

Сидорова Вікторія Геннадіївна

студентка групи ПСМ-1-15-2.0д, VI курс, спеціальність «Психологія»

Vitasidorova4@gmail.com

Науковий керівник

Шевцова Олена Михайлівна

Кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної, вікової та педагогічної психології Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка

o.shevtsova@kubg.edu.ua

ЛОЯЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКА В ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто та розкрито поняття лояльності працівників в організації. Виокремлено компоненти лояльності та її складові. Представлено програму для підвищення лояльності працівників в організації.

Ключові слова: лояльність; професійна Я-концепція; компоненти лояльності; чинники, що впливають на підвищення лояльності; програма сприяння підвищенню лояльності.

Актуальність та доцільність дослідження. У сучасних умовах ринок праці потребує кваліфікованих фахівців. Сучасні компанії, що мають у своєму штаті ефективних та цінних співробітників, шукають методи утримання своїх працівників, щоб не опинитися у пошуку потрібного професіонала, адже пошук, адаптація та навчання нового працівника забирає багато часу та фінансових вкладень. Саме тому формування та підвищення лояльності у працівників є важливим завданням для будь-якої організації, що дбає про свою ефективність та довготривалу перспективу розвитку.

Аналіз останніх публікацій. Тематика лояльності на сьогоднішній день цікавить багатьох науковців. У своєму дослідженні ми опиралися на розробки методів, підходів та концепції лояльності В. Доміняка, О. Дейнеки, Є. Доценко, А. Коврова, М. Магури, І. Почебут, О. Сидоренко, К. Харського, І. Чумарина, Н. Бека, Х. Беккер, П. Морроу, І. Верещагіної, С. Поварніциної, Л. Почебут, В. Чикера, Е. Шейна та ін.

В. Доміняк розглядає лояльність як емоційну прив'язаність до підприємства, бажання залишатися її співробітником [1, с. 256]. І. Чумарін вважає, що чим більше працівник проявляє самостійності та добровільності, тим більше він лояльний [5, с. 324]. К. Харський визначає лояльність як почуття

відданості у ставленні до організації, здатність і готовність прийняти усі вимоги [2, с. 56].

О. Батуріна провела опитування серед HR-менеджерів великих російських компаній і виділила відмінності у лояльності персоналу в залежності від займаної посади. З точки зору співробітника – це позитивне чи нейтральне ставлення до компанії, а з боку керівника – сумлінне виконання всіх доручень, дружні відносини в колективі та наявності командного духу. Лояльний співробітник прагне залишитися з компанією якомога довше, бачить її переваги, погоджує свої зусилля з діями інших людей [4, с. 25].

О. Дейнека при визначенні лояльності підкреслює наявність взаємних зобов'язань між працівниками і роботодавцем. Автор також використовує в цьому контексті поняття міжгрупова ідентифікація, коли лояльність до своєї групи (компанії) означає відчуження від інших груп [2, с. 114].

Т. Чистякова і Н. Моїсеєнко досліджували феномен лояльності в конфліктологічному аспекті, і визначили, що лояльний співробітник – це людина, яка ідентифікує себе з організацією, в якій працює, пов'язує з діяльністю свої успіхи та невдачі у всіх сферах життя [9, с. 47].

Ю. Мілешкіна виділяє поведінкові індикатори лояльності [5, с. 284]. О. Сидоренко, спираючись на ряд зарубіжних концепцій, пропонує розрізняти основні категорії лояльності: організаційна прихильність, емоційна прихильність, прихильність за розрахунком та прихильність з обов'язку. [6, с. 436].

Г.Беккер був одним з перших дослідників, які запропонували в рамках поведінкового підходу теорію лояльності працівника [6, с. 312].

Дж. Грінберг і Р. Бейрон, а також Д. Шульц і С. Шульц розрізняють три види лояльності [1, с. 25]:

- поведінкову;
- афективну;
- нормативну.

Д. Мейер та Н. Аллен запропонували трьох компоненту теорію, згідно з якою організаційна лояльність визначається як психологічний зв'язок між працівником та організацією, який знижує вірогідність того, що працівник добровільно залишить компанію [13, с. 118].

Метою статті є висвітлення поняття лояльності та представлення програми, що сприяє підвищенню лояльності працівників в організації.

Виклад основного матеріалу. Вивчення поняття лояльності почалося давно, але найбільший інтерес до цього з'явився сьогодні, коли ринок праці потребує висококваліфікованих спеціалістів-професіоналів. Дослідженням та розробкою підходів, методів та концепцій лояльності займалися багато науковців.

