

ФАРИД НАБИЗАДЕ
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет,
Международный Центр Магистратуры и Докторантуры.
farid21st@gmail.com

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Аннотация: В статье описывается влияние лояльности (вовлеченности) персонала на конкурентоспособность и эффективность организации, приводятся примеры преимуществ компаний, в которых лояльность стала безусловно конкурентным преимуществом.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентное преимущество, лояльность персонала, вовлеченность персонала, формирование вовлеченности.

ВВЕДЕНИЕ

Персонал в организации рассматривается, как важнейший ресурс, как важное конкурентное преимущество организации, за счет которого можно обогнать своих соперников, компании инвестируют огромные средства для поддержания лояльного духа сотрудников, и в конечном итоге улучшает почти все важные показатели компании. Под «важными показателями» подразумеваются не только финансовые результаты, но также то насколько люди счастливы в данной компании, что говорит о репутации компании на рынке. Необходимость формирования и поддержания высокого уровня лояльности у сотрудников обусловлена тем, что лояльность к организации, в которой они работают, является у них ключевым фактором при формировании высокой профессиональной мотивации, которая, в свою очередь, отражается на всех сторонах деятельности организации. Работники, которые лояльны к организации, легче переносят временные трудности, связанные с функционированием организации, испытывают чувство гордости за то, что являются частью коллектива. Они также могут быстро решать различные проблемы, которые могут негативным образом отразиться на организации.

Конкуренция является ключевым инструментом и одним из основных аспектов экономической жизни. Его значение происходит от слова «конкурировать» и означает стремиться вместе, подразумевая, что рынок с высокой конкурентной средой стимулирует уровень

человеческих устремлений, позволяя достигать наивысших результатов, а также являясь движущей силой технологических инноваций и роста производительности труда. Но как можно увеличить производительность труда, чтобы организация стала более конкурентоспособной, самый очевидный путь – увеличение вовлеченности сотрудников.

Давайте рассмотрим какие же преимущества может обеспечить вовлеченный персонал, для этого рассмотрим исследования компании “Gallup”, которая является весьма влиятельной консалтинговой компанией сильно углубившейся в вопросы вовлеченности персонала. Ниже приведены результаты исследований, которые сравнивает компании с высокой вовлеченностью сотрудников с компаниями конкурентами с средней вовлеченностью, у компании с высокой вовлеченностью:

- на 10% выше удовлетворенность потребителей
- на 22% выше прибыльность
- на 21% выше продуктивность
- на 25% ниже текучесть персонала
- на 48% ниже несчастных случаев
- на 28% ниже краж
- на 37% ниже абсентеизм
- на 41% ниже дефектов

Как видно компания с высоким уровнем вовлеченности персонала имеет конкурентное преимущество над компанией конкурентом, которая исходит из правильного использования кадрового потенциала компании.

И так рассмотрев взаимосвязь между вовлеченностью и конкурентоспособностью, перейдем к тому как можно измерить вовлеченность сотрудников. Для этого можно рассмотреть следующие метрики (показатели):

- Текучесть кадров (должна быть низкой)
- Средний период (стаж) работников
- Проведение опросов касательно вовлеченности
- Уровень абсентизма
- Низкое количество инцидентов (касательно охраны труда) на месте работе
- и т.д.

Следует различать вовлеченность и благополучие сотрудников, ведь благополучие отдельно взятого сотрудника не всегда означает что сотрудник лоялен и вовлечен. Какие-же различия существуют между вовлеченностью и благополучием:

Благополучие – когда на рабочем месте существует условия из-за которых сотрудник остается работать в данной компании, такие как:

- Достойная оплата труда
- Льготы предоставляемые компаний
- Чувство безопасности касательно рабочего места
- Атмосфера на рабочем месте
- Возможности карьерного роста

Вовлеченность – когда сотрудник старается отдать больше ожидаемого. Исходит из:

- Как оценивается их вклад в работу
- Они знают и следуют целям компании
- Знают что от них ожидают
- Значимость – они чувствуют что их работа значима и имеет вклад в общую деятельность компании.

Рассмотрим взаимосвязь на рисунке:



Рисунок 1. Взаимосвязь между вовлеченностью и благополучием

И так рассмотрев взаимосвязь между вовлеченностью и конкуренцией и раскрыв понятие вовлеченности перейдем к тому как можно увеличит вовлеченность.

