



вана идея создания ресурсного информационного центра, оснащенного методической литературой и периодическими изданиями, для поддержки деятельности общественных объединений области. Мероприятия в рамках деятельности центра состоялись в Марксовском, Красноармейском, Аткарском, Ровенском, Новоузенском и других муниципальных районах области. Итогом работы можно считать сохранение стабильной межэтнической обстановки, а также активизацию деятельности в этих районах этнокультурных объединений и Общественных советов при главах муниципальных районов.

Особую актуальность в современных условиях приобретают программные мероприятия, способствующие снижению межэтнической напряженности, связанной с интенсивной этнической миграцией. Так, например, на Саратовском железнодорожном вокзале начал свою работу консультативный пункт для мигрантов, который организован Ассоциацией национально-культурных объединений области. Его деятельность позволяет снять напряжение, связанное с правовой безграмотностью въезжающих в область мигрантов, ведется разъяснительная работа, обеспечение справочным материалом.

Регулярно проводимые межрайонные совещания совместно с руководителями УФМС по Саратовской области по вопросам реализации миграционной политики на территории региона способствовали решению многих проблем, связанных с этнической миграцией. Эта работа позволила сократить количество незаконно проживающих мигрантов в области, провести разъяснительную работу среди сотрудников администраций, ра-

ботающих в сфере межэтнических отношений и миграционной политики.

Все эти меры, безусловно, способствуют относительной стабильности межэтнических отношений в регионе. Однако сложившаяся ситуация, равно как и перспектива ее развития, далеко не однозначна: наряду с отсутствием резкого проявления напряженности, социально-экономические и политические противоречия в этнической сфере в той или иной степени все же существуют. Таким образом, современное состояние межэтнических отношений требует дальнейшего систематического совершенствования работы органов местного самоуправления и этнокультурных общественных объединений по реализации этнической политики.

Примечания

- 1 См.: Уставщикова С. В. Этнический состав населения Саратовской области. Саратов, 2006. С. 5.
- 2 См.: Постановление Саратовской областной Думы от 09.07.1997 г. № 43–826 «О Концепции национальной политики Саратовской области» // Региональное законодательство Саратовской области. URL: <http://www.sarlaws.ru/index.php?ds=1033565> (дата обращения : 25.02.2011).
- 3 См.: Долгосрочная областная целевая программа «Национально-культурное развитие народов Саратовской области» на 2011–2013 годы. URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/saratov/284467/#review> (дата обращения : 12.11.2010).
- 4 Там же.
- 5 См.: Семенов В. В. Ислам в Саратовской области. М., 2007. С. 103–109.

УДК 316.344.331

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Е. М. Малиц

Саратовский государственный университет
E-mail: malic-elena@yandex.ru

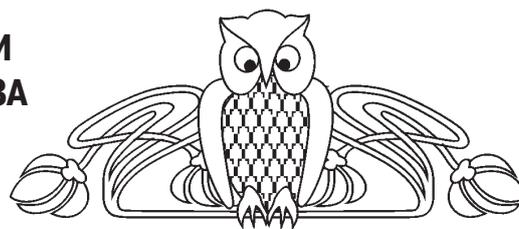
В статье рассматриваются и анализируются некоторые отечественные интерпретации понятия «лояльность персонала» по отношению к организации. Особое внимание уделяется основаниям для классификации видов лояльности.

Ключевые слова: лояльность персонала, отношение к организации.

Loyalty of Staff in the Organization as Object of Sociological Analysis

Е. М. Malic

The article considers and analyzes some local interpretation of the concept «loyalty of the staff» to the organization. Particular attention is paid to the criterion for the classification of loyalty.



Key words: loyalty of staff, relation to the organization.

Лояльность персонала в организации – одна из наиболее актуальных тем в проблеме трудовых отношений, так как успех компании зависит не только от уровня профессионализма сотрудников, но и от отношения каждого работника к общему делу. Лояльность позволяет сотрудникам ощущать себя в одной команде, которая ориентируется на продолжительное существование. Это, в свою очередь, вызывает ощущение стабильности и надежности, что является очень важным критерием для россиян¹. Можно согласиться со следующим положением: лояльность сотрудника – козырь



компании². От ее уровня зависит эффективность труда, что является решением одной из важнейших бизнес-задач. Организационная лояльность требует постоянного развития и поддержания.