З точки зору В. Доміньяка лояльність – це емоційна прив'язаність до підприємства, бажання залишатися її співробітником. Вона передбачає, що робота породжує у працівників: задоволеність змістом роботи, відчуття уваги і турботи з боку підприємства, задоволеність своєю кар'єрою на підприємстві, впевненість у доцільності продовження роботи на даному підприємстві, довіра до керівництва [1, с. 256].

К. Харський визначає лояльність як почуття відданості у ставленні до організації, здатність і готовність змиритися з одними вимогами і глибоко прийняти інші. Він виділяє наступні фактори, що впливають на виникнення лояльності: увага до співробітника як до особистості, участь у вирішенні його проблем, попередній досвід та почуття гордості за місце роботи [2, с. 56].

І. Чумарін вважає співробітника лояльним, якщо той добровільно слідує правилам і процедурам організації. Чим більше працівник проявляє добровільності, тим більше він лояльний [5, с. 324].

Т. Чистякова і Н. Моїсеєнко досліджували феномен лояльності персоналу в конфліктологічному аспекті і визначили, що лояльний співробітник – це людина, яка ідентифікує себе з організацією, в якій працює, пов'язує з

діяльністю свої успіхи та невдачі у всіх сферах життя. Під лояльністю персоналу дослідниками розуміється:

- готовність відповідати корпоративним очікуванням;
- формувати способи поведінки виходячи з рамок, заданих організацією або керівництвом;
- стійкість до провокуючого впливу ззовні;
- дотримання раніше прийнятих домовленостей;
- внутрішнє прийняття особистістю організаційних цілей і цінностей;
- безоціночне і некритичне ставлення до життя, що протікає в організації [4, с. 98].

Ю. Мілешкіна виділяє поведінкові індикатори лояльності, до яких відносяться:

- великі витрати часу на роботу, ніж потрібно формально;
- відповідальність, сумлінність;
- робота співробітника на цілі організації як в сприятливих, так і в несприятливих умовах;
- дотримання встановлених норм і формальностей;
- спрямованість на взаємодію з іншими людьми для користі організації;
- постійний контроль ситуації і творчий підхід до діяльності організації [5, с. 284].

Отже, існують різноманітні підходи до трактування поняття лояльності. На їх основі у ході розробки науково-професійного проекту ми визначаємо лояльність як *прихильність працівника до організації, у якій він працює, на мотиваційно-ціннісному, емоційному та поведінковому рівнях.*

Нами визначено такі основні компоненти лояльності:

1) мотиваційно-ціннісний компонент:

- задоволеність змістом роботи;
- розділення цінностей організації;

- задоволеність умовами роботи;

2) емоційний компонент:

- відчуття уваги і турботи з боку організації та керівництва;

- почуття гордості за місце роботи;

- наявність командного духу;

3) поведінковий компонент:

- добровільна участь у вирішенні проблем організації, ініціативність;

- постійний контроль ситуації та творчий підхід до виконання завдань;

- робота працівника на цілі організації як в сприятливих, так і в несприятливих умовах.

На підвищення лояльності суттєво впливають такі чинники:

- внутрішня потреба особистості у професійній самореалізації у конкретній організації;

- позитивне ставлення з боку керівництва та колег;

- усвідомлення значимості особистого внеску кожного працівника у загальну справу організації;

- ототожнення власних професійних успіхів із досягненнями компанії;

- здатність працівника ставити перед собою досяжні цілі і досягати їх;

- публічна матеріальна та моральна мотивація працівників керівництвом організації.

Вагомим фактором на формування та підтримання лояльності працівників є вплив професійної самосвідомості та професійної Я-концепції працівника. Професійна самосвідомість є соціально-специфічною формою самосвідомості людини, завдяки якій у вигляді професійної Я-концепції фіксуються підсумки усвідомлення людиною себе як суб'єкта діяльності і як особистості на кожному етапі професійного становлення та яка являє собою процес пізнання та самооцінки людиною своїх професійних якостей, а також ставлення до них й процес усвідомлення особистістю себе як суб'єкта власної професійної діяльності. Виходячи з теоретичної моделі професійної Я-концепції фахівців,

виділяють три рівні розвитку професійної Я-концепції: високий, середній та низький [6, с. 197-202].

