

КОНЦЕПТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПРИВЕРЖЕННОСТИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ДИСКУССИИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2022.6.4-10

Аннотация. В статье рассматриваются основные подходы к научной трактовке таких понятий как «организационная приверженность», «лояльность», «вовлеченность», «удовлетворенность» и «идентификация». Существующие точки зрения имеют на сегодняшний день существенные различия как в понятийном, так и в семантическом поле. Одни авторы рассматривают представленные понятия как самостоятельные, хотя и пересекающиеся конструкты, другие – как полные или частичные синонимы. Отсутствие единого понятийного поля и логичной структуры существенно усложняет социологические научные исследования. В данной статье мы предпримем попытку систематизировать данные понятия, путем рассмотрения их сходств, различий и концептуальных границ. Целью данной статьи является определение понятия, которое наиболее полно отражало существующий феномен, для дальнейшего его использования, в первую очередь в собственных научных изысканиях.

Ключевые слова: организационная приверженность; лояльность; вовлеченность; удовлетворенность; идентификация; пирамида потребностей.

Характерной чертой современного общества является неопределенность, нестабильность. Пандемический кризис и последовавшие за ним экономические санкции в контексте развития цифровой экономики привели к масштабным изменениям во многих сферах социальной действительности, однако наиболее остро стоит вопрос состояния рынка труда и трудовых отношений, эта проблема вызывает большую обеспокоенность в обществе и находится в центре внимания правительства.

Масштабы структурных сдвигов таковы, что они неизменно отразятся не только на параметрах занятости, безработице, уровню дохода и жизни населения, но и затронут глубинные вопросы взаимоотношений работников и работодателей, заставят по-новому взглянуть на привычные вещи.

Ввиду все той же быстроменяющейся реальности, происходит изменения ожидаемых работником от работодателей благ, в том числе и неформальных. Работодатели, в свою очередь, более чем когда-либо хотят видеть не просто сотрудников, которые исполняют свои должностные обязанности, а талантливых, инициативных, разделяющих цели организации, тех, кто «болеет» за общее дело и готовы не только поддерживать происходящие изменения, но и внедрять инновации, необходимые для достижения об-

щих результатов. Потому что только с такими сотрудниками у организации есть шансы выжить и преуспеть в кризисную эпоху.

В этой связи по-новому встает вопрос формирования организационной культуры, которая бы способствовала повышению лояльности, увеличению вовлеченности, формированию приверженности и удовлетворенности, которые в целом способствуют продуктивной работе и долгосрочной занятости.

Прежде чем приступить к исследованию весьма обширной, но достаточно важной в настоящее время проблемы, считаем необходимым провести четкую операционализацию упомянутых выше понятий. Не углубляясь глубоко в историю, рассмотрим основные современные подходы к изучению обозначенной проблемы.

Само понятие, а, следовательно, и определение, пришли к нам из зарубежной науки, а англоязычных исследованиях используют термин *organizational commitment*. Реже встречается термин «*employee loyalty*». Проанализировав различные источники, В.И. Доминяк пишет о том, что эти термины в англоязычной литературе можно считать синонимами, так как нельзя выделить существенных различий. Однако термин *commitment* в научной литературе встречается намного чаще [1].

Признанными классиками в изучении понятия commitment считаются такие исследователи, как К. Беккер, Р. Бэйрон, Дж. Гринберг, Дж. Мейер, Л. Портер, Д. Шульц и некоторые других. Однако, их труды в подавляющем большинстве не переведены на русский язык, что усложняет трактовку их понятий для отечественного читателя.

В русскоязычной научной литературе термин «organizational commitment» разные авторы трактуют по-разному. М.И. Магура переводит как «организационная приверженность» [2]. В. И. Доминяк использует термин лояльность и доказывает, что все вышеперечисленные понятия являются его синонимами, в том числе термин «приверженность» и англоязычный commitment [1].

Разберем семантику и концепции основных терминов в трудах некоторых отечественных авторов более подробно.