Все чаще появляются исследования, доказывающие пользу развития лояльности сотрудников в организации³, Интернет заполнен статьями, предлагающими методы ее развития⁴. Зарубежные исследователи в изучении феномена организационной лояльности продвинулись далеко вперед. Отечественные авторы при рассмотрении этой темы опираются в основном на подходы западных коллег. Однако однозначного, единого подхода в понимании и употреблении данного термина нет. Попытаемся рассмотреть и проанализировать отечественные интерпретации понятия «лояльность персонала» в организации.

Лояльность происходит от французского слова *loyal*, что в переводе означает «верный»⁵. В английском языке *loyalty* имеет два различных толкования: «преданность» и «терпимость». Отсюда берут начало две наиболее распространенные интерпретации, а также основные отличия использования в российской повседневности термина «лояльность персонала». Так, одни определяют лояльность как «доброжелательное и снисходительное (терпимое) отношение сотрудников к организации», другие – как «преданное, верное, инициативное отношение, направленное на интересы организации»⁶. В англоязычной литературе используют два термина: *organizational commitment* (дословный перевод – организационные обязательства) чаще всего встречается в научной литературе, *employee loyalty* (преданность служащих) – в популярной литературе.

В толковом словаре В. И. Даля «лояльный» обозначает «доступный, милосердный, человечный, человеколюбивый, приветливый, благородный, правдивый, доброжелательный»⁷. Малый энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона добавляет к этому «законность, верность долгу, принципу»⁸. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой говорит о лояльном как о «держателем формально в пределах законности, в пределах благожелательно-нейтрального отношения к кому-, чему-либо»⁹. В Энциклопедическом словаре лояльность рассматривается как «выполнение законов, установок и требований органов власти» и «корректность, отказ от каких-либо предосудительных и недоброжелательных действий»¹⁰.

Анализируя определения понятия «лояльность» в словарях, можно выделить следующие аспекты его значения: верность, преданность, приверженность; терпимость, благожелательно-нейтральное отношение; доброжелательность, приветливость, благородность, правдивость; соблюдение правил, законов, отказ от каких-либо предосудительных и недоброжелательных действий.

Рассмотрим некоторые из социологических интерпретаций лояльности, которые представле-

ны в отечественных публикациях. Так, О. С. Дейнека определяет данное понятие следующим образом: «... лояльность – это приверженность делу фирмы, появляющаяся благодаря эффективной подготовке кадров, идентификации личных интересов с успехом компании и, наконец, человеческая связь между подчиненными и их начальником»¹¹. Данный автор при определении лояльности подчеркивает наличие взаимных обязательств работников и работодателя: «... работники платят своей лояльностью, а руководство заботится о работниках, их благосостоянии и удовлетворении личных потребностей»¹². Также он уделяет внимание механизмам межгрупповой идентификации: «... лояльность к своей группе (фирме) означает отчуждение от других групп»¹³.

Из определения О. С. Дейнеки следует, что лояльность возникает в результате целенаправленных действий со стороны руководства организации в ответ на что сотрудники отвечают приверженностью. Также автор подчеркивает важность наличия вертикальной «человеческой связи».

О. Батурина рассматривает лояльность с двух позиций: с позиции сотрудника – это положительное или нейтральное отношение к компании; с позиции руководителя – добросовестное выполнение всех поручений по отношению к сотрудникам и создание дружеских отношений в коллективе, наличие командного духа. Лояльность основывается на удовлетворенности потребностей работника и появляется тогда, когда его собственные жизненные планы совпадают со стратегическими планами развития компании, он видит ее преимущества, верит, что состоится в ней как профессионал. При таких условиях сотрудник становится партнером, согласовывает свои усилия с действиями своих коллег, разделяет ценности компании и т. д., он осознает, что, действуя на пользу компании, действует на пользу и себе¹⁴.

Нужно обратить внимание, что О. Батурина в отличие от О. С. Дейнеки интерпретирует и нейтральное отношение к организации как лояльное. И если О. С. Дейнека подчеркивает важность положительного вертикального взаимодействия («человеческой связи между подчиненными и их начальником») ¹⁵, то Батурина делает акцент на горизонтальном взаимодействии (дружеских отношениях в коллективе).

