

Анализ методик измерения организационной лояльности**Analysis of methods for measuring organizational loyalty****Корень Виктория Алексеевна***Магистрант 1 курса**Экономический факультет**СПбГУ**РФ, Санкт-Петербург**e-mail: v.koren98@mail.ru***Koren Viktoriya Alekseevna***1st year Master student**Faculty of Economics**St. Petersburg State University**Russian Federation, Saint Petersburg**e-mail: v.koren98@mail.ru***Ма Цзин***Магистрант 1 курса**Экономический факультет**СПбГУ**РФ, Санкт-Петербург**e-mail: st089143@student.spbu.ru***Ma Jing***1st year Master student**Faculty of Economics**St. Petersburg State University**Russian Federation, Saint Petersburg**e-mail: st089143@student.spbu.ru***Семунина Светлана Евгеньевна***Магистрант 1 курса**Экономический факультет**СПбГУ**РФ, Санкт-Петербург**e-mail: sveta.semunina@yandex.ru***Semunina Svetlana Evgenievna***1st year Master student**Faculty of Economics**St. Petersburg State University**Russian Federation, Saint Petersburg**e-mail: sveta.semunina@yandex.ru***Аннотация.**

В статье проанализированы четыре автономные методики измерения лояльности: однокомпонентная модель Л. Портера, модель Дж. Мейера и Н. Аллен, методика Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой и методика «Возможность реализации мотивов» В. И. Доминьяка и Е.А. Родионовой. Авторы представили свой взгляд на преимущества и недостатки проанализированных моделей, а также оценили их применимость с помощью метода экспертных оценок.

Annotation.

The article analyzes four autonomous methods of measuring loyalty: the one-component model of L. Porter, the model of J. Meyer and N. Allen, the methodology of L. G. Pochebut and O. E. Koroleva, and the methodology "The possibility of implementing motives" by V. I. Dominyak and E. A. Rodionova. The authors presented their view on the advantages and disadvantages of the analyzed models and evaluated the possibilities of their practical application by HR specialists by the method of expert assessments.

Ключевые слова: организационная лояльность, модели измерения организационной лояльности, опросник OCQ Л. Портера, методика «Шкала организационной лояльности», методику Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой, методика «Возможность реализации мотивов».

Key words: organizational loyalty, models for measuring organizational loyalty, L. Porter's OCQ questionnaire, the methodology «Organizational commitment scale», the methodology of L. G. Pochebut and O. E. Koroleva, the methodology «The possibility of implementing motives».

Человеческий капитал организации – это одно из главных конкурентных преимуществ любой современной организации, способствующее не только достижению внутриорганизационных целей, но и повышению общей прибыли и укреплению рыночных позиций компании. Однако стоит отметить, что формирование человеческого капитала происходит за счёт привлечения и удержания высококвалифицированных сотрудников и, соответственно, потеря высокопотенциальных сотрудников повлечёт за собой ухудшение качества человеческого капитала и может негативно отразиться и на производственных результатах, и на прибыли самой компании. Именно поэтому одним из приоритетных направлений HR-деятельности современной компании является измерение лояльности и ее формирование у персонала организации.

В Большом энциклопедическом словаре было дано следующее определение лояльности: «Корректное, благожелательное отношение к кому-либо или чему-либо» [13]. Можно отметить акцент лояльности на формировании позитивного отношения к предмету лояльности, которое и является основой проявления особых поведенческих индикаторов.

В рамках данной статьи будут рассмотрены четыре автономные методики измерения лояльности, предложенные, как зарубежными, так и отечественными авторами: однокомпонентная модель Л. Портера, модель Дж. Мейера и Н. Аллен, методику Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой, а также методика «Возможность реализации мотивов» В. И. Доминьяка и Е.А. Родионовой. Выбор методик основан на наличии информации о валидности и согласованности опросника в открытом доступе.