Ряд авторов используют в своих трудах термин «лояльность», считая его семантику наиболее релевантной, ссылаясь на французское происхождение слова и его дословный перевод как «верный». Согласно словарю иностранных слов, «лояльность» – это как верность (иногда только формальная, внешняя) действующим нормам, законам, нормам, постановлениям органов власти; а также корректное и благонадежное отношение.

Упомянутый выше Владислав Доминяк, говорит, что «Лояльность персонала – это доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к руководству, сотрудникам, иным лицам, их действиям, к компании в целом; осознанное выполнение сотрудником своей работы в соответствии с целями и задачами компании и в интересах компании, а также соблюдение норм, правил и обязательств, включая неформальные,...» [1]. В его определении можно выделить два основных критерия лояльности – положительное отношение и действия в рамках установленных норм (формальных и не формальных).

Подавляющее большинство исследователей выделяют два подхода к рассмотрению и изучению теории лояльности – поведенческий и установочный (аппитюдной) Н.А. Артемьев, Н.Е. Иванова, А.Г. Иванова и др. [3;4;5]. Рассматривая лояльность в «поведенческом» ключе, исследователи говорят о намерении индивида оставаться частью организации, а также действия, вызванные этим намерением. «Установочная» позиция трактует лояльность как эмоционально-положительную оценку или отношение индивида организации.

Двухсторонний взгляд на изучение лояльности продолжает С.И. Голубков, выделяя внешний и внутренний подходы [6]. «Внешний» подход или подход с точки зрения поведения, подразумевает отсутствие у индивида нежелательного поведения (Отдельные специалисты развивают этот подход и рассматривают лояльность с точки зрения безопасности предприятия). Альтернативный подход, которые можно на-

звать «внутренним», рассматривает лояльность как состояние индивида, его установка на положительное отношение к коллегам, руководству и к организации в целом. Таким образом, С.И. Голубков рассматривает организационную лояльность как непрерывный процесс ее становления и развития, где позитивная и негативная динамика могут сменять друг друга.

Схожую позицию демонстрирует С.М. Талтынов, выделяя формальный (рациональный) и неформальный (эмоциональный) подход к определению лояльности [7]. Формальная трактовка лояльности означает верность нормам и правилам организации, соблюдение существующих в компании законов и требований. Неформальное понимание лояльности раскрывается через доброжелательное и уважительное отношение к другим членам организации, к руководству, к коллегам.

Систематизируя существующие определения и подходы, О.Н. Демушина делает акцент на уважительном отношении индивида, соблюдение норм и намерении к действиям для продолжения работы в организации, трактуя лояльность как «верность и преданность компании, соблюдение законов, правил и требований; честность; доброжелательность и приветливость; стремление приносить пользу организации, готовность прилагать усилия и жертвовать личным ради успеха организации; добросовестное выполнение работы; открытость трудовых мотивов; корректность и толерантность; взаимоуважение; намерение продолжать работу в данной организации.» [8]

Отдельно можно выделить авторов, которые рассматривают лояльность в контексте экономической безопасности компании. А.В. Ковров считает сотрудников нелояльными, если они занимаются мошенничеством, злоупотреблением служебного положения и передачей коммерческих сведений другим лицам [9]. Следовательно, лояльный сотрудник – это тот, кто не совершает действий, наносящих вред компании.

Схожего мнения придерживается К.В. Харский. Он рассматривает лояльность как продолжение благонадежности и законопослушности в широком смысле этого слова, утверждая, что одной из причин проявления лояльности является предыдущий опыт, чаще – полученный в детстве и юности [10]. Для индивида, испытавшего положительный опыт лояльности, проявление лояльности – одно из убеждений, и он будет всячески стремиться проявлять лояльность в дальнейшем, в том числе на новом месте работы. Лояльный сотрудник готов смириться с одними требованиями и принять другие, он осознанно соблюдает принятые правила и того же требует от других

И.Г. Чумарин считает, что лояльный сотрудник – это тот, кто действует в соответствии с законами, нормами и правилами организации [11]. «Добровольность» следования

существующим нормам автор предлагает приравнять к измерению уровня лояльности.

