

Список использованных источников

1. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов /А. Т. Зуб. — М.: Аспект Пресс, 2015. — 415 с.
2. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент / Ю. Н. Лапыгин. — М.: ИНФРА-М, 2015. —292 с.
3. Минцберг Г. Действуй эффективно! Лучшая практика менеджмента. СПб., 2011.
4. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж.. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 367 с.
5. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Дело, 2016. — 448 с.

АКТУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Е.А. Усова

Научный руководитель В.А. Васяйчева
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Как поспособствовать повышению лояльности персонала в настоящее время является актуальным вопросом во множестве организаций. Это связано с экономическим кризисом, а также с развитой глобализацией. В подобных условиях лояльность персонала, пожалуй, один из самых главных критериев, способствующих продуктивному развитию организации. Правильно выстроенная политика в отношении управления кадрами значительно повысит конкурентоспособность компании на рынке труда. Грамотно подобранный трудовой коллектив, качественные отношения среди коллег, понимание дисциплины и стоящих перед компанией задач персоналом - важнейшее условие выживания организации. И здесь главной проблемой, с которой сталкиваются современные предприятия – повышение эффективности работоспособности и самоотдачи сотрудников. Решение данной проблемы кроется в формировании и повышении лояльности персонала.

Прежде чем говорить о повышении лояльности персонала, следует разобраться с самим понятием. Итак, лояльность сотрудников предприятия – это степень психологической привязанности сотрудников к организации и желание прилагать все усилия в интересах организации для её качественного развития; соблюдение норм и устава компании его персоналом.

Такое отношение к работе является следствием полноценного удовлетворения условиями работы. Перед тем, как что-то предпринимать, руководству следует понять, от каких факторов и критериев зависит

лояльность персонала [1-3]. Так, факторов, определяющих лояльность, всего три: организационные, личностные и эмоциональные. Критерии, по которым можно оценивать лояльность персонала, следующие: ответственное отношение к работе; заинтересованность работать в компании; инициативность, идейность и стремление способствовать развитию компании; стремление к личностному росту и желание повышать квалификацию; поддержка и принятие нововведений.

К.В. Харский определяет несколько уровней лояльности (рис. 1) [4].

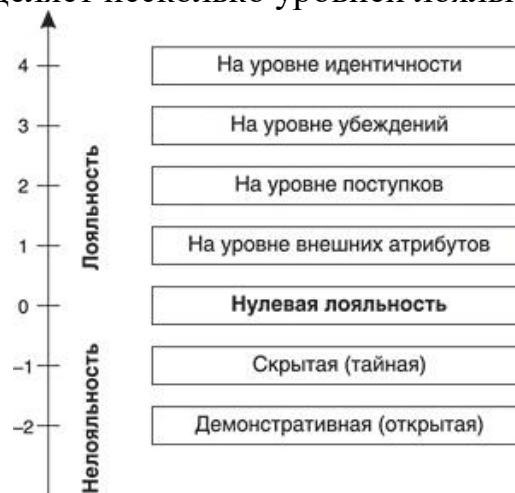


Рисунок 1 - Разделение уровней лояльности К.В. Харского

Из рисунка понятно, что существуют как лояльные сотрудники, так и нелояльные. Существует ряд признаков нелояльности работника: обман руководства, пренебрежение к ценностям компании, потребительское отношение и нарушение договорённостей. Для компании важно вычислять нелояльных сотрудников, так как они оказывают негативное влияние на компанию. В этом работодателям помогает оценка персонала. Оценка результатов труда конкретных должностных лиц различается своими задачами, значимостью и показателями. Оценить лояльность персонала можно несколькими способами, такими как: анкетирование, оценка лояльности по шкале Терстоуна [5] (данная шкала может использоваться в любой компании, потому что её можно составить исключительно под интересы своей компании), метод проективных вопросов для оценки лояльности персонала и интервью.

Разобрать более детально повышение лояльности персонала и причины снижения лучше на примере. Для этого был выбран телеканал «Самара-ГИС».

«Самара-ГИС» - самарский информационный кабельный телеканал, основанный в сентябре 2007 года [6]. В настоящий период своей деятельности прекрасно справляется со своими задачами и целями. Но, как и у любого предприятия, присутствуют свои минусы и недоработки в области управления персоналом:

1. Дефицит проектов, которые способствовали бы самореализации ценных сотрудников. В компании возможно то, что в какой-то момент времени не окажется ситуаций, которые бы было уместно обозреть на

телевидении. Примером служит новостной отдел, где, в случае нехватки событий, репортажи станут скучными и неинформативными. В таком случае и возможность проявлять себя в сфере новостей резко снизится.

2. Отсутствие возможности карьерного роста. Часто в журналистике нет возможности для карьерного роста в компании в связи с ограниченным числом набора штатных сотрудников или отсутствием требуемых должностей.

3. Неудовлетворённость условиями труда. Так как журналистика в настоящее время это технологии, то и рабочие места должны обустроиваться соответствующе. Компьютеры, на которых работают журналисты, должны подходить для программ, используемых при создании контента на телевидении. Кроме того, журналистика – это разъезды на места для сбора информации. Следует обеспечить комфортными для работы условиями выездным сотрудникам.

4. Глобальные изменения. Требуется заранее подготавливать своих подчинённых к значительным изменениям.

5. Отсутствие взаимопонимания и качественной коммуникации между сотрудниками. В некоторых отделах телекомпании может присутствовать текучка кадров в связи с тем, что люди на рабочих местах надолго не остаются. Наладить общение при постоянной смене коллектива может оказаться невозможным.

6. Отсутствие поощрений за выполнение плана и переработки, а также за выполнение большого и сложного проекта.

