

СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРИВЕРЖЕННОСТИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Зиман Марина Алексеевна,
магистрант 1 курса образовательной программы
«Психология менеджмента»
Школы искусств
и гуманитарных наук
Дальневосточного федерального университета

Аннотация. В статье рассматриваются определения приверженности зарубежных и отечественных ученых; рассмотрены классификации форм приверженности персонала организации. Основной целью исследования стал анализ определений приверженности и форм приверженности сотрудников организации в зарубежной и отечественной литературе.

Ключевые слова: приверженность организации, персонал организации, лояльность персонала, формы проявления приверженности, эмоциональная приверженность, текущая приверженность, нормативная приверженность, эффективность деятельности организации.

THE ESSENCE AND FORMS OF MANIFESTATION OF PERSONNEL COMMITMENT

Ziman Marina Alekseevna

Keywords: commitment, loyalty, organizational commitment, employee loyalty, forms of commitment, emotional commitment, continuance commitment, normative commitment, organizational performance.

Annotation. They consider the definitions of commitment to organization of foreign and native scientists; the classification of forms of commitment of the organization's personnel is considered. The main purpose of the study was to analyze the definitions of commitment and forms of commitment of employees of the organization in foreign and native literature.

Проблема приверженности является одной из наиболее актуальных и важных проблем в психологии менеджмента. Особое научное внимание уделяется проблеме организационной приверженности, которая исследуется отечественными и зарубежными учеными.

Понятие «приверженность» в наиболее общем виде принято определять, как преданность, верность, склонность, наклонность по отношению к кому-либо, чему-либо.

В англоязычной литературе используются термины «commitment» (приверженность) в значении обязательство, желание отдавать время и энергию, соглашение делать что-то в будущем и понятие «loyalty» (верность), преданность; чувство поддержки. Понятие «commitment» отражает готовность работать на благо организации, прилагать большие усилия; разделение целей и ценностей компании; чувство долга.

Термин «приверженность организации» был введен в науку Мондей, Л. Портер в 1982 г.; они определяли «commitment» (приверженность) как «готовность сотрудника

прилагать большие усилия в интересах организации, сильное желание оставаться в организации и принятие ее основных целей и ценностей.» (Mowday, L.Potter, 1982)

Дж. Мейер и Н. Аллен под понятием «organization loyalty» определяют «психологическую связь между служащим и организацией, снижающая вероятность того, что служащий добровольно оставит организацию.» (J. Meyer, N. Allen, 1996)

Б. Роббинс считает, что «organization commitment» (приверженность организации) является степенью, в которой сотрудник идентифицирует себя с конкретной организацией и ее целями и желает поддерживать членство в организации.

Ramesh Kandamarachchi говорит, что «loyalty» это «отношение установочной склонности индивида к объекту и благодеяние для этого объекта.» (Ramesh Kandamarachchi, 2014)

Muhammad Sajid Tufail описывает «loyalty» как «верность и истинность», «чувство привязанности к определенному объекту» (Muhammad Sajid Tufail, 2015).

Несмотря на имеющийся интерес и изученность данного вопроса, до сих пор существует различное понимание организационной приверженности в отечественной литературе, нет единого определения понятия «приверженность организации».

Анализ отечественной научной литературы показывает, что термин «приверженность организации» (Магура М. И., Курбатова М. Б.; Доценко В. С., Витман Д.С., Сидоренко Е.В.) отождествляется с такими понятиями как лояльность (Почебут Л. Г., Чикер В. А., Харский К. В., Доминьяк В. И., Ковров А. В.), преданность (Л. Джуэлл), патриотизм (М.И. Магура).

С точки зрения М.И Магуры и М. Б. Курбатовой под «приверженностью» понимается «эмоционально положительное отношение работника к организации, предполагающее готовность разделять её цели и ценности, а также напряженно трудиться в ее интересах.

Организационная приверженность – это психологическое образование, включающее позитивную оценку работником своего пребывания в организации, намерение действовать на благо этой организации, ради ее целей и сохранять свое членство в ней» (М.И. Магура, М.Б.Курбатова, 2003, с.71)

О. В. Батурина под лояльностью понимает «приверженность компании и желание разделять ее цели. Лояльность всегда основана на удовлетворенности сотрудников важными для них компонентами работы в компании. Человек должен не только разделять ценности компании, но и верить в то, что он состоит в ней.» (О. В. Батурина, 2003, с. 45)

И.Г. Чумарин предлагает считать сотрудника лояльным, если «тот добровольно следует законным правилам и процедурам организации. Мерой лояльности является степень добровольности.» (И.Г. Чумарин, 2004, с.27)

С. И. Хитрин говорит, что «организационная приверженность» — это сила идентификации индивида с деятельностью в организации; как испытываемая индивидом психологическая привязанность к организации, отражающая степень принятия им ее целей; как желание работать дольше, больше и лучше ради выживания и развития организации, даже терпеть временные неудобства.» (С.И. Хитрин, 2009)

Как отечественные, так и зарубежные исследователи, изучая приверженность /лояльность выделяют формы приверженности организации.

Одними из первых обратили внимание на разные формы приверженности, американские психологи Дж. Гринберг и Р. Бэйрон. Исследуя природу трудовых отношений, они сделали вывод о том, что «организационная приверженность» развивается постепенно и зависит от прочности связей работника с организацией.

Дж. Гринберг, Р. Бэйрон разработали классификацию форм приверженности, которая может проявляться работником; они выделили три базовых типа приверженности организации.