Таким образом, можно сделать вывод, что лояльность – это добровольное соблюдение установленных правил и норм, а также уважительное отношение к компании. Необходимо отметить, что термин «лояльность», наряду с термином «вовлеченность» чаще, чем другие используют в околонаучной литературе, отраслевой и профессиональной публицистике.

Термин «вовлеченность» впервые появился в трудах Уильяма Кана, где, по мнению У.С. Борисовой, автор выделил три аспекта данного понятия [12]:

- когнитивный – это то, что индивид думает о коллегах, руководителях, условия труда и самой организации в целом;
- эмоциональный – то, что индивид чувствует по отношению к организации, как относится ее представителям;
- физический – это действия, поступки, которые совершает индивид, энергия, которую он направляет на выполнение своей работы.

То есть в отличие от определения лояльности, в концепцию вовлеченности добавляется некая энергия, действие, направленное от индивида к организации. Что касается самого определения «вовлеченности», то оно не получило достаточного распространения в науке. Как говорит С.С. Пантюхин, это относится к тому редкому в науке случаю, когда удачная теоретическая модель породила множество продуктивных эмпирических исследований, но при этом практически не имеет теоретического продолжения в научной литературе [13].

Ссылаясь на Дж. Блау и К. Бола, Р.А. Долженко считает, что вовлеченность является более стабильно категорией по сравнению с лояльностью, она дольше и сложнее формируется, но меньше подвержена изменениям со стороны внешних факторов [14].

Важным отличием феномена вовлеченности от других смежных терминов это рассмотрение его как индикатора, т.е. вовлеченность характеризуется неким количеством энергии, которое работник дополнительно направляет организации.

Ряд авторов, изучая связь индивида с организацией, используют понятие «идентификация». На сегодняшний день все методические подходы к проблематике организационной идентификации в той или иной степени проходят в контексте организационной приверженности. Наибольшее распространение получило четыре основных подхода:

- идентификация и приверженность рассматриваются как синонимы;
- идентификация рассматривается как компонент приверженности;
- приверженность рассматривается в качестве компонента идентификации;

– приверженность и идентификация рассматриваются как независимые друг от друга, но в то же время пересекающиеся конструкты.

Данные подходы подробно рассмотрели А.В. Ловаков и С.А. Липатов и пришли к выводу, что, хотя идентификация и приверженность связаны между собой, они являются самостоятельными, отдельными друг от друга конструктивными элементами, описывающими разную реальность [15]. По мнению авторов, организационную идентификацию будет правильнее трактовать как восприятие индивидом себя как части организации, некое единство, чувство принадлежности к организации в той степени, когда она становится частью Я-концепции индивида.

Г.Г. Тарасова, оценивая семантически близкие категории - идентификация, преданность, приверженность и вовлеченность, выделяет именно идентификацию, как наиболее значимый конструкт для построения социальных типов рабочих как объектов функционального управления [16]. По мнению автора, индивид с высокой идентификацией с предприятием – это эффективный рабочий, с развитым чувством корпоративной солидарности и удовлетворенный работой на предприятии.

Таким образом, в концепции идентификации можно отметить появление такого критерия, как солидарность с предприятием или «Я-концепция», что указывает на некое единение индивида и организации.

В отдельных исследованиях встречается близкое по семантике понятие – «субъективное благополучие». Само понятие «благополучие» используется в характеристике эмоциональной удовлетворенности индивидом жизнью как в целом жизнью, так и ее отдельными сферами, в нашем случае – трудовой деятельностью. Ключевой составляющей субъективного благополучия являются яркие позитивные эмоции, вызванные организационными изменениями, считает И.С. Леонова [17]. Иными словами, чтобы у индивида было желание продолжать трудовую деятельность в рамках определенной организации, нужны не принудительно-административные, а эмоциональные регуляторы.

