

Баранская С.С. Методика измерения лояльности



English version: [Baranskya S.S. Method of loyalty diagnostics](#)

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Представлены процесс разработки и результаты психометрической проверки методики измерения лояльности: организационной, профессиональной лояльности и лояльности труду. На выборке сотрудников государственных и коммерческих организаций (301 респондент) проводится стандартизация, анализируются показатели надёжности и валидности опросника лояльности. Результаты психометрической проверки указывают на возможность использования разработанной методики для исследования различных типов лояльности.

Ключевые слова: измерение лояльности, организационная лояльность, лояльность профессии, лояльность труду, измерение лояльности, психодиагностика, психометрическая проверка

Диагностика уровня организационной лояльности является одним из наиболее сложных вопросов в области психологии труда и организационной психологии. Как правило, она идет исключительно в направлении анализа отношения сотрудника к своей организации. Однако подобный подход часто оказывается недостаточным в связи с отсутствием данных о других типах лояльности, тесно связанных с организационной лояльностью сотрудников. Для наиболее полного и качественного анализа этого аспекта организационного поведения необходимым является также измерение профессиональной лояльности и лояльности труду как взаимосвязанных, взаимодополняющих, но несводимых друг к другу типов лояльности.

Понятие лояльности

Термин «лояльность» часто употребляется в различных теоретических и практических исследованиях, однако вопрос о том, что подразумевают различные авторы под данным термином, остается открытым. В большинстве случаев под лояльностью понимается корректное, благожелательное отношение, соблюдение установленных правил и норм, что говорит о наличии нормативного и эмоционального компонентов лояльного поведения [Магура, Курбатова, 2001; Доминьяк, 2006, с. 34–40]. Для подобного рассмотрения существуют объективные причины.

Этимологически корни понятия «лояльность» уходят в представления о законопослушности, принятии правил и условий, возникающих в ходе возникновения договорных отношений. Договор, письменный или же устный, официальный или негласный, закрепляет за каждой из сторон права и обязанности, ответственность, связанную с возникновением данных отношений [Баранская, 2010]. Наряду с нормативными компонентами лояльность предполагает также возникновение эмоциональной связи. Именно она позволяет говорить о лояльности в терминах преданности и верности, наиболее часто используемых как синонимы для ее определения.

Нормативный и эмоциональный компоненты лояльности, как правило, выступают в своем единстве по отношению к объекту лояльности. Таким объектом, в рамках рассмотрения психологией труда, может выступать как организация, так и профессиональная сфера, а также трудовая деятельность в целом. Подобное разделение объектов влечет за собой создание соответствующей типологии лояльности.

Типология лояльности

Организационная лояльность

На сегодняшний день организационную лояльность рассматривают с двух основных позиций: как основной залог благонадежности и безопасности сотрудников для организации (И.Г.Чумарин, К.В.Харский, А.В.Ковров) [Чумарин, 2000; Харский, 2003; Ковров, 2004] и как эмоциональную связь, доброжелательное отношение и привязанность сотрудников к своей организации (М.И.Магура, Л.Портер, Я.Браун) [Магура, 1998; Портер, 1974; Браун, 1996]. В первом случае делается акцент на нормативных компонентах лояльности, связанных с принятием, подчинением и разделением сотрудниками норм и правил организации, на отсутствии саботажа и проявлений нелояльного поведения. Однако эмоциональный уровень отношений в данном случае не рассматривается и может сводиться к идеям терпимости и безразличия. Во втором случае акцент делается именно на возникновении у сотрудников эмоций и чувств по отношению к организации, что представляет больший интерес для психологического исследования: сотрудники проявляют интерес и озабоченность состоянием дел организации, гордятся своей причастностью к ее команде, принимают участие в решении ее проблем и развитии. Данные критерии наиболее часто используются различными авторами как характеристики организационной лояльности сотрудников.