Первый тип приверженности носит эмоциональный характер и основывается на желании человека работать именно в этой, конкретной организации, отношении к ней как к собственной семье. Такой тип приверженности очень устойчив, работник готов делиться с компанией не только радости и успехи, но и трудности, сохраняя верность «своей» организации даже в самых сложных обстоятельствах.

Менее устойчивая, но достаточно прочная — «нормативная» приверженность: работник продолжает свою деятельность в какой-либо организации не потому, что испытывает удовлетворение от работы, а потому, что считает своим долгом соблюдать некие правила.

Примером нормативной приверженности может быть чувство обязательств перед работодателем, который вложил средства в обучение работника, развитие его навыков. Другой пример – зависимость от мнения окружающих. Такой работник будет озабочен тем, что его уход вызовет осуждение окружающих.

Особая форма приверженности – текущая или вынужденная. Такая лояльность обычно обусловлена внешними обстоятельствами: человек работает в компании, так как у него нет выбора, потому что сменить работу, изменить квалификацию или получить другую профессию достаточно сложно.

Особенностью такого типа лояльности является ее прекращение, как только заканчивается воздействие внешних факторов. Очень часто текущую лояльность характеризуют как поведенческую, связанную с неготовностью работника к переменам, страх поиска нового места работы или оказаться в еще худших рабочих условиях, нежеланием менять что-то в своей жизни.

Мейер и Аллен разработали другую классификацию приверженности исходя из ведущего личностного посыла: аффективная (эмоциональная) лояльность – «Я люблю»; нормативная лояльность – «Я должен»; текущая (поведенческая, в некоторых определениях «вынужденная») лояльность – «Мне нужно». (J. P. Meyer, N. J. Allen, 1991)

Отечественный психолог К. В. Харский разработал свою классификацию лояльности на основании двух факторов: локуса контроля личности и времени.

К.В. Харский считает, что лояльность (приверженность) возникает на четырех уровнях:

1) Самый низкий уровень лояльности – это уровень внешних атрибутов. Этот уровень подразумевает наличие у сотрудников компании лояльности только на поверхностном уровне атрибутов.

2) Второй уровень лояльности – общепринятая лояльность. Если новый работник видит, что вокруг него находятся лояльные сотрудники, то он копирует принятое в компании поведение и сам становится таким же (по крайней мере, на уровне демонстрируемого поведения).

Если же люди, давно работающие в компании, проявляют безразличное или негативное отношение к ней, то лояльность у нового сотрудника не возникнет. К этому же уровню автор относит и «лояльность за деньги»: «я лоялен пока меня устраивает финансовая ситуация». Преданность такого сотрудника могут легко перекупить.

3) Третий уровень – лояльность на уровне ценностей и убеждений, максимальный. К.В. Харский отмечает, что хотя этот уровень лояльности весьма желателен для организации, чаще всего массово он встречается в партиях, религиозных организациях и т. д.

4) Высший уровень лояльности определяется идентичностью. Он возникает, когда человек перестает разделять себя и объект лояльности. Верность на этом уровне не зависит от дохода, не зависит от того, что говорят окружающие, она само собой разумеющееся обстоятельство. (К.В. Харский, 2013)

Таким образом, понятие «приверженность организации» понимается по-разному в современной литературе. Понятие «приверженность» имеет ряд синонимов: лояльность, преданность, верность, патриотизм и т. д. Обзор литературы по организационной приверженности показывает, что существуют разные формы проявления приверженности сотрудников организации.

Список литературы

1. Батурина О. В. Лояльность сотрудников: причины и преимущества // Кадровый менеджмент. – 2003. – № 35. – С. 17.
2. Гринберг, Дж. Организационное поведение: от теории к практике / Дж. Гринберг, Р. Бэйрон; пер. с англ. О. В. Бредихина, В. Д. Соколова. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 912 с.
3. Доминьяк В.И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации – дис. канд. псих. наук: 19.00.05. – СПб., 2006. – 281 с.
4. Магура М.И., Курбатова М. Б. Секреты мотивации или мотивация без секретов / М. Магура, М. Курбатова. – Москва: Управление персоналом, 2003. – 206 с.
5. Симакин М.А., Сухорукова Н. Ф. Компоненты и виды приверженности персонала организации // Вестник науки и образования. – 2020. – N 1. – С. 57-61-50.
6. Ткаченко М. С., Миронова И. И. Лояльность персонала: сущность, содержание, формы проявления // Правовые, экономические и гуманитарные вопросы современного развития общества: теоретические и прикладные исследования / Сборник научных трудов. Вып. 4 // под общ. ред. Л. А. Демидовой, Т.А. Куткович. – Новороссийск: Новороссийский институт (филиал) АНО ВО МГЭУ, 2019. – С. 110-115.
7. Трофимова Е. Л., Бондаренко В. Ю. Проблема приверженности персонала к организации в отечественной и зарубежной литературе // Психология в экономике и управлении. – 2019. – № 4. – С. 181–186.

8. Харский К.В. Оценка полезности сотрудников. / К.В. Харский. – М.: Школа гостеприимства, 2013. – 256 с. – Текст: непосредственный.
9. Хитрин С.И. Личный успех и приверженность организации // Омский научный вестник. – 2009. – № 4. – С. 122-124.
10. Meyer, J. P. A three-component conceptualization of organizational commitment / J. P. Meyer, N. J. Allen // Human Management Review. – 1991. – № 12. – Pp. 17-22.