В нашей работе мы лишь отметим данную точку зрения, но оставим ее за пределами предмета нашего исследования, основываясь на двух основных причинах. Во-первых, не достаточной распространённостью данной позиции среди исследователей-социологов. Во-вторых, мы не имеем достаточных оснований полагать, что в современном российском обществе в целом и в трудовых отношениях в частности, были в достаточной степени распространены эмоциональные регуляторы.

Один из наиболее известных современных исследователей данного вопроса Михаил Магура включил «лояльность» в понятие «организационной приверженности». Говоря о приверженности, М.И. Магура говорил о «сыновьем»

отношении сотрудника к организации, употребляя такие синонимы приверженности как «верность» и «преданность» [2]. Индивид, приверженный к организации, имеет эмоционально-положительный настрой к организации, разделяет ее цели и ценности и готов трудиться в интересах организации.

По мнению В.С. Шубина, организационная приверженность – это самоотождествление индивида со своей организацией, которое выражается в намерении работать в ней как можно дольше и быть причастным к её успеху [18].

Ряд авторов рассматривают организационную приверженность как категорию, объединившую три компонента: идентификацию индивида с организацией, его вовлеченность в работу и лояльности по отношению к организации – А.Н. Бабурина, О.Н. Субочева [19;20]. Данные авторы дают схожие понятие и определения. Идентификацию трактуют как чувство сопричастности индивида с организацией, принятие и разделение целей и стратегии компании. Принятие и полное разделение ценностей со стороны индивида возможно при достаточной степени информированности. В идеале, получаемая информация должна создавать чувство гордости. Вовлеченность, характеризуется стремлением работника прилагать дополнительные усилия на благо организации. Усилия, вызванные вовлеченностью, не закреплены формально, они вызваны желанием и готовностью принести пользу организации. Лояльность индивида по отношению к организации – это прежде всего положительное, в части корректное и уважительное отношение индивида, это некая эмоциональная привязанность, желание оставаться частью организации.

Логично предположить, что данные понятия тесно взаимосвязаны между собой. Возникновение в качестве отношения индивида к организации одного понятия, в той или иной степени влечет за собой другое понятие. Если попытаться представить данные конструкты в виде иерархии или расположить их в порядке возникновения у индивида, то можно предположить следующую последовательность:

1. Идентификация. Одна из первых возникает идентификация себя с организацией, путем принятия и разделения ценностей и миссии компании. В данном случае необходимо уточнить, что индивид изначально попадает в компанию, имея схожие ценности.

2. Лояльность. В процессе работы возникает эмоциональная связь. В основе эмоциональной связи могут быть дружественные отношения с коллегами, привязанность к рабочему пространству, которое индивид переносит на уважительное отношение ко всей организации и возникает желание как можно дольше оставаться частью этой организации, человек становится лояльным.

3. Вовлеченность. При здоровой организационной культуре и грамотном менеджменте в дальнейшем сотрудник

начинает прикладывать дополнительные усилия, которые выходят за рамки его обязанностей и направлены на благо организации. Он активно вовлекается в жизнедеятельность компании.

4. Приверженность. В конечном итоге, возникает такое состояние, когда мысли, чувства и действия индивида направлены на то, чтобы как можно дольше оставаться частью организации, формируется приверженность индивида к компании.

В данной иерархии приверженности мы не упомянули еще одно составляющее, которое на наш взгляд несправедливо не ставят в один ряд с упомянутыми выше. Речь идет об удовлетворенности. Не имея минимальной удовлетворенности, будь то условиями труда, материалами и инструментами, необходимыми для выполнения своих обязанностей или материальным вознаграждением, индивид не будет испытывать ни лояльности, ни вовлеченности, ни тем более приверженности.

