

ЛОЯЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Головною складовою діяльності будь-якої фірми, організації, установи чи підприємства є ефективність виконання роботи працюючого колективу. Тому з розвитком менеджменту, важлива увага надається управлінню персоналом в організаціях.

Сучасні умови діяльності підприємств пред'являють якісно нові вимоги до менеджерів з персоналу, обумовлюють необхідність більш високої інтенсивності їхньої праці, вміння цінувати час, володіти комплексом організаційних і психологічних якостей, забезпечувати творчий підхід до роботи. [1] Тому виникає потреба в удосконаленні якісного змісту діяльності менеджерів з персоналу, що є актуальним на сьогоднішній час.

Метою роботи є з'ясувати шляхи підвищення лояльності працівників як один з шляхів появи мотивації.

Тематика лояльності як умова мотивації на сьогоднішній день цікавить багато науковців, серед яких найчастіше менеджери, керівники. До уваги для роботи над науковою статтею автор обрав видання та публікації вітчизняних науковців, серед яких: Балабанова Л. В., Сардак О. В., К. Харский, Н. Самоукіна та інші. У сучасних умовах під управлінням лояльністю персоналу доцільно розуміти цілеспрямований вплив на чинники, що її формують, з метою забезпечення її подальшого розвитку і зміцнення. Запорукою формування лояльності персоналу до підприємства виступає лояльність підприємства до персоналу. [3, с.390]. На думку одного з науковців, лояльність має обов'язкові атрибути:

чесність по відношенню до об'єкту лояльності;

вірність;

відкрита демонстрація лояльності до чого-небудь або кого-небудь;

готовність попередити про небезпеку;

готовність йти на жертви;

почуття гордості за свою компанію, гордість за приналежність до числа її працівників;

прагнення найкращим чином виконати місію.

Лояльні співробітники можуть забезпечити компанії лідерські позиції. В усякому разі, у поєднанні з грамотним менеджментом, правильною маркетинговою стратегією і гідними товарами або послугами лояльні співробітники - основа процвітання. Лояльні співробітники ретельно охороняють комерційні секрети фірми. Вони завжди на варті, вони контролює можливі погрози і присікають їх. Для лояльного співробітника зрада інтересів фірми просто неможлива. Лояльні співробітники використовують всі резерви і ресурси для досягнення максимальних результатів в роботі. [2, с. 422-488]

Лояльність працівників, в свою чергу, пов'язана з їх мотивацією і безпосередньо впливає на ефективність їх діяльності. Тільки віданні працівники будуть працювати на благо компанії, не рідко приносячи в жертву своє здоров'я, час і особисте життя. [4, с.158]. Ступінь лояльності персоналу можна оцінити за наступними ознаками:

- стаж роботи;
- відсутність стягнень;
- поява ініціативи і турбота співробітника про підприємство;
- участь в суспільному житті компанії.

Стаж роботи: вважається, чим більше працівник працює на підприємстві, не намагаючись знайти нове місце роботи, тим він більш лояльний.

Відсутність стягнень: факт відсутності адміністративних порушень співробітників може свідчити про їх лояльність.

Поява ініціативи і турбота співробітника про підприємств: персонал підприємства відкрито виражає власну думку, пропонують нові ідеї та проекти. Часто мають на увазі потребу в співробітництві з керівництвом і говорять: «наше підприємство (фірма, компанія)», «ми вирішили», «наші досягнення».

Участь в суспільному житті компанії: спостерігається, що віддані працівники із задоволенням виконують додаткові суспільні функції, без наміру отримати додаткову платню. [4, с.159]

Потрібно зазначити, що формування лояльності можна досягти. Формування лояльності — це не стільки наслідок реалізації якоїсь певної програми, скільки результат продуманої політики компанії, дзеркальне віддзеркалення відношення керівництва компанії до своїх співробітників.

Підвищення внутрішньої лояльності досягається значно великими зусиллями з боку компанії, чим досягнення зовнішньої. На думку Павла Ципіна, основними чинниками підвищення внутрішньої лояльності можна вважати:

Чесність з боку керівництва. Якими б не були труднощі, що випробовуються компанією, правдива і своєчасна інформація про це викликає у співробітників позитивні враження і, як правило, схиляє їх на сторону керівництва. Довіра — це найважливіший чинник зростання лояльності.

Контроль діяльності працівників. Безконтрольність розбещує навіть самого дисциплінованого співробітника. Розуміння того, що його діяльність буде перевірена, змушує бути вимогливим до себе і прагнути краще виконувати свої обов'язки. Але тут дуже поважно забезпечити невідворотність перевірок.

Справедлива винагорода. Хоча справедливість — поняття досить суб'єктивне, все ж є деякі загальноприйняті поняття. Що значне число працівників вважає, що політика по оплаті відносно їх несправедлива, то їх лояльність поступово зменшуватиметься — аж до «зливу» інформації конкурентам.

Адекватні завдання. Чіткість і адекватність робочих завдань можливостям і кваліфікації співробітника збільшує його задоволеність власною працею і пошана до компанії і до її керівництва (незалежно від статусу працівника в ієрархії компанії).

Правильно організований робочий час. Надмірні і не обґрунтовані навантаження, а також постійні переробки швидко вбивають лояльність навіть у найбільш мотивованих співробітників.

Продуктивні стосунки в колективі, наставництво. Товариські, дружні стосунки можуть компенсувати багато недоліків роботи і сприяти зростанню внутрішньої лояльності співробітників. [5]

Отже, автор дійшов до висновку, що чим більша лояльність працюючого персоналу підприємства, тим більша ефективність самої роботи підприємства. Спостерігається, колектив стає своєрідною «родиною», а фірма – домом. Тому не дивно, що більшість керівників, менеджерів задаються питанням підвищення лояльності працюючих. Можна сказати, що лояльність – це вулиця з двостороннім рухом, де керівники та персонал повинні дотримувати встановлені правила і взаємну ввічливість на шляху до єдиних цілей своєї фірми.

Література

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. Підручник.– К.: Центручбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Благонадежность и лояльность персонала/К. Харский - СПб.: Питер, 2003. - 496 с.
3. Фомування лояльності в системі управління персонал-маркетингом: Доц. О.В. Сардак, канд. екон. наук –Донецький НУ економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського// Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України, 2012. – Вип. 22.8. - с.387-392
4. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах/ Наталья Самоукина. – М.: Вершина, 2006. – 244 с.: ил. – ISBN 5-9626-0076-2.
5. Павел Цыпин. Как повысить лояльность персонала // [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.hr-portal.ru/article/kak-povysit-loyalnost-personala>