Профессиональная лояльность

Часто причина организационной лояльности заключается не столько в возникновении привязанности к определенной организации, сколько в возможностях профессиональной самореализации внутри нее, построении карьеры в рамках своей специализации. В данном случае речь идет о профессиональной лояльности. Ее синонимами у различных авторов выступают: приверженность сфере занятости [Mellor et al., 2001], профессиональная приверженность [Herscovitch, Meyer, 2002], карьерная значимость [Adler, Corson, 2003] и профессионализм [Cacioppe, 2000]. Лояльность профессии связана с идентификацией сотрудника со своей профессиональной деятельностью, вовлеченностью в нее, стремлением к профессиональному самосовершенствованию, мастерству. При этом собственно место работы (организация) имеет лишь второстепенное значение по отношению к характеру, специализации работы в ней.

Лояльность труду

Данный вид лояльности связан с восприятием трудовой деятельности, активности в целом как центрального понятия в жизни, имеющего особую ценность для сотрудника. Его рассматривают также как мотивацию к труду [Herscovitch, Meyer, 2002] и вовлеченность в трудовую деятельность [Kanungo, 1982, p. 33–41.]. В русскоязычном варианте лояльность труду соответствует понятию трудолюбия. Активная жизненная позиция, стремление к деятельности, направленной на общественное и личное благо, находятся в центре внимания многих исследователей. Во многом это связано с тем, что труд, являясь ценностью сам по себе, способен оказывать влияние на отношение и к организации (как месту трудовой активности), и к профессии (как специализации труда). Это подчеркивает значимость рассмотрения лояльности именно в типовом триединстве с трудом как одним из своих объектов.

Методики измерения организационной лояльности

Большая часть методик измерения организационной лояльности представлена в виде опросников, содержащих вопросы или же утверждения об отношении сотрудников к своей организации, отдельным аспектам и характеристикам их работы в ней. Среди англоязычных методик, используемых в том числе и в России, наиболее распространены методики Д.Мейера и Н.Аллен, Л.Портера, В.Ла Масто [Meyer, Allen et al., 1993; Porter et al., 1974; LaMastro, 2000], отечественные

исследования организационной лояльности представлены методикой Л.Г.Почебут [Почебут, 2001]. Как правило, подобные методики направлены на выявление уровня реальной лояльности сотрудников, то есть лояльности к организации, в которой они работают на данный момент. Для снижения рисков получения социально одобряемых ответов используются шкалы лжи, вопросы-инверсии или же дополнительные вопросы, не имеющие отношения к организационной лояльности.

Упомянутые выше зарубежные методики являются преимущественно русской адаптацией англоязычных оригиналов, отражающих авторские модели [Доминьяк, 2006]. Существенным недостатком для их применения в России является их социокультурная обусловленность. Кроме того, существующие на данный момент опросники лояльности не опираются на четкое разграничение организационной лояльности от ее типов. В связи с этим в рамках опросников, направленных на диагностику организационной лояльности, допускаются утверждения о карьере сотрудников и работе в общем понимании, относящиеся к другим типам лояльности.

Таким образом, приведенные выше аргументы указывают на необходимость создания методики, позволяющей наиболее полно, и при этом дифференцированно, измерять лояльность.

Процесс создания методики измерения лояльности

На первом этапе разработки методики был проведен анализ имеющихся моделей и методик измерения лояльности. Для создания собственной методики измерения была выбрана форма опросника: на основе сопоставления данных анализа было сформулировано более сорока утверждений, относящихся к трем типам лояльности. При этом ведущим типом лояльности в данной методике была заявлена организационная лояльность. Лояльность профессии и лояльность труду рассматриваются как дополнительные типы, придающие большую информативность методике и позволяющие наиболее полно рассматривать и дифференцировать организационную лояльность в зависимости от других типов лояльности.

По результатам статистического анализа пилотажного исследования (на примере 130 респондентов) предложенной версии опросника количество утверждений опросника было сокращено до двадцати. Также было решено включить в опросник вторую часть, направленную на выявление уровня идеальной лояльности как отношения сотрудника к организации, в которой он бы хотел работать. Наличие второй части позволяет сравнить уровни реальной и идеальной лояльности и тем самым повысить информативность опросника. Однако включение в опросник второй части является лишь дополнительным приемом и решение о его необходимости зависит исключительно от целей исследования.