Таким образом, можно представить иерархию приверженности, где в основе находится удовлетворенность, а на вершине – приверженность. Данную иерархию формирования приверженности можно изобразить в виде пирамиды и по наполнению соотнести с пирамидой потребностей Маслоу, где потребности индивида представлены в виде пятиступенчатой пирамиды. На самом нижнем уровне находятся физиологические потребности, а на высшем – потребности в самореализации.

Рассмотрим более подробно каждую ступень пирамиды Маслоу, применительно к нашей теории иерархии приверженности. (Рисунок 1).

На первом уровне находятся физиологические потребности, которые необходимы человеку. Иными словами, должна быть удовлетворенность тем, что позволяет индивиду выполнять свою работу. Как правило, это схожие потребности для всех работников одного уровня, та база или минимум, которые необходимы работнику для выполнения своих обязанностей.

Далее следует потребность в безопасности. В нашем случае безопасность создается идентификацией себя с организацией. Находясь в организационной культуре со схожими и понятными нормами поведения, человек ощущает стабильность и безопасность.

В центральную часть пирамиды Маслоу ставит социальные потребности. Именно социальные взаимосвязи внутри компании, стремление принадлежать к определенной группе лежат в основе лояльности. Уважение к организации демонстрируется через уважение к коллегам и руководителям.

Следующий уровень – это потребность в признании. И на данном этапе индивид демонстрировать вовлеченность, т.е. начинает совершать определенные действия,



Рисунок 1. Иерархия приверженности на основе пирамиды потребностей Маслоу

которые позволят ему получить уважение и признания значимой для него социальной группы.

И, наконец, на самом последнем, наивысшем уровне, находится потребность в самовыражении, предполагающая возможность реализации потенциала и постоянного развития личности. Такую возможность дает *организационная приверженность*, как наивысшая степень взаимовыгодных и эффективных отношений/взаимосвязи между индивидом и организацией, основа для продуктивного труда и долговременной занятости.

Таким образом организационную приверженность можно охарактеризовать как уважительное, почтенное отношение индивида к организации-работодателю, выраженное в добровольных действиях, направленных на благо организации, продиктованных чувствами солидарности и желанием как можно дольше оставаться частью данной организации.

Именно в таком виде организационная приверженность является истинной или полной приверженностью. Логически поэтапно выстраиваясь, полная организационная приверженность, будет устойчива к незначительным изменениям или кратковременным отсутствием отдельных своих элементов (удовлетворенности, идентификации, лояльности или вовлеченности), которые могут быть вызваны

жизнедеятельностью организации как социальной группы. Однако, при продолжительном отсутствии любого из элементов, организационная приверженность рискует перестать существовать в отношении отдельного индивида или группы в отношении организации.