Одной из первых была предложена однокомпонентная модель Л. Портера, в рамках которой рассматривается организационная лояльность. Под организационной лояльностью в модели понимается сила идентификации сотрудника в организации и его вовлечённость в организационную деятельность.

Предложенная модель предполагает использование следующих параметров:

1. Сила убеждений и внутреннего принятия внутриорганизационных целей и корпоративных ценностей;
2. Готовность сотрудника прикладывать значительные усилия для достижения наилучшего результата в интересах организации;
3. Сильное желание оставаться членом данной организации [8].

Автором модели также был разработан опросник для измерения организационной лояльности – Organizational Commitment Questionnaire (OCQ). Опросник состоит из 15 утверждений, которые касаются его трудовой деятельности в рамках настоящей организации: отношение к выполнению поставленных рабочих задач и отношение к компании-работодателю, критерии возможного ухода, а также степень готовности к работе в других организациях. Респондент должен оценить степень его согласия с данным утверждением, используя предложенные варианты ответов: «абсолютно не согласен», «не согласен», «скорее не согласен», «не имею определённого мнения», «скорее согласен», «согласен» и «абсолютно согласен». В результате подсчитывается среднее значение по всем пунктам [17].

Данная методика уже была опробована в различных сферах экономики: авиация [3], образование [4], IT, логистика [1], банковское дело [5] и др.

В 2003 году В. И. Доминьяком была проведена оценка валидности и внутренней согласованности представленного опросника. По данным показателям опросник получил довольно высокие оценки согласованности (альфа Кронбаха = 0.9) и валидности, в целом соответствующими данным, приведёнными зарубежными исследователями. По мнению В. И. Доминьяка, именно данная методика является наиболее надёжной и валидной из представленных в данной статье [14].

Несомненными преимуществами применения данной методики являются:

- простота прохождения процедуры исследования для респондента, что может повысить качество заполнения опросных листов респондентов;
- простые для восприятия респондентов формулировки оцениваемых суждений, а также использование местоимений первого лица, что возможно будет способствовать отождествлению собственных суждений респондента и представленных в анкете;
- небольшой объём опросного листа будет способствовать тому, что респондент в процессе заполнения анкеты будет меньше уставать и давать более честные оценки представленным суждениям;
- надёжность и валидность полученных данных, которые будут свидетельствовать об истинном уровне организационной лояльности в организации.

Среди недостатков данной методики можно отметить:

- прямолинейность представленных формулировок, которые могут помочь респонденту выбрать социально желаемый результат и снизит качество полученных данных;
- опрос предполагает анонимность, поэтому могут возникнуть трудности с интерпретацией полученных результатов и установления уровня лояльности для каждого сотрудника;
- опрос помогает оценивать общий уровень лояльности, однако не даёт представлений об истинных причинах полученного результата.

В 1984–1993 годах была разработана модель Дж. Мейера и Н. Аллен. По мнению авторов, лояльность состоит из трёх независимых компонентов:

- аффективная лояльность – эмоциональная привязанность сотрудника к его организации;
- продолженная лояльность – осознание сотрудником издержек, связанных с его уходом из организации, как для него самого, так и для организации;
- нормативная лояльность – ощущение сотрудником его обязательств перед организацией, в которой он ведёт трудовую деятельность [8].

На основе данной модели авторами был разработан опросник "Organizational Commitment Scale", содержащий 3 субшкалы по 6 утверждений в каждой. Вопросы затрагивают такие темы, как эмоциональное отношение респондента к своей организации, возможности ухода сотрудника из организации, а также его обязательства перед компанией-работодателем. Задача респондента ознакомиться с представленными 18 суждениями и оценить своё отношение к ним от 1 до 7 баллами, где 1 – «абсолютно не согласен», а 7 – «абсолютно согласен». Подсчёт баллов по каждой шкале происходит в соответствии с ключом, причём в ряде пунктов оценки инвертируются на строго противоположные [16].