В основном исследовании с целью адаптации опросника приняли участие сотрудники шести коммерческих и государственных организаций: 301 респондент (152 женщины, 149 мужчин); возраст от 21 до 74 лет; стаж работы от 0,5 до 48 лет. Исследование в организациях проводилось одним экспериментатором (женского пола) в группах по 30–40 человек; респондентам было предложено заполнить печатную версию опросника, сопровождавшуюся письменной и дополнительной устной инструкциями.

При обработке данных исследования использовался пакет статистических программ SPSS 13.0.

Ключи для обработки методики были получены на основе суммы итоговых баллов респондентов данной выборки по шкалам организационной лояльности, лояльности профессии и труду. На основе полученного распределения баллов проводилась процедура психометрической проверки методики и определения тестовых норм.

Описание методики измерения лояльности

Методика представляет собой опросник, состоящий из двух частей по 25 утверждений, относящихся к трем типам лояльности: организационной лояльности, лояльности профессии и лояльности труду (бланк опросника и ключи см. в [Приложении](#)). В первой части респондентам предлагается оценить данные утверждения по 5-балльной шкале с точки зрения отношения сотрудников к организации, в которой они работают: от 1 – «абсолютно не согласен», до 5 – «полностью согласен»; во второй части опросника эти же утверждения оцениваются сотрудниками по отношению к организации, в которой они хотели бы работать. С целью повышения достоверности ответов респондентов и снижения процента социально одобряемых ответов утверждения опросника составлены в форме от третьего лица.

1. Шкала «Организационная лояльность» представлена в опроснике в виде 15 утверждений, относящихся к трем подшкалам.

Подшкала «Гордость за организацию»: утверждения N 1, 4, 9, 12, 21 (пример утверждения для подшкалы: «Репутация организации в глазах сотрудников безупречна»).

Подшкала «Вовлеченность в дела организации»: утверждения N 8, 11, 16, 19, 20 (пример утверждения для подшкалы: «Сотрудники активно помогают организации в разрешении ее проблем»).

Подшкала «Нелояльное поведение»: утверждения N 2, 6, 14, 18, 22 (пример утверждения для подшкалы: «С таким же успехом любой из сотрудников работал бы и в другой организации»).

2. Шкала «Профессиональная лояльность» представлена в опроснике в виде пяти утверждений: N 3, 7, 15, 23, 25 (пример утверждения для шкалы: «Одна из важнейших целей работы сотрудников в организации – стать профессионалом»).

3. Шкала «Лояльность труду» представлена в опроснике в виде пяти утверждений: N 5, 10, 13, 17, 24 (пример утверждения для шкалы: «Работа – то, чем сотрудник должен заниматься большую часть времени»).

Психометрические характеристики методики

Проверка валидности методики

На первом этапе исследования методики проверялась ее концептуальная и конструктивная (факторная) валидность. Теоретическая модель, положенная в основу структуры шкал опросника, является следствием анализа множества моделей лояльности с точки зрения ее основных компонентов. На основе выделенных компонентов, общих для большинства авторских моделей, были разработаны утверждения, входящие в шкалы опросника.

Структурная валидность опросника и теоретической модели изучались посредством нескольких вариантов факторного анализа с использованием метода главных компонент и варимакс-вращения.

Первая (трехфакторная) модель предполагает выделение в опроснике лояльности трех ее основных типов: организационной лояльности (преданности, благожелательного отношения к своей организации), лояльности труду (отношения к труду как одной из главных жизненных ценностей) и профессии (преданности профессии, стремления состояться в своей профессиональной области, сделать карьеру). Результаты анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

Факторная структура опросника лояльности после варимакс-вращения (трехфакторная модель)

Утверждения	Факторные нагрузки		
	Фактор 1 Профессиональная лояльность	Фактор 2 Организационная лояльность	Фактор 3 Лояльность труду

Организационная лояльность: гордость за организацию			
1	,525	,514	,104
4	,622	,422	,058
9	,524	,468	,147
12	,649	,362	,091
21	,640	,467	,138
Организационная лояльность: вовлеченность в дела организации			
8	,358	,379	,335
11	,255	,441	,394
16	,254	,446	,385
19	,378	,363	,296
20	,606	,351	,171
Организационная лояльность: нелояльное поведение			
2	,086	-,702	-,075
6	,076	-,721	-,143
14	-,211	-,611	,094
18	-,228	-,698	-,157
22	-,220	-,590	,012
Профессиональная лояльность			
3	,722	,081	,090
7	,644	-,027	,113
15	,520	-,022	,011
23	,670	,188	,018
25	,655	,001	,148
Лояльность труду			
5	,181	,018	,599
10	-,022	,069	,705
13	,177	,114	,724
17	-,028	-,012	,754
24	,105	,147	,739
Доля дисперсии, %	19,4	16,5	12,8