Целью данной статьи являлось рассмотрение в контексте социологических дискуссий таких понятий как идентификация, лояльность, вовлеченность, приверженность и некоторых других в значении отношения индивида к организации-работодателю. Рассмотрев разные подходы, их концептуализации и операционализации, можно сделать вывод, что удовлетворенность, идентификация, лояльность и вовлеченность являются составными частями организационной приверженности, которые можно схематично представить в виде иерархии. По своей концепции перечисленные понятия близки отдельным уровням пирамиды потребностей Маслоу, что делает наше предположение об иерархичности организационной приверженности еще более практичным и значимым. Таким образом, термин «приверженность» как обобщение близких понятий наиболее полно отражает отношение индивида и организации и именно в таком ключе будет использоваться в наших дальнейших исследованиях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Доминяк В.И. Основные подходы к определению понятия «организационная лояльность» // Лояльность персонала. Альманах. – М.: ИД «Имидж-медиа», 2007. – С. 43-53.
2. Магура М.И., Курбатова М.Б. Секреты мотивации или мотивация без секретов. – М.: Аргумент, 2007. – 656 с.
3. Артемьев Н.А. Лояльность персонала: вариативность актуальных научных определений // Молодой ученый. 2019. – № 47(285). – С. 178-181
4. Иванова Н. Е. Лояльность персонала как феномен // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. – № 2. – С. 23-28.
5. Иванова А.Г., Батарчук, Д.С. Лояльность персонала как современная научная проблема // Экономика и социум. 2017. – № 11(42). – С. 163-166.
6. Сергей Голубков: Лояльность персонала компании: ее психологическая структура, процесс формирования и методика измерения <https://www.e-executive.ru/> дата посещения: 12.10.2022.
7. Талтынов С.М. Классификация подходов к определению лояльности персонала Экономинфо. 2016. – № 25. – С. 39-43.
8. Демушина О. Н. Лояльность персонала и факторы её формирования // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. – № 2 (11). – С. 133-136.
9. Ковров А.В. Лояльность персонала. М.: Бератор, 2004. 165с.
10. Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала. СПб.: Питер, 2003. 496 с.
11. Чумарин И.Г. Люди и организации: деструктивное противодействие // Люди и организации. Сборник тезисов Третьей Всероссийской конференции. СПб.: ЗАО «Иматон-М», 2000.
12. Борисова У. С., Васильева Л. Н. Вовлеченность персонала организации: социологический анализ // Общество: социология, психология, педагогика. 2017. – № 5. – С. 13-15.
13. Пантюхин С.С. Концепция личностного включения - выключения в рабочий условиях У.А. Кана // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2016. – № 10(67). – С. 70-74.
14. Долженко Р. А. Удовлетворенность, лояльность, вовлеченность персонала: уточнение и конкретизация понятий // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2014. – № 9 (119). – С. 157-162.
15. Ловаков А.В., Липатов С.А. Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2011. – Т. 8. № 2. – С. 69-80.
16. Татарова Г. Г., Бессокирная Г. П. Идентификация с предприятием: классификация работников и выявление управляемых факторов трудовой деятельности // Спутник ежегодника "Россия реформирующаяся". Москва, 2016. С. 1-30.
17. Леонова И.С. Субъективное благополучие и трудовая вовлеченность сотрудников старшего возраста: гендерный аспект // Известия Саратовского университета. Нов. Сер. Социология. Политология. 2020. – Том 20. – № 4. – С. 412-418.
18. Шубин В.С. Приверженность организации: внешний и внутренний аспекты // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2018. – № 1(93). – С. 97.
19. Бабаурина А. Н. Приверженность персонала: сущность и роль в управлении организацией // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2007. – № 4. – С. 134-137.
20. Субочева О.Н. Уровень организационной приверженности работников производственной организации как индикатор эффективности управления человеческими ресурсами // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. – № 6. – С. 13-15.

Информация об авторе

Алексеева Екатерина Александровна, соискатель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей и этнической социологии.
e-mail: e.alekseeva1808@gmail.com

Alekseeva E.A.

CONCEPT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF THE SOCIOLOGICAL DISCUSSION

Abstract. The article considers the conceptual differences between such concepts as "organizational commitment", "loyalty", "involvement", "satisfaction", "identification". At present various points of view on the relationship of these constructs are presented in the scientific literature. Some authors consider the presented concepts as independent, although overlapping constructs,

others see them as complete or partial synonyms. The absence of a single conceptual field and any kind of structure significantly complicates sociological scientific research. In this article we make an attempt to systematize these concepts by considering their similarities, differences and conceptual boundaries. The purpose of this article is to define the concept that fully reflects the existing phenomenon, for its further use, primarily in our own scientific research.

Keywords: organizational commitment, loyalty, engagement, satisfaction, identification, pyramid of needs.