К. В. Харский лояльность определяется как способность, которая может быть активизирована и развита. Лояльность, по его мнению, приносит реальную экономическую выгоду, но на ее формирование и развитие требуются долгосрочные программы и инвестиции. Автор говорит о двух уровнях лояльности: минимальном – сотрудник носит униформу и бейдж, которые заставляют его соблюдать определенные правила поведения, и высшем – принятие сотрудником целей, ценностей и принципов компании.

Одним из самых больших препятствий на пути развития лояльности, по мнению К. В. Хар-



ского, является возникновение у сотрудника чувства несправедливости – в отношении зарплаты, наказаний, повышения коллеги по службе¹⁶. При этом у каждого человека свое понимание справедливости. Впрочем, у лояльных сотрудников, по мнению автора, есть и «ахиллесова пята» – это неприятие изменений, что может послужить большим тормозом в деятельности всей компании.

Определяя лояльность к организации как способность, К. В. Харский, в отличие от О. Батуриной и О. С. Дейнеки, которые рассматривают это понятие как отношение сотрудника к компании, в которой он работает, говорит и об отрицательной черте лояльных подчиненных – сопротивлении новшествам в организации.

М. И. Магура рассматривает лояльность как составную часть приверженности, которая помимо этого включает в себя идентификацию и вовлеченность. Под приверженностью он понимает внутриличностное состояние, определяющее ожидания, установки работников, особенности их рабочего поведения и то, как они воспринимают организацию¹⁷.

Лояльность – это эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом; удовлетворенность содержанием работы, своей карьерой в организации; ощущение внимания и заботы со стороны организации; уверенность в целесообразности длительной работы в данной организации¹⁸.

Идентификация – это «осознание организационных целей как собственных». Она зависит от того, насколько сотрудники организации информированы о положении дел в организации, о перспективах; видят единство собственных целей и целей организации; считают справедливой оценку своего труда со стороны организации и т. д. Вовлеченность – это желание вносить свой вклад как члена организации для достижения ее целей, не ограничиваясь должностными инструкциями, готовность нести ответственность за результаты своей работы¹⁹.

Интерпретация М. И. Магуры отличается локальностью: если Дейнека определяет лояльность как приверженность, то Магура рассматривает ее как составную часть приверженности, которая отвечает за эмоциональную составляющую отношений между предприятием и его сотрудником.

В. И. Доминяк определяет лояльность как: доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение персонала 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 неформальные²⁰.

Автор выделяет эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты организационной лояльности. К эмоциональной составляющей относятся чувства и эмоции, испытываемые человеком

по отношению к организации; к когнитивной – разделение и принятие организационных ценностей, целей, норм, правил, процедур, решений и т. д.; к поведенческой – готовность прикладывать усилия и действовать в интересах организации²¹.

В. И. Доминяк отмечает, что развитие лояльности зависит как от руководства компании (качества работы над мотивацией сотрудников, эффективности организации рабочего процесса и т. д.), так и от сотрудника (его социализации, опыта работы, личностных особенностей, индивидуальных норм, ценностей). Однако определяющим моментом в специфике формирования и развития этого отношения является культура организации, ее нормы и ценности²².

В отличие от предыдущих авторов, Доминяк включает в понятие лояльности и неформальные отношения, а также выделяет важность взаимодействия на горизонтальном и вертикальном уровнях. Средой же развития лояльности в трудовом коллективе, по его мнению, является корпоративная культура.

Итак, из вышеизложенного можно выделить следующие интерпретации понятия «лояльность персонала» применительно к организации:

- отношение сотрудников к компании: положительное, нейтральное или терпимое;
- выполнение начальством всех обязательств по отношению к сотрудникам;
- способность сотрудников к формированию своего поведения в отношении организации;
- приверженность работников к компании;
- эмоциональная привязанность сотрудников к организации, где они работают.

Исходя из анализа определений отечественных авторов, дадим свою интерпретацию лояльности: это иерархические, потребительские, эмоциональные отношения персонала к организации, сотрудникам, своему делу, которые являются потенциалом компании в достижении ее целей.