Вторая (пятифакторная) модель предполагает выделение в опроснике лояльности профессии и труду, а также трех подшкал организационной лояльности: гордости сотрудников за свою организацию, вовлеченность сотрудников в дела организации и шкалы нелояльного поведения. Данная модель позволяет более подробно рассмотреть компоненты организационной лояльности и сопоставить их с общим показателем по другим шкалам. Результаты анализа представлены в табл. 2.

Таблица 2

Факторная структура опросника лояльности после варимакс-вращения (пятифакторная модель)

Утверждения	Факторные нагрузки				
	Фактор 1 Гордость за организацию	Фактор 2 Профессиональная лояльность	Фактор 3 Лояльность труду	Фактор 4 Вовлеченность в дела организации	Фактор 5 Нелояльное поведение
Гордость за организацию					
1	,753	,181	,105	,147	-,265
4	,765	,274	,050	,160	-,164
9	,713	,158	,105	,269	-,180
12	,619	,321	,017	,359	-,094
21	,695	,356	,136	,182	-,259

Вовлеченность в дела организации					
8	,233	,142	,186	,607	-,161
11	,258	-,034	,208	,709	-,151
16	,118	,133	,262	,551	-,309
19	,137	,174	,100	,742	-,139
20	,341	,392	,045	,541	-,151
Профессиональная лояльность					
3	,254	,653	,045	,270	-,023
7	,281	,540	,076	,203	,112
15	,099	,635	,079	-,105	-,102
23	,246	,704	,054	,047	-,241
25	,113	,674	,117	,225	-,014
Лояльность труду					
5	,135	,194	,653	-,030	-,041
10	-,070	,060	,730	,064	-,130
13	,188	,068	,694	,239	-,010
17	-,077	-,028	,714	,235	,040
24	,177	,045	,753	,114	-,096
Нелояльное поведение					
2	-,302	,144	-,142	,055	,684
6	-,171	,126	-,142	-,173	,684
14	-,081	-,262	,098	-,183	,659
18	-,312	-,126	-,140	-,252	,620
22	-,022	-,302	,024	-,219	,659
Доля дисперсии, %	13,4	11,7	11,3	11,1	10,8

По итогам факторного анализа можно сделать вывод, что разработанная методика измерения лояльности обладает адекватной факторной валидностью как для трехфакторной модели, выделяющей три основных типа лояльности, так и для пятифакторной модели, позволяющей дополнительно рассматривать отдельные компоненты организационной лояльности. Полученные результаты подтверждают равную возможность использования любой из указанных моделей в зависимости от специфики исследования и его задач.

Проверка надежности методики

В связи с тем, что лояльность как отношение сотрудников к своей организации представляет собой динамическое явление, зависящее от внешних (организационных) факторов, в качестве проверки шкал методики на надежность были использованы метод расщепления (разделенная надежность, с использованием коэффициентов без поправки Спирмена–Брауна) и оценка надежности по внутренней согласованности (коэффициент альфа Кронбаха). Коэффициенты альфа, рассчитанные на выборке N = 301, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Надежность шкал опросника лояльности (коэффициенты альфа Кронбаха, split-half)

Шкалы	Альфа Кронбаха	Split-half
Организационная лояльность	,883	,857
Профессиональная лояльность	,749	,737
Лояльность труду	,771	,760
Подшкалы организационной лояльности		
Гордость за организацию	,863	,866

Вовлеченность в дела организации	,790	,716
Нелояльное поведение	,755	,726

По результатам проверки все величины коэффициента альфа больше 0,7, что свидетельствует о хорошей согласованности всех пяти шкал опросника. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что наибольшей надежностью обладает шкала организационной лояльности, состоящая из трех подшкал. В целом надежность данной методики является удовлетворительной как для трехфакторной, так и для пятифакторной модели, что указывает на возможность их использования в исследовательских целях.