1. Високий рівень розвитку професійної Я-концепції характеризується системним усвідомленням власних професійних прагнень, перспектив, орієнтацій та професійних досягнень на найближче майбутнє, докладним і високо-диференційованим уявленням про себе як професіонала і суб'єкта професійної діяльності, яскравою виразністю і конгруентністю образу «Я-професіонал», досяжністю індивідуального професійного еталону, розвинені процеси самоаналізу й самоосмислювання, проникливим і стійким інтересом до самого себе, високою самоповагою й аутосимпатією, адекватною самокритичністю.

2. Середній рівень розвитку цілісної професійної Я-концепції фахівців проявляється у виразному, але дискретному усвідомленні ними власних професійних прагнень та можливостей, які нечітко пов'язуються з професійною перспективою, у неконфліктному образі «Я-професіонал», у досяжності власного професійного еталону, у високому очікуванні позитивного підкріплення з боку інших, адекватному самозвинуваченні, у наявності часткової готовності до саморозвитку, що супроводжується або бажанням знати себе, або настроєм змінювати себе, в упевненості у собі та власних можливостей.

3. Низький рівень розвитку цілісної професійної Я-концепції означає, що фахівці не знають і не усвідомлюють власні професійні прагнення, домагання, резерви й можливості, уявлення про себе як професіонала вузько представлене та слабо диференційоване, індивідуальний професійний еталон недосяжний, що створює внутрішню напругу, сумніви та коливання; глобальна професійна самооцінка неадекватна завищена або неадекватна занижена, низька самоповага та аутосимпатія, високий рівень самозвинувачення, нерозвинені самокерівництво та самопослідовність, екстернальний локус контролю у більшості значущих для професійної діяльності сфер життєдіяльності, низька

готовність до саморозвитку з переважним небажанням і знати і змінювати себе, у яких превалює невпевненість у собі і своїх можливостях [6, с. 197-202].

На основі визначеної моделі лояльності та її компонентів, нами проведено психодіагностичне дослідження за допомогою методик «Інтегральна задоволеність працею» за А. Батаршевим, «Діагностика особистісної та загальної задоволеності роботою» за В. Розановою [3, с. 348]. та авторської анкети «Виявлення рівня лояльності працівників». В результаті констатувальної частини дослідження з'ясовано, що загальний рівень лояльності працівників організації «Х», за трьома визначеними компонентами, у 83% — високий, у 14% — середній, у 5% — низький рівень лояльності.

Прихильність працівників може зберігатися тільки у тому випадку, якщо по всіх трьох компонентах буде високий рівень розвитку лояльності. Саме тому виникає необхідність цілеспрямованого психорозвивального впливу на окремі компоненти лояльності, яка нами реалізована у програмі сприяння підвищенню лояльності працівника в організації.

Програма передбачає застосування фасилітативних і тренінгових технік, тимблдингу та коучингових сесій.

Програма опирається на психологічні фактори, що впливають на підвищення лояльності працівників, виділених нами. Нагадаємо, що це мотиваційно-ціннісний, емоційний, та поведінковий компоненти. Нижче представлено алгоритм програми підвищення лояльності працівників до організації (табл. 1).

Таблиця 1. Загальний опис програми підвищення лояльності працівників

Показники лояльності	Психорозвивальний інструментарій
<i>Почуття гордості</i>	Вправа «Ми досягли»
Командний дух	Тімблдингові вправи: «Сторітеллінг», «Командний малюнок»
Задоволеність умовами роботи	Вправа «Подобається -не подобається»
Задоволеність змістом роботи	Коучингова сесія

Розділення цінностей організації	Фасилітативна техніка «Світове кафе»
Добровільна участь у вирішенні проблем організації, ініціативність / Постійний контроль ситуації та творчий підхід до виконання завдань	Фасилітативна техніка «Вихід за рамки»
Робота працівника на цілі організації як в сприятливих так і в несприятливих умовах.	Фасилітативна техніка «Пошук майбутнього»
Відчуття уваги та турботи з боку організації та керівництва	Індивідуальна бесіда

Загальна мета програми: сприяти підвищенню рівня компонентів лояльності у працівників в організації.

Програма розрахована на 2 дні та може проводитися зовнішніми запрошеними експертами, організаційними психологами, керівниками або HR-менеджерами, що мають відповідні знання щодо застосування методу фасилітації та коучингу.

Також нами було апробовано фрагмент психологічної програми для підвищення лояльності працівників в організації. Була проведена експертна оцінка і на її основі і працівники, і керівництво відмітили, що почали відчувати більше позитивних емоцій по відношенню до своєї організації.

Висновки та перспективи подальших наукових досліджень.

