

ЛОЯЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ

Драбчук Т.І. ст. викл. кафедри менеджменту в галузях АПК

Багато авторів вказують на те, що лояльність персоналу є важливим фактором, що забезпечує компанії фінансовий успіх. У «The Wallstreet Journal» було опубліковано висновок, до якого прийшли учасники конференції, присвяченої обговоренню питання взаємозв'язку лояльності співробітників, задоволення клієнтів і фінансових успіхів. У конференції взяли участь керівники та менеджери більше ніж 125 підприємств. Висновок свідчив, що сучасні компанії, діяльність яких спрямована на довгострокову перспективу, зобов'язані звертати увагу на лояльність свого персоналу.

А. Моріта, співзасновник компанії Sony зазначив: «Інвестор і працівник знаходяться в однаковому становищі, але іноді працівник буває важливіше, тому що він в організації надовго, тоді як інвестор нерідко приходить і йде, підкоряючись особистому пориву, в прагненні отримати прибуток. Працівник повинен щодня сприяти процвітанню своєї компанії і зростання власного добробуту».

Існує різне трактування поняття «лояльність», особливо коли мова заходить про лояльність співробітників до організації. У сучасній літературі це поняття звучить під різними назвами: лояльність, відданість, прихильність. Лояльність співробітників передбачає доброзичливе, коректне, шанобливе ставлення до компанії, до керівництва та колег, дотримання існуючих правил, норм і приписів.

Під лояльністю персоналу слід ми розуміти готовність персоналу працювати по існуючим в компанії правилам. Очевидним є те, що лояльні працівники розділяють цінності компанії, мотивовані на роботу, на виконання своїх обов'язків саме в цій компанії, тобто прагнуть зберегти своє робоче місце. Лояльні співробітники прагнуть до успіху компанії. Вони роблять все можливе, і часто навіть можуть поставити інтереси компанії попереду своїх власних.

Таким чином, обов'язковими атрибутами лояльності є:

- чесність по відношенню до компанії;
- спільність переконань та цінностей;
- ототожнення себе з компанією;
- бажання бути потрібним та корисним для своєї компанії;
- готовність попередити небезпеку для компанії;
- здатність йти на компроміс або на певні жертви на користь компанії;
- почуття гордості за причетність до діяльності в компанії;
- бажання виконувати найкращим чином своїх функцій.

В залежності від вираженості лояльності, можна визначити декілька її рівнів.

На першому рівні лояльність знаходить свій вираз у зовнішній атрибутиці, яка свідчить про приналежність до компанії.

Лояльність на рівні поведінки означає дотримання певних норм, правил, принципів, які існують в компанії та характеризують її організаційну культуру. На цьому рівні важливим є створення організаційних традицій, ритуалів, формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, ефективного стилю взаємодії керівників з підлеглими.

Лояльність на рівні здібностей означає, що працівник має відповідні цілям і вимогам організації навички та вміння, і тому може забезпечити необхідну для організації трудову поведінку.

Вищі рівні лояльності - це лояльність на рівні переконань та ідентичності. В цьому випадку цінності компанії стають особистими цінностями працівника, що є значущим чинником формування спільності між компанією і співробітниками, знаходить своє вираження у високому рівні мотивації і лояльності працівників компанії.

Виміряти рівень лояльності можна за наступними показниками: ступенем кадрової стабільності, темпами плинності кадрів, рівнем сприятливості психологічного клімату в колективі тощо.

Як виявилось, далеко не у всіх компаніях розробляється системна програма лояльності. В тих компаніях, які приділяють увагу даному питанню – програми лояльності являють собою поєднання матеріального і нематеріального заохочення з одночасним розвитком зворотного зв'язку. За оцінками управлінців-практиків, програму лояльності необхідно виробляти щодня і протягом багатьох років.

Таким чином, найбільш результативними заходами щодо зміцнення лояльності працівників можуть бути названі наступні: достойний рівень матеріального стимулювання; можливість професійного, інтелектуального, кар'єрного зростання; системне навчання персоналу; визнання значущості колегами і керівництвом; створення середовища, в якому працівник зможе розкритися найповніше як для компанії, так і для себе; прозорість цілей і достовірна інформація про результати діяльності та стратегії компанії; високий ступінь свободи, можливість впливу на стратегію компанії; розвиток корпоративної культури.