Стандартизация опросника лояльности

При проверке шкал теста на нормальность распределения при помощи критерия нормальности Колмогорова–Смирнова было установлено отступление распределений шкал методики от нормального закона, что было учтено при стандартизации методики. Данные о величине и статистической значимости критерия Колмогорова–Смирнова представлены в табл. 4.

Таблица 4

Значения Z-критерия Колмогорова–Смирнова

Шкалы	Z	p-уровень значимости
Организационная лояльность	0,722	0,675
Профессиональная лояльность	1,572	0,014
Лояльность труду	0,986	0,285
Гордость за организацию	1,629	0,010
Вовлеченность в дела организации	1,148	0,143
Нелояльное поведение	1,657	0,008

Показатели статистической значимости по шкалам «Гордость за организацию», «Нелояльное поведение» и «Профессиональная лояльность» меньше 0,05, что свидетельствует об отклонении распределения баллов от нормального вида и делает линейную нормализацию неоправданной. В связи с этим для определения тестовых норм была использована шкала процентилей.

В результате стандартизации шкалы опросника лояльности имеют следующие нормы показателей.

1. Подшкала «Гордость за организацию». Нормы: <16 – низкий уровень; 16–20 – средний уровень; >20 – высокий уровень.

Высокий показатель говорит о том, что сотрудник считает свою организацию одной из лучших, чувствует ее превосходство над другими компаниями и гордится своей причастностью к ней.

Низкий показатель по данной подшкале свидетельствует о безразличном или же негативном отношении сотрудника к своей организации, ее репутации. Он не превозносит свою компанию при сравнении ее с другими организациями и не испытывает чувства гордости, когда говорит или слышит что-либо о ней.

2. Подшкала «Вовлеченность в дела организации». Нормы: <15 – низкий уровень; 15–19 – средний уровень; >19 – высокий уровень.

Высокий показатель уровня вовлеченности в дела компании говорит о том, что сотрудникам безразличны потребности, планы и проблемы их организации. Они стремятся участвовать в жизни компании, прилагая максимум усилий для ее процветания и успешной работы.

Низкий показатель свидетельствует о том, что сотрудники не чувствуют себя частью компании: они далеки от дел и не стремятся разделять проблемы и потребности организации, нести ответственность за ее успехи или же неудачи, прикладывать собственные усилия для развития компании.

3. Подшкала «Нелояльное поведение». Нормы: <14 – низкий уровень; 14–18 – средний уровень; >18 – высокий уровень.

Низкий показатель характеризует сотрудника, готового в любой момент сменить организацию, в которой он работает, на другую при наличии более выгодного для него предложения. Такой сотрудник не видит смысла надолго задерживаться в данной компании и не чувствует своих обязательств перед ней. В работе он может позволять себе допускать ошибки, опоздания, прогулы, а также брак и другие нелояльные действия.

Высокий показатель по данной шкале характеризует сотрудника, следующего принятым организационным правилам и нормам, не допускающего со своей стороны противоправных действий и готового выполнять свою работу качественно. Такой сотрудник не задумывается об уходе и, несмотря на возможное наличие проблем, связывает свое будущее с работой именно в данной компании.

4. Шкала «Организационная лояльность». Нормы: <46 – низкий уровень; 46–57 – средний уровень; >57 – высокий уровень.

Высокий показатель по данной шкале говорит о том, что сотрудники в целом преданы своей компании. Они считают оправданным выбор данной организации, принимают и разделяют условия и требования работы в ней, стремятся быть в курсе планов и проблем компании и участвовать в ее жизни и развитии. Такие сотрудники ощущают себя ответственными за состояние дел своей организации и готовы прилагать собственные силы для ее успеха и процветания.

Низкий показатель свидетельствует о том, что компания не является для сотрудников чем-то большим, чем временное место работы. Сотрудники с низким уровнем организационной лояльности легко уходят из организации при возникновении проблем; они не видят причин разделять ответственность за неудачи и успехи своей компании, не чувствуют необходимости участвовать в ее жизни и прилагать собственные усилия для более качественной, продуктивной работы и развития своей организации.