Методика уже была апробирована в различных отраслях экономики: в транспорте [15], образовании [4], ИТ, логистике [1], металлургии, торговле и т. д.

В 2003 году В.И. Доминьяком было проведена проверка методики на предмет её валидности и надёжности полученных данных в российских условиях. В результате проверки было обнаружено, что каждая из субшкал имеет разную степень согласованности, а соответственно, и разную степень надёжности данных: наивысшую

оценку (альфа Кронбаха = 0,8) получила шкала нормативной лояльности, а низшую оценку (альфа Кронбаха = 0,54) – шкала продолженной лояльности.

Кроме того, В.И. Доминяк в результате исследования корреляции шкал и таких параметров, как удовлетворённость работой, выгода сотрудника от нахождения в организации, его обязательствами перед организацией, степени его привязанности к ней и удовлетворённости работой сотрудника членов его семьи, пришёл к выводу о низкой степени дифференцируемости шкал, что в свою очередь ставит под сомнение наличие трёх компонентов лояльности [14].

Таким образом, среди преимуществ использования данной методики, несомненно, стоит выделить:

- многоаспектность исследуемого явления, а соответственно, и более подробные данные о лояльности сотрудников;

- простота заполнения самого опросника, что повысит степень аккуратности и внимательности респондентов в ходе исследования;

- отсутствие сложных формулировок оцениваемых суждений, а также использование местоимений первого лица, позволяющих респонденту отождествлять представленные суждения со своими собственными;

Однако существенными недостатками данной методики являются:

- возможность исследования лишь общего уровня лояльности и отсутствие взаимосвязи с возможными причинами;

- трудности подсчёта результата по каждой из субшкал, что в свою очередь повышает вероятность ошибки интерпретации результатов;

- отсутствие адаптированных и проверенных на согласованность и валидность переводов методики, что приводит к росту вероятности ошибочности полученных результатов;

- низкая надёжность полученных данных по ряду шкал и, соответственно, необходимость сокращения представленного опросника;

- необходимость дальнейшей работы над корректным переводом и адаптацией методики с учётом особого российского менталитета.

Среди немногочисленных отечественных методик стоит выделить методику Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой, разработанной авторами в 1999 году. Данная методика основана на применении шкалы равнокажущихся интервалов Луи Терстоуна, разработанной в 1999 году чикагским психологом и социологом. Данная процедура стала одним из основных методов измерения отношения людей к объектам социальной действительности с учётом изменчивости окружающей среды. Процедура составления шкалы является доступной любому исследователю и позволяет получить инструмент измерения любой установки, актуальной для конкретной организации в данный момент времени. Метод оценки лояльности персонала Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой содержит некоторые отличия от модели Л. Терстоуна, такие как: замена обозначения буквенных интервалов на числовые с обратным значением, а также в карточки вводятся несколько утверждений, которые не учитываются в оценке, а служат для отвлечения внимания от истинных целей исследования. Также дается подробная инструкция для обработки результатов, где указываются определенные интервалы общих оценок и соответствующее пояснение к ним [19].

В ходе проведения измерения лояльности испытуемый получает 36 карточек с утверждениями, касающихся отношения респондента к организации и внутриорганизационным явлениям и процессам. Респонденту необходимо определить своё отношение к каждому суждению и оценить его от 1 до 11 балла, где 11 баллам соответствует максимально позитивная оценка, 6 – нейтральному отношению и 1 баллу – максимально негативная оценка. Все полученные баллы по данным критериям суммируются и интерпретируются в

соответствии с ключом. Методика нашла свое применение для оценки лояльности сотрудников предприятий коммерческой сферы [12], сферы информационных технологий [11], работы с недвижимостью [10], а также МВД [9].