Підвищення лояльності працівників в організації залежить від трьох основних компонентів: ціннісно-мотиваційного, емоційного та поведінкового. Розуміння менеджментом компанії того, яким чином можна впливати на ці компоненти, дає можливість утримати цінних фахівців, тримати ефективність та результативність бізнесу на високому рівні, а також підвищити імідж та репутацію компанії як всередині, так і ззовні, оскільки лояльні працівники стають «адвокатами» організації і готові захищати її інтереси перед іншими.

Для подальших досліджень лояльність можна розглянути у розрізі теорії поколінь.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Грінберг Дж. Організаційна поведінка: від теорії до практики / Дж. Грінберг, Р. Бейрон / [пер. з англ. О. В. Бредихина, В. Д. Соколова]. – М.: ТОВ «Вершина», – 2004. – С. 25.
2. Дейнека О.С. Лояльність як компонент економічної культури / О. С. Дейнека [Електронний ресурс] – Доступний с <http://www.licpublic.com/index.php>.
3. Доминяк В. Шкала організаційної лояльності Дж. Мейера і Н. Аллен [Електронний ресурс] - Ред. дост.: <http://dominiak.spb.ru/lrc/locs.html>.
4. Лояльність персоналу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://cletka.ru/vse-pro-robotu/731-loyalnist-personalu>.
5. Мучински П. Психологія, професія, кар'єра / П. Мучинский. – [7-е изд.]. – СПб.: Питер, 2004. С. 148-151.
6. Ньюстром Дж. В. Організаційне поведіння: [пер. с англ.] / Дж. В. Ньюстром, К. Девіс; под ред. Ю.Н. Каптуревського. – Сер.: Теорія і практика менеджмента. – СПб.: Изд-во "Питер", 2000. – С. 197-202.
7. Поплавська А.П. Теоретичний аналіз проблеми лояльності персоналу до організації / А. П. Поплавська // Проблеми сучасної психології. – 2012. – № 2. – С.64-71.
8. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. — М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002 — С. 116-121.
9. Чистякова Т.Н. О лояльности, организационных конфликтах и развитии организации (заметки на полях исследования) / Т.Н. Чистякова. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.rekrutng.ru/pochitat.html7s339>.
10. Чумарин И.Г. Люди и организации: деструктивное противодействие / И.Г. Чумарин // Люди и организации: сб. тез. III Всерос. конф. – СПб., 2000. –С. 63-64.
11. Харский К. Любого человека можно сделать лояльным / К. Харский // Отдел кадров. - 2004. – №11. – С. 98-101.
12. Шевцова О. М. Психологічна характеристика рівнів розвитку професійної Я-концепції фахівця / О. М. Шевцова // Матеріали Міжнародного науково-практичного конгресу педагогів та психологів «Be smart!», 17-18 лютого 2015, м. Женева (Швейцарія). – Т. 2. – С.197-202.
13. Шипілова О. «Лояльність персоналу - необхідна умова успішності компанії» / О. Шипілова // Кадри підприємства. – 2004. - № 4. – С. 25-28.
14. Шульц Д. Психологія і робота / Д. Шульц, С. Шульц. – [8-е изд.] – СПб.: Питер, – 2003. – С. 129-132.

ЛОЯЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКА В ОРГАНИЗАЦИИ

Сидорова Виктория Геннадьевна

студентка группы ПСм-1-15-2.0д, VI курс, специальность «Психология»

Vitasidorova4@gmail.com

Шевцова Елена Михайловна

Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей, возрастной и педагогической психологии Института человека Киевского университета имени Бориса Гринченко

o.shevtsova@kubg.edu.ua

Аннотация: рассмотрено и раскрыто понятие лояльности сотрудника в организации. Выделено компоненты лояльности и её составляющие. Разработано программу для повышения лояльности сотрудников в организации.

Ключевые слова: лояльности, профессиональная «Я»-концепция, компоненты лояльности, факторы, что влияют на повышение лояльности, программа воздействия на уровень лояльности.

EMPLOYEE LOYALTY IN ORGANIZATION

Viktoriya G. Sydorova

Group PSm-1-15-2.0d, VI course, speciality «Psychology»

Vitasidorova4@gmail.com

Olena M. Shevtsova

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of General, Age and Pedagogical Psychology of Boris Grinchenko Kyiv University.

o.shevtsova@kubg.edu.ua

Abstract: The concept of loyalty of an employee in an organization is reviewed and disclosed. The components of loyalty and its components are highlighted. The program has been developed to increase the loyalty of employees in the organization.

Key words: loyalty, professional "I" -concept, components of loyalty, factors that affect the increase of loyalty, the program of influence on the level of loyalty.