Провести классификацию видов лояльности к организации можно на основе разных оснований:

- в зависимости от субъекта: лояльность сотрудников (по отношению к организации, к лицам, с которыми они ассоциируют управление компании, сотрудникам, партнерам и т. д.) и лояльность лиц, которые формируют (или не формируют) ее у работников компании;
- в зависимости от объекта: целостная (лояльность распространяется субъектом на всю компанию), лидерская (складывается в отношении формального или неформального лидера(ов) компании) точечная (формируется по отношению к какому-либо департаменту или подразделению);
- в зависимости от характера эмоционального восприятия субъектом: положительная, нейтральная или терпимая;
- в зависимости от характера формирования: стихийная или целенаправленная;
- в зависимости от основы формирования: потребительская (возникает на основе удовлетво-



рения потребностей сотрудников), корпоративная, (существует на основе корпоративной культуры компании ее ценностей, норм, традиций и т. д.), харизматическая (на основе личностных качеств формального или не формального лидера(ов)) и ситуативная (диктуется внешними и внутренними условиями, которые влияют на организацию);

– в зависимости от степени распространенности среди сотрудников компании: частичная или полная;

– в зависимости от приносимого компанией результата: эффективная (ведет к достижению целей, решению бизнес задач) и не эффективная (не способствует или даже ухудшает ситуацию в жизнедеятельности компании).

Наличие лояльности персонала в организации способствует формированию единой команды, взаимопониманию и социальной гибкости персонала. Сегодня это является неотъемлемым условием конкурентоспособной организации. Такое условие активно только в случае постоянного применения поддерживающих мер, которые необходимо закладывать в политику управления компанией: «Каждый работодатель получает таких работников, каких заслуживает»²³.

Примечания

1. См.: Ценность стабильности растет. URL: http://www.imagineyou.ru/pgs/main_news_3.php?iid=14 (дата обращения : 9.12.2011).
2. *Либерова Т.* Лояльность сотрудников: как ее определить и оценить? Персональный подход. URL: <http://www.p-podhod.ru/statyi/16-2010-01-22-04-34-21.html> (дата обращения : 25.11.2011).
3. См.: *Ниссов И. В.* Новый взгляд на лояльность. URL: <http://www.hrm.ru/novyjj-vzgljad-na-lojalnost> (дата обращения : 19.11.2011) ; Как повысить лояльность. HR-Portal. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/kak-povyisit-lojalnost-personala> (дата обращения : 19.11.2011).
4. См.: *Либерова Т.* Указ. соч. ; *Староверов Д.* Лояльность персонала как фактор безопасности бизнеса // Амулет. 2003. № 9. URL: <http://www.amulet-group.ru/page.htm?id=49> (дата обращения : 26.11.2011).
5. Французско-русский словарь активного типа / под ред. В. Г. Гака, И. Ж. Триомфа. 3-е изд. М., 2000. С. 599.
6. *Доминяк В. И.* Организационная лояльность : основные подходы. Менеджер по персоналу. URL: <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=542> (дата обращения : 3.12.2011).
7. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. СПб., 1863–1866 в соответствии с современными правилами орфографии. URL: <http://slovari.yandex.ru> (дата обращения : 9.11.2011).
8. *Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А.* Малый энциклопедический словарь : в 4 т. М., 1994. Т. 2. С. 133.
9. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. М., 1992. URL: <http://ozhegov.info/> (дата обращения : 10.11.2011).
10. Энциклопедический словарь : в 2 т. / под ред. Б. А. Введенского. М., 1963. Т. 1. С. 223.
11. *Дейнека О. С.* Экономическая психология : учеб. пособие. СПб., 2000. С. 124.
12. Там же. С. 127.
13. Там же.
14. См.: *Батурина О.* Лояльность сотрудников : причины и преимущества // Кадровый менеджмент. 2003. № 3. С. 17.
15. *Дейнека О. С.* Указ. соч. С. 124.
16. См.: *Харский К. В.* Любого человека можно сделать лояльным // Отдел кадров. 2004. № 11. URL: <http://otdelkadrov.by/number/2004/11/438/> (дата обращения : 23.11.2011).
17. См.: *Магура М. И., Курбатова М. Б.* Современные персонал-технологии // Управление персоналом. 2001. № 6. С. 45–50.
18. Там же. С. 45.
19. *Магура М. И.* Патриотизм персонала по отношению к своей организации – решающее конкурентное преимущество // Управление персоналом. 1998. № 11. С. 20–27.
20. См.: *Доминяк В. И.* Лояльность – причинение пользы // Отдел кадров. № 11. 2004. С. 102–105.
21. См.: *Доминяк В. И.* Организационная лояльность : основные подходы...
22. См.: *Доминяк В.* Лояльность – причинение пользы. С. 102–105.
23. Большая книга афоризмов. М., 2003. С. 674.