По оценке В. И. Доминьяка методика получила довольно низкую оценку степени согласованности (альфа Кронбаха = 0,38), а значит и довольно низкую степень надёжности результатов. Кроме того, в результате дальнейшего анализа было высказано предположение о том, что предметом исследования данной методики является не лояльность персонала, а отношение работника к различным организационным процессам в целом.

Таким образом, можно отметить следующие преимущества методики П. Г. Почебут и О. Е. Королёвой:

- разнообразие затрагиваемых аспектов, что может дать более точные представления об отношении человека к организации;
- наличие вопросов-камуфляжей, позволяющих снизить вероятность того, что респондент будет давать социально ожидаемые ответы;
- простота подсчёта и интерпретации баллов, что повышает качество результатов исследования.

Существенными недостатками данной методики можно назвать:

- довольно большой объём вопросов, что может снизить качество заполнения опросных листов из-за усталости респондентов;
- абстрактные формулировки вопросов, что возможно снизит степень искренности при оценке суждений;
- низкая степень надёжности полученных данных;
- методика не оценивает лояльность респондентов к определённой организации, что может привести к ложной интерпретации полученных результатов.

Методика «Возможность реализации мотивов» (ВРМ) разработана В. И. Доминьяком и Е. А. Родионовой в 2003 году. Она предназначена для измерения уровня возможности реализации мотивов профессиональной деятельности в организации, а также для прогноза и коррекции организационной лояльности. Авторы разработали опросник на основе предпосылок организационной лояльности. В него включили 15 мотивов профессиональной деятельности: материальный достаток; ощущение стабильности и надёжности; общение с коллегами; уважение со стороны других, социальный престиж; продвижение, карьерный рост; повышение собственной профессиональной компетентности; удовлетворение от процесса деятельности; удовлетворение от достижения цели, результата деятельности; управление, руководство другими людьми; ощущение свободы, самостоятельности в принятии решений; ощущение успеха; ощущение собственной полезности, служение людям; азарт соревнования; возможность наиболее полной самореализации в профессиональной деятельности; удовлетворение вне рабочих интересов (семья, друзья, хобби и т.п.). Каждый из этих мотивов респонденты оценивают по десятибалльной шкале соответственно с точки зрения ожиданий и возможностей реализации. Любой человек, согласно методологии опросника, в той или иной мере имеет все мотивы профессиональной деятельности. Данный инструмент также помогает составить профили ожиданий реализации мотивов в организации и оценок возможности реализации мотивов для каждого сотрудника на основе числовых данных, полученных в ходе опроса.

Также методика предполагает расчет нескольких показателей для общей оценки лояльности по всем мотивам профессиональной деятельности как конкретного сотрудника, так и по всей организации в целом: личный индекс ожиданий, возможность реализации мотивов, реализация ожиданий и индекс мотивационной привлекательности организации. Параметры надёжности показателей оказались достаточно высокими (по Кронбаху, для РО $\alpha = 0,857$, для ВРМ $\alpha = 0,897$) [7]. Показатели ВРМ и РО, предложенные автором для измерения лояльности сотрудников по отношению к организации, статистически значимо связаны с ней. При этом

коэффициент корреляции ВРМ выше коэффициента корреляции РО, что говорит о ВРМ как более подходящей переменной для анализа лояльности. Методика была апробирована на сотрудниках научно-производственных объединений [6], предприятий торговли [2], банков [18], заводов [3], а также служащих и работников РПЦ [20].

К преимуществам методики В. Доминьяка и Е. Родионовой можно отнести:

- высокую валидность и надежность полученных данных;
- минимальное сопротивление при заполнении и возможность персонификации;
- возможность оценки уровня лояльности как одного работника, так и всей организации в целом, а также

мотивационную привлекательность организации для потенциальных сотрудников.

Однако методика имеет свои недостатки:

- возможная сложность анализа и представления результатов из-за расчетов показателей и составления мотивационного профиля в ретроспективе и на настоящий момент;
- предлагаемые показатели имеют разную взаимосвязь и прогностическую способность и не могут до конца объяснить феномен организационной лояльности;
- для получения более обширной картины организационной лояльности автор считает необходимым учитывать организационную заботу и справедливость, которые пока не включены в модель.