5. Шкала «Профессиональная лояльность». Нормы: <51 – низкий уровень; 51–63 – средний уровень; >63 – высокий уровень.

Высокий показатель по шкале говорит о стремлении сотрудников совершенствовать себя и развиваться в своей профессиональной области. Главной задачей таких сотрудников является построение карьеры, становление себя как профессионала, повышение мастерства работы. Такие сотрудники стремятся работать исключительно в своей профессиональной области с возможностью использовать и оттачивать соответствующие навыки.

Низкий показатель свидетельствует о том, что специализация, область работы в компании не является значимой для сотрудников. Они готовы выполнять различные виды работ и не видят цели в совершенствовании себя в одной конкретной профессиональной области.

6. Шкала «Лояльность труду». Нормы: <39 – низкий уровень; 39–57 – средний уровень; >57 – высокий уровень.

Высокий показатель по шкале говорит о том, что труд сам по себе является одной из важнейших ценностей для сотрудника. Активная трудовая деятельность, работа является смыслом и центральным компонентом в жизни такого сотрудника, он стремится быть деятельным, полезным и задействованным в различных видах работ.

Низкий показатель по шкале свидетельствует о том, что для сотрудника труд имеет лишь второстепенную, инструментальную значимость. В работе это проявляется в виде избегания

дополнительных нагрузок, отлынивания от дел при появлении какого-либо повода, лени. Такой сотрудник скорее предпочтет не работать, если будет обеспечен необходимыми для комфорта его жизни материальными и нематериальными благами.

Заключение

Измерение лояльности, одной из ключевых характеристик организационного поведения сотрудников, представляет не только научный, но и большой практический интерес. Представленный опросник лояльности прошел психометрическую проверку, отвечает современным психодиагностическим требованиям и может быть использован в целях исследования различных типов лояльности.

Приложение

А. Бланк опросника лояльности

Отношение к организации, в которой Вы работаете						Отношение к организации, в которой Вы бы хотели работать				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					1. Сотрудники уверены, что работают в великолепной организации					
					2. С таким же успехом любой из сотрудников работал бы и в другой организации					
					3. Сотрудники организации стремятся совершенствовать свои профессиональные навыки					
					4. Превосходство организации над другими очевидно для сотрудников					
					5. Самые важные вещи, которые случаются в жизни сотрудников, включают работу					
					6. Любой из сотрудников легко оставит работу в организации при наличии более выгодного предложения					
					7. Одна из важнейших целей работы сотрудников в организации – стать профессионалом					
					8. Сотрудники готовы взять на себя дополнительную нагрузку, если это необходимо организации					
					9. Репутация организации в глазах сотрудников безупречна					
					10. Работа – то, чем сотрудник должен заниматься большую часть времени					
					11. Сотрудники чувствуют личную ответственность за все успехи и неудачи организации					
					12. Качество работы организации является предметом гордости ее сотрудников					
					13. Счастье в жизни сотрудников приходит, главным образом, с работой					
					14. Сложности с поиском нового рабочего места – единственное, что удерживает сотрудников в этой организации					
					15. Сотрудники предпочитают работать исключительно в своей профессиональной области					
					16. Проблемы организации воспринимаются сотрудниками как их личные проблемы					
					17. Сотрудники считают труд центральной вещью в своей жизни					
					18. Многие сотрудники считают, что эта компания не заслуживает преданности					
					19. Сотрудники активно помогают организации в разрешении ее					

				проблем									
				20. Сотрудники стремятся работать с полной самоотдачей									
				21. Сотрудники с гордостью заявляют другим, что являются частью своей организации									
				22. У сотрудников компании нет ощущения каких-либо обязательств перед организацией									
				23. Сотрудники испытывают удовольствие от работы по своей профессии									
				24. Жизнь сотрудников наиболее ценна, когда они поглощены работой									
				25. Главное в работе сотрудника – возможность использовать свои профессиональные навыки									

В. Ключ опросника лояльности

1. Утверждения N 2, 6, 14, 18, 22 (шкала «Нелояльное поведение») представлены в опроснике в виде инверсий; баллы по данным утверждениям засчитываются с обратным ключом.
2. Шкала «Организационная лояльность»: общий показатель шкалы = сумме баллов подшкал «Гордость за организацию» (утверждения N 1, 4, 9, 12, 21), «Вовлеченность в дела организации» (утверждения N 8, 11, 16, 19, 20), «Нелояльное поведение» (утверждения N 2, 6, 14, 18, 32).
3. Шкала «Профессиональная лояльность»: общий показатель шкалы = сумме баллов 3, 7, 15, 23, 25-го утверждений $\times 3$.
4. Шкала «Лояльность труду»: общий показатель шкалы = сумме баллов 5, 10, 13, 17, 24-го утверждений $\times 3$.