В 2021 году среднесписочная численность работников АО "САМАРА - ГИС" составила 38 человек. Это на 8 человек меньше, чем в 2020 году. С приходом Е.Б. Орловой на должность главного редактора, а также Е.Ю. Кольцун на должность генерального директора в 2020 году лояльность персонала значительно повысилась [7]. Опрошенные сотрудники, которые работали в компании до 2020 года и продолжают работу сейчас, утверждают, что новое руководство положительно повлияло на атмосферу среди рабочего коллектива и рабочие условия.

Вовлечённость сотрудников в жизнь организации основной способ достичь организации поставленной цели. Для повышения вовлечённости и мотивации можно воспользоваться следующими способами:

1. Социальные программы, льготы и привилегии. Здесь может быть оплата мобильной связи, бесплатное питание (так как часто журналист проводит за работой целые сутки), медицинское обслуживание. Таким образом учитываются основные потребности человека.

2. Конкурсы и поощрения инициатив. За счёт этого у сотрудника происходит удовлетворение чувства социальной значимости. Персонал мотивируется на результат в ежедневной работе.

3. Корпоративный отдых. У современного бизнеса такой способ повышения лояльности довольно популярен, ведь посредством совместного отдыха улучшается коммуникация между сотрудниками, а также

показывается, что нахождение в рабочем коллективе может быть приятным времяпровождением. Снижается риск текучки из-за проблем общения.

4. Поощрение за выполнение плана. Это чаще всего сопровождается финансовой надбавкой к зарплате в виде премии в конкретном месяце. Можно было бы выдавать премию за перевыполнение плана.

5. Акцент на индивидуальные потребности сотрудника. Это внимательное отношение к каждому сотруднику компании. Кроме того, за счёт интервью, анкетирования и других методов оценки лояльности персонала можно определять, в чём нуждается подчинённый.

6. Возможность повышения квалификации и продвижение по карьерной лестнице. Расширение штаба и введение новых должностей там, где это необходимо, позволит сотрудникам развиваться в своём деле.

7. Раскрытие творческого потенциала сотрудников.

Таким образом, при формировании лояльности в компании следует обратить внимание, прежде всего, на нематериальные факторы. Можно увеличить зарплату или ввести премии, но стоит помнить, что лояльность – это сторона психологии, эмоций и чувств. В этом процессе партнерские отношения между работником, коллегами и работодателем. Также для повышения эффективности системы управления лояльностью персонала должны выполняться следующие условия:

- Применение системы стимулирования должно носить постоянный характер. Мотивирование должно производиться всякий раз при возникновении нежелательных ситуаций в рабочем коллективе.

- Непосредственно с прошлым опытом работника связан такой фактор, как система личных ценностей. И стоит это учитывать при приёме на работу [8].

- Оказание внимания работнику со стороны компании. Пожалуй, важнейший фактор для формирования лояльности сотрудника. Ощущение своей значимости для компании способствует не только благоприятному отношению к ней, но и стремлению участвовать в развитии организации.

Список использованных источников

1. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание и управление. - М.: Политиздат, 2009. – 432стр.
2. Васяйчева В.А. Управление кадровыми рисками как ключевой императив инновационного роста промышленных предприятий / Менеджмент в России и за рубежом. 2022. № 2. С. 48-53.
3. Додонова Е.А., Васяйчева В.А. Инструменты повышения лояльности персонала в условиях цифровой экономики / Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития - сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Курск, 2021. С. 133-135.
4. Харский К.В. Благонадёжность и лояльность персонала. Питер, 2003. С. 422 – 488.
5. Психология менеджмента. Режим доступа: <https://lib.sale/psihologiya-menedjmenta-knigi/zanyatie-otsenka-lojalnosti-sotrudnika-60357.html>

6. Официальный сайт АО «Самара-ГИС». Режим доступа: <https://samaragis.ru/>
7. Краткое досье АО «Самара-ГИС». Режим доступа: https://www.audit-it.ru/contragent/1076319016960_ao-samara-gis
8. Щепка С.С., Васяйчева В.А. Совершенствование системы отбора кадров государственной службы на примере войсковой части / Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 10-4 (73). С. 218-221.

ОЦЕНКА КАДРОВЫХ РИСКОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

А.Е. Ухаткина

Научный руководитель О.Ю. Калмыкова

Самарский национальный исследовательский университет имени
академика С.П. Королева

Совершенствование организационной культуры позволяет руководителю моделировать трудовое поведение персонала и внедрять кадровые инновации, что иногда провоцирует возникновение определённых рисков, в первую очередь кадровых. Идентификация и оценка кадровых рисков позволяет: сформировать профилактические мероприятия по их минимизации; определить степень вероятности реализации риска, пространственную локализацию, размер возможного ущерба и др. Оценка кадровых рисков позволяет проранжировать их по степени влияния на деятельность организации, составить профиль и паспорт рисков.

В данном исследовании проведена оценка кадровых рисков в промышленной организации Самарской области. В трудовом коллективе были проведены экспертные опросы. В качестве первого эксперта выступил заместитель генерального директора по персоналу, вторым экспертом являлся заместитель начальника центра по экономике и финансам, третьим экспертом выступил главный инженер. Результаты проведенной оценки кадровых рисков промышленной организации представлены в таблице 1[1].

Таблица 1 – Оценка рисков промышленной организации

№	Кадровые риски	Эксперты			Средняя	Приоритет P_i	Вес W_i	Оценка I_i
		Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3				
Подготовительная стадия								4,117
1	Непредвиденные затраты	25,00	25,00	25,00	25,00	3	0,045	1,125
2	Валютный риск	75,00	50,00	75,00	66,67	4	0,04	2,66
3	Несвоевременная подготовка оборудования	0,00	0,00	25,00	8,3	4	0,04	0,332