Для проведения сравнительного анализа предложенных методик был выбран метод экспертных оценок. В качестве экспертов в проведенном исследовании выступили авторы данной работы, оценившие данные инструменты измерения лояльности с точки зрения специалиста по управлению человеческими ресурсами.

В качестве основных оцениваемых параметров были выбраны следующие:

- 1.Сложность процедуры подсчёта полученных баллов;
- 2.Надёжность полученных данных;
- 3.Вероятность ложной интерпретации полученных данных;
- 4.Построение индивидуального профиля лояльности сотрудника;
- 5.Применение полученных данных в HR;
6. Оценка общей ситуации в организации;

Для выведения итоговой оценки по каждой методике были использованы индивидуальные оценки трёх экспертов, расставленные весовые коэффициенты каждого параметра, а также рассчитанная средняя оценка каждого показателя тремя экспертами.

Оценка методики Л. Портера представлена в Таблице 1.

Таблица 1. Оценка методики Л. Портера.

Параметр	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Вес	Средняя оценка	Общая оценка
1.Сложность процедуры подсчёта полученных баллов	5	5	4	1	4,7	4,7
2.Надёжность полученных данных	3	5	5	4	4,3	17,2
3.Вероятность ложной интерпретации полученных данных	3	3	2	1	2,7	2,7
4.Построение индивидуального профиля лояльности сотрудника	3	2	1	2	2	4
5.Применение полученных данных в HR	3	4	4	10	3,7	37
6. Оценка общей ситуации в организации	3	5	5	2	4,3	8,6
Итого:						74,2

В ходе анализа методики Л. Портера было выявлено, что наибольшие оценки среди экспертов получили такие параметры, как применение полученных данных в HR и надёжность полученных данных – 37 и 17, 2 баллов

соответственно. Наименьшую оценку получила вероятность ложной интерпретации данных – 2,7 баллов. Общая оценка методики по всем параметрам – 74,2 балла.

Оценка методики Дж. Мейера и Н. Аллен представлен в Таблице 2.

Таблица 2. Оценка методики Дж. Мейера и Н. Аллен.

Параметр	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Вес	Средняя оценка	Общая оценка
1. Сложность процедуры подсчёта полученных баллов	4	4	5	1	4,3	4,3
2. Надёжность полученных данных	4	3	3	4	3,3	13,2
3. Вероятность ложной интерпретации полученных данных	4	3	3	1	3,3	3,3
4. Построение индивидуального профиля лояльности сотрудника	4	3	2	2	3	6
5. Применение полученных данных в HR	4	4	4	10	4	40
6. Оценка общей ситуации в организации	3	4	5	2	4	8
Итого:						74,8

При оценке методике Дж. Мейера и Н. Аллен наиболее высоко были оценены следующие параметры – применение полученных данных в HR и надёжность полученных данных – 40 и 13,2 баллов соответственно. Наиболее низкие оценки получили такие параметры, как – вероятность ложной оценки интерпретации данных и сложность процедуры подсчёта баллов -3,3 и 4,3 соответственно. Общая оценка методики – 74, 8 баллов.

Оценка методики Л. Г. Почебут и О. Е. Королёвой представлена в Таблице 3.

Таблица 3. Оценка методики Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой.

