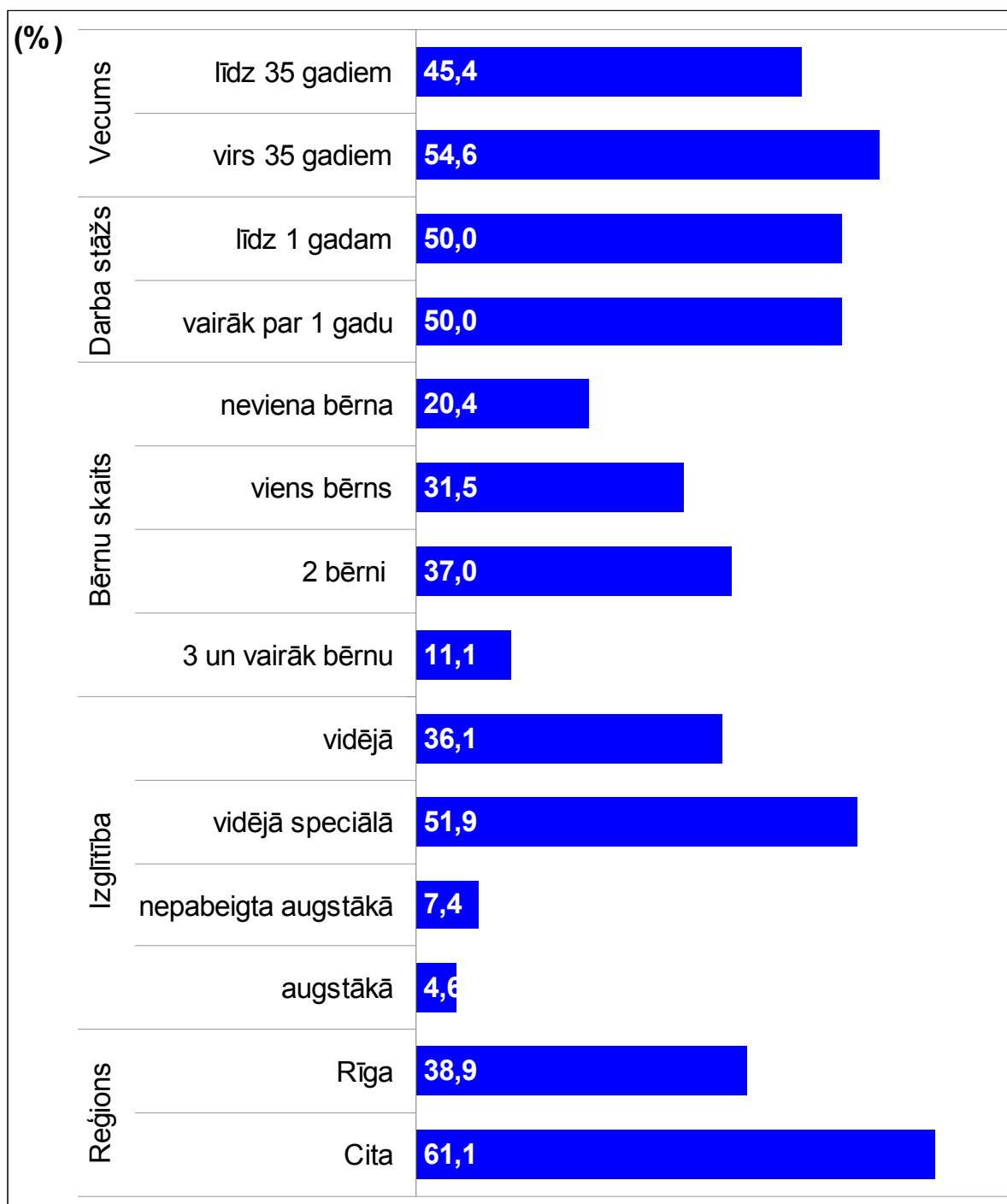
Paraksts: _____

Pielikumi

Demogrāfiskie dati

Šīs daļas mērķis ir iegūt informāciju, kas nepieciešama dažādu darbinieku grupu salīdzināšanai. Lūdzu, atbildiet uz katru jautājumu, atzīmējot ar krustiņu(x) Jums visvairāk atbilstošo variantu.

<p>1. Vecums</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) līdz 25 2) no 25 līdz 35 3) no 35 līdz 45 4) no 45 līdz 55 5) 55 un vairāk 	<p>2. Izglītība</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) vidējā 2) vidējā speciālā 3) nepabeigta augstākā 4) augstākā
<p>3. Nostrādātais laiks šajā organizācijā gados</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) līdz 1 2) no 1 līdz 3 3) no 3 līdz 5 4) no 5 un vairāk 	<p>4. Reģions, kurā strādājat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Rīga 2) kāda cita apdzīvota vieta
<p>5. Ģimenes situācija, bērnu skaits ģimenē</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 un vairāk 	<p>6. Ģimenes situācija</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) bērnu (us) audzina kopā ar vīru 2) bērnus (us) audzina viena pati 3) bērnus (us) audzina ar kāda cita cilvēka palīdzību



1. attēls. Zemo cenu veikalu darbinieču pētāmās izlases demogrāfiskie raksturojumi. Sadalījums procentos.