Литература

Баранская С.С. Проблема этимологии понятия «организационная лояльность» // Вестник КГУ им. Н.А.Некрасова. 2010. Т. 16, N 2. С. 301–304.

Доминак В.И. Организационная лояльность: основные подходы // Менеджер по персоналу. 2006. № 4. С. 34–40.

Доминьяк В.И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации: дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2006.

Ковров А.В. Лояльность персонала. М.: Бератор, 2004.

Магура М.И. Патриотизм персонала по отношению к своей организации – решающее конкурентное преимущество // Управление персоналом. 1998. N 11. С. 20–27.

Магура М.И., Курбатова М.Б. Современные персонал-технологии // Управление персоналом. 2001. N 6. С. 45–50.

Почебут Л.Г. Оценка лояльности сотрудника к организации. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности / под ред. Никифорова Г.С., Дмитриевой М.А., Снеткова В.М.. СПб.: Речь, 2001. С. 283–287.

Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала. СПб.: Питер, 2003.

Чумарин И.Г. Люди и организации: деструктивное противодействие [Электронный ресурс] // Третья Всерос. конф. «Люди и организации» (С.-Петербург, 22–24 мая 2000 г.): сб. тез. СПб.: Иматон-М,

2000. URL: <http://www.poteri.net/publikatsii/lyudi-i-organizatsii-destruktivnoe-protivodeistvie-22-maya-2000g.html> (дата обращения 08.02.2011).

Adler R., Corson D. Organisational commitment, employees and performance // Chartered Accountants Journal of New Zealand. 2003. Vol. 82, N 3. P. 31–33.

Brown R.B. Organizational commitment: Clarifying the concept and simplifying the existing construct typology // Journal of Vocational Behavior. 1996. Vol. 49. P. 230–251.

Cacioppe R. Creating spirit at work: revisioning organisation development and leadership-part 1 // The Leadership and Organisational Development Journal. 2000. Vol. 21. P. 48–54.

Herscovitch L., Meyer J.P. Commitment to organizational change: Extension of a three-component model // Journal of Applied Psychology. 2002. Vol. 87. P. 474–487.

Kanungo R.N. Work Alienation. New York: Prager, 1982. P. 33–41.

LaMastro V. Commitment and perceived organizational support [Electronic resource] // National Forum Journals. 2000. URL: <http://nationalforum.com> (date of access: 05.02.2011).

Mellor S., Mathieu J.E., Farell J.L., Rogelberg S.G. Employee's nonwork obligations and organizational commitments: a new way to look at the relationships // Human Resources Management. 2001. Vol. 40, N 20. P. 171–184.

Meyer J.P., Allen N.J., Smith C.A. Commitment to organizations and occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization // Journal of Applied Psychology. 1993. Vol. 78. P. 538–551.

Porter L.W., Steers R.M., Mowday R.T., Boulian P.V. Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians // Journal of Applied Psychology. 1974. Vol. 59. P. 603–609.

Поступила в редакцию 28 декабря 2010 г. Дата публикации: 28 февраля 2011 г.

[Сведения об авторе](#)

Баранская Светлана Сергеевна. Аспирант (2011), кафедра психологического обеспечения профессиональной деятельности, факультет психологии, Санкт-Петербургский государственный университет, наб. Макарова, д. 6, 199034 Санкт-Петербург, Россия.

[Ссылка для цитирования](#)

Баранская С.С. Методика измерения лояльности [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 1(15). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0008.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТИЦ "Информрегистр".

Элементы библиографического описания соответствуют ГОСТ Р 7.0.5-2008. Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

[К началу страницы >>](#)