Параметр	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Вес	Средняя оценка	Общая оценка
1.Сложность процедуры подсчёта полученных баллов	3	3	2	1	2,7	2,7
2.Надёжность полученных данных	4	2	2	4	2,7	10,8
3.Вероятность ложной интерпретации полученных данных	4	3	5	1	4	4
4.Построение индивидуального профиля лояльности сотрудника	5	5	4	2	4,7	9,4
5.Применение полученных данных в HR	5	3	4	10	4	40
6.Оценка общей ситуации в организации	5	4	4	2	4,3	8,6
Итого:						75,5

Согласно приведённым в Таблице 3 оценкам методика Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой получила наиболее высокие оценки по таким показателям, как применение полученных данных в HR, надёжность полученных данных – 40 и 10,8 баллов соответственно. Наименьшей оценкой была отмечена сложность процедуры подсчёта полученных данных – 2,7 балла. Общая оценка методики – 75,5 баллов.

Оценка методики В. И. Доминьяка приведена в Таблице 4.

Таблица 4. Оценка методики В. И. Доминьяка.

Параметр	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Вес	Средняя оценка	Общая оценка
1.Сложность процедуры подсчёта полученных баллов	4	4	4	1	4	4
2.Надёжность полученных данных	4	4	5	4	4,3	17,2
3.Вероятность ложной интерпретации полученных данных	4	3	2	1	3	3
4.Построение индивидуального профиля лояльности сотрудника	3	5	5	2	4,3	8,6
5.Применение полученных данных в HR	4	5	5	10	4,7	47
6.Оценка общей ситуации в организации	2	5	5	2	4	8

Итого:						87,8
---------------	--	--	--	--	--	------

В результате проведённой оценки методика В. И. Доминяка была оценена в 87,8 баллов. Наиболее высокую оценку получили такие показатели, как – применение полученных данных в HR и надёжность полученных данных – 47 и 17,6 баллов соответственно. Наименьшую оценку получила вероятность ложной интерпретации данных – 3 балла.

Исходя из приведённого анализа методик, можно сделать вывод о том, что наиболее предпочтительной для применения с точки зрения специалиста по управлению человеческими ресурсами и методикой измерения лояльности можно назвать методику В. И. Доминяка. Методика в результате экспертной оценки получила наибольшую оценку среди всех представленных методик – 87,8 баллов. Стоит отметить, что наибольшую оценку методика получила и по наиболее важному, с точки зрения экспертов, параметру – применение полученных данных в HR – 47 баллов. Среди преимуществ данной методики стоит отметить возможности, как построения индивидуального профиля лояльности для каждого сотрудника, так и возможность оценить организационный уровень лояльности. Данные показатели набрали 8,6 и 8 баллов соответственно. Очевидным недостатком данной теории является сложность процедуры подсчёта баллов.

В ходе проведённого исследования были рассмотрены 4 независимых методики измерения организационной лояльности как зарубежных, так и отечественных авторов: однокомпонентная модель Л. Портера, модель Дж. Мейера и Н. Аллен, методики Л.Г. Почебут и О. Е. Королёвой, «Возможность реализации мотивов» В. И. Доминяка и Е. А. Родионовой. Несмотря на то, что все методики были успешно апробированы на предприятиях различных отраслей экономики, авторы данной статьи проанализировали соответствующие опросники организационной лояльности на предмет достоверности получаемых данных, простоты и удобства заполнения с точки зрения респондента и выявили недостатки и преимущества использования каждой из методик. Однако для выявления оптимальной с точки зрения практического применения HR-специалистами методики измерения организационной лояльности была проведена экспертная оценка по следующим критериям: сложность процедуры подсчёта полученных баллов, надёжность полученных данных, вероятность ложной интерпретации полученных данных, построение индивидуального профиля лояльности сотрудника, применение полученных данных в HR, оценка общей ситуации в организации. В результате все методики получили достаточно высокие баллы по приведённым критериям, что подтверждает гипотезу о возможности применения в организации любой из приведённых методик. Однако наивысшую оценку получила методика "Возможности реализации мотивов" В. И. Доминяка и Е.А. Родионовой, в том числе и по таким критериям, как возможность общей оценки ситуации в организации, и построения индивидуального профиля сотрудника, что позволяет не только совершенствовать общую политику организации, но и скорректировать работу с каждым из сотрудников, что не только отразится на росте лояльности сотрудников, но и приведёт к повышению качества человеческого капитала и, соответственно, росту прибыли организации и достижения внутриорганизационных целей.