Literature

1. Dominyak V.I. Osnovnye podhody k opredeleniyu ponyatiya «organizacionnaya loy'al'nost'» // Loy'al'nost' personala. Al'manah. – M.: ID «Imidzh-media», 2007. – С. 43-53.
2. Magura M.I., Kurbatova M.B. Sekrety motivatsii ili motivatsiya bez sekretov. – M.: Argument, 2007. – 656 s.
3. Artem'ev N.A. Loy'al'nost' personala: variativnost' aktual'nyh nauchnykh opredelenij // Molodoj uchenyj. 2019. – № 47(285). – S. 178-181.
4. Ivanova N. E. Loy'al'nost' personala kak fenomen // Nauchnyj vestnik YUzhnogo instituta menedzhmenta. 2019. – № 2. – S. 23-28.
5. Ivanova A.G., Batarchuk, D.S. Loy'al'nost' personala kak sovremennaya nauchnaya problema // Ekonomika i sotsium. 2017. – № 11(42). – S. 1163-1166.
6. Sergej Golubkov: Loy'al'nost' personala kompanii: ee psichologicheskaya struktura, process formirovaniya i metodika izmereniya <https://www.e-xecutive.ru/> data poseshcheniya: 12.10.2022.
7. Taltynov S.M. Klassifikatsiya podhodov k opredeleniyu loy'al'nosti personala Ekonominfo. 2016. – № 25. – S. 39-43
8. Demushina O. N. Loy'al'nost' personala i faktory eyo formirovaniya // Azimut nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psichologiya. 2015. – № 2 (11). – S. 133-136.
9. Kovrov A.V. Loy'al'nost' personala. M.: Berator, 2004. 165 s.
10. Harskij K.V. Blagonadezhnost' i loy'al'nost' personala. SPb.: Piter, 2003. 496 s.
11. Chumarin I.G. Lyudi i organizatsii: destruktivnoe protivodejstvie // Lyudi i organizatsii. Sbornik tezisov Tret'ej Vserossijskoj konferentsii. SPb.: ZAO «Imaton-M», 2000.
12. Borisova U. S., Vasil'eva L. N. Vovlechnost' personala organizatsii: sociologicheskij analiz // Obshchestvo: sociologiya, psichologiya, pedagogika. 2017. – № 5. – S. 13-15.
13. Pantyuhin S.S. Konceptiya lichnostnogo vklyucheniya - vyklyucheniya v rabochij usloviyah U.A. Kana // Lichnost', sem'ya i obshchestvo: voprosy pedagogiki i psichologii. 2016. – № 10(67). – S. 70-74.
14. Dolzhenko R. A. Udovletvorennost', loy'al'nost', vovlechnost' personala: utochnenie i konkretizatsiya ponyatij // Vestnik Altajskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. 2014. – № 9 (119). – S. 157-162.
15. Lovakov A.V., Lipatov S.A. Organizacionnaya identifikatsiya i priverzhennost' personala: skhodstvo i razlichie // Psichologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki. 2011. – T. 8. № 2. – S. 69-80.
16. Tatarova G. G., Bessokirnaya G. P. Identifikatsiya s predpriyatiem: klassifikatsiya rabotnikov i vyavlenie upravlyaemykh faktorov trudovoj deyatel'nosti // Sputnik ezhegodnika "Rossiya reformiruyushchayasya". Moskva, 2016. S. 1-30.
17. Leonova I.S. Sub'ektivnoe blagopoluchie i trudovaya vovlechnost' sotrudnikov starshego vozrasta: gendernyj aspekt // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Nov. Ser. Sociologiya. Politologiya. 2020. – Tom 20. № 4. – S. 412-418.
18. Shubin V.S. Priverzhennost' organizatsii: vneshnij i vnutrennij aspekty // Vestnik Habarovskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava. 2018. – № 1(93). – S. 97.
19. Babaurina A. N. Priverzhennost' personala: sushchnost' i rol' v upravlenii organizatsiej // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Ekonomika». 2007. – № 4. – S. 134-137.
20. Subocheva O.N. Uroven' organizatsionnoj priverzhennosti rabotnikov proizvodstvennoj organizatsii kak indikator effektivnosti upravleniya chelovecheskimi resursami // Obshchestvo: sociologiya, psichologiya, pedagogika. 2016. – № 6. – S. 13-15.

Author

Alekseeva Ekaterina Aleksandrovna, the applicant, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General and Ethnic Sociology.

e-mail.: e.alekseeva1808@gmail.com