Список используемой литературы:

1. Бондаренко В.Ю., Трофимова Е.Л. Исследование приверженности персонала к организации // Психология в экономике и управлении. – 2014. – №2. – С. 63–71.
2. Верещагина Л.А. Профессиональные мотивы продавцов компьютерной торговой сети // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – 2012. – №26. – С.91–94
3. Вишнева Н.Э., Новоселов К.Д. Исследование лояльности к организации у сотрудников Иркутского авиационного завода (филиала ОАО «Корпорация "Иркут"») // Психология в экономике и управлении. – 2013. – №2. – С.94–97
4. Глазков А.В. Взаимосвязь организационной лояльности и результативности деятельности педагогических работников общеобразовательных организаций // Педагогический ИМИДЖ. – 2016. – №4(33) – С. 91–97.
5. Гребенкина А.С., Кадукова Р.Р. Применение технологий внутреннего маркетинга в деятельности Ростовского регионального филиала "Россельхозбанк" // Практический маркетинг. – 2017. – №3(241). – С. 24–

30.

6. Доминяк В.И. Возможность реализации мотивов как предпосылка организационной лояльности // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2011. – №2. – С.105–108
7. Доминяк В.И. Измерение лояльности: действующая модель // ПЕРСОНАЛ-МИКС. – 2004. – №2(21). – С. 114–119
8. Доминяк В.И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации: дис. ... канд. псих. наук: 19.00.05. – СПб, 2006.
9. Ермолаев В.В. Представления о профессиональной карьере у сотрудников полиции с разным уровнем лояльности к организации // Вестник Воронежского института МВД России. – 2012. – №3. – С. 162–166
10. Зими́на И.А. Измерение уровня лояльности персонала ООО «Ариороса»: описание и опыт апробации методики Л.Г. Почебут и О.Е. Королевой // ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ. – 2020. – С.158–164"
11. Ильинский С.В. Психологические факторы лояльности сотрудников организации // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. – 2017. – №2(22). – С. 42–58.
12. Карымова О.С. Опыт изучения лояльности сотрудников в коммерческой организации // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2017. – №3(20). – С. 298–300
13. Лояльность в Большом энциклопедическом словаре // Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – URL: http://1slovar.ru/d/big_enc_dict/50680/ (дата обращения: 14.03.2021).
14. Методики // Персональный сайт Владислава Доминяка [Электронный ресурс]. – URL: <https://dominyak.com/methods.html> (дата обращения: 15.03.2021).
15. Мхитарян М.А., Исследование уровня организационной лояльности в транспортно-логистических компаниях // Транспортное дело России. – 2015. – №5 – С. 53–55
16. Опросник Дж. Мейера и Н. Аллен // Персональный сайт В. Доминяка [Электронный ресурс]. – URL: <https://dominyak.com/assets/templates/site/files/ocq.pdf> (дата обращения: 16.03.2021).
17. Опросник Л. Портера // Персональный сайт В. Доминяка [Электронный ресурс]. – URL: <https://dominyak.com/assets/templates/site/files/ocq.pdf> (дата обращения: 16.03.2021).
18. Перевалова Ю.И. К вопросу о психологических аспектах, влияющих на лояльность банковского персонала // Психология в экономике и управлении. – 2013. – №2. – С.114–118
19. Файбушевич С.И. Оценка лояльности сотрудников // Центр дополнительного образования "Элитариум" [Электронный ресурс]. – URL: http://www.elitarium.ru/ocenka_lojalnosti_sotrudnikov/ (дата обращения: 17/03/2021).
20. Щербак К. Опыт изучения возможностей реализации мотивов в среде церковно-приходских общин мегаполиса // Христианское чтение. – 2015. – №1. – С.207–214.