- Постоянная коммуникация направленная на увеличение вовлеченность.

-Двухсторонняя коммуникация – когда руководство компании постоянно напоминает что их главный актив это их сотрудники и создает платформы для обратной связи.

- Объяснение стратегии и миссии компании всем сотрудникам и создание среды где каждый осознаст свой вклад в компанию.

- Выиграть сотрудника на старте. Внедрение эффективной системы адаптации новых сотрудников.

- Справедливые и прозрачные процессы:

- Системы заработной платы и льгот.

- Управление производительностью.

- Внедрить эффективную систему управления деятельностью сотрудников (перформанса).

- Возможности обучения.

- Создание ощущения гордости за свою работу. Это главный фактор лояльности, поскольку ощущение причастности к чему-то важному мотивирует людей на большие достижения.

- Благоприятный климат в коллективе – это возможность повысить приверженность сотрудников. Если работники относятся друг к другу положительно, вероятность их увольнения или недовольства работой существенно снижается.

- Совместные мероприятия. Многие компании практикуют совместные походы, мастер-классы, спортивные фестивали, психологические тренинги. Все это проводится для сплочения людей в коллективе, повышения корпоративного духа и формирования совместных профессиональных стремлений на благо компании.

- Поощрение персонала за выполненную работу. Приверженность к бренду стремительно повышается, если компания вознаграждает сотрудников за хорошую работу.

- Конкурсы. Кроме благоприятной атмосферы в коллективе, важно поддерживать здоровую конкуренцию между работниками. Проводите ежемесячные конкурсы на звание лучшего сотрудника, создайте «доску почета», отслеживайте эффективность каждого члена команды.

Заключение

Анализируя вышеизложенные соображения, можно констатировать, что специфика этого времени заключается как в конкуренции предприятий, так и в среде, в которой они работают. Конкурентоспособные компании должны характеризоваться внутренней способностью и гибкостью приспосабливаться к изменяющимся условиям работы и получать от этого процесса определенные выгоды. Современная концепция создания конкурентного преимущества подчеркивает особую необходимость умелого использования приобретенных знаний и ресурсов.

Компании, чтобы выжить и остаться на рынке, должны уметь прогнозировать и точно оценивать свое положение. Они должны

действовать эффективно и иметь возможность развиваться в постоянно меняющейся среде, постоянно принимать решения о структурных изменениях. Это фактические детерминанты не только выживания компании и восстановления баланса в изменчивой среде, но и формирования ее динамичных планов, обеспечивающих ее бесперебойное и эффективное функционирование, получение конкурентных преимуществ и дальнейшее развитие, а кадры компании являются самой важной составляющей в этом процессе.

Список использованных источников.

1. Харский К. В. Благонадежность и лояльность персонала. – М.: Питер, 2003.
2. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. Учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – М.: КноРус, 2016.
3. Рубин, Ю. Б. Высшее образование в России. Качество и конкурентоспособность/Ю.Б. Рубин. – М.:Московская Финансово-Промышленная Академия, 2017.
4. Шагиахметова А.Х.,Родионова А.В.Трудовая мотивация сотрудников транснациональной компании: на примере Икеа. // Управление устойчивым развитием. – 2017.
5. Pinto J.K.,(2015)., “Project Management Achieving Competitive Advantage”. Pearson Education Limited.
6. Kotter J., Rathgeber H. (2016)., “Our Iceberg Is Melting: Changing and Succeeding Under Any Conditions.” Penguin Random House; 2 edition.
7. D. Faulkner, C. Bowman, Competitive strategies, 1996, Gebethner & Ska, Warsaw.
8. Маурер Р., (2014) “Шаг за шагом к достижению цели: Метод кайдзен. — М.: Альпина Паблишер.
9. Мухамедьяров А.М., (2008). “Инновационный менеджмент”. Учебное пособие /. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М.
10. <https://www.shrm.org/>

Redaksiyaya daxil olma tarixi: 06.10.2022

Çapa qəbul olunma tarixi: 01.02.2023

Elm və Təhsil Mərkəzi "Təfəkkür"

Universitetitin müəllimi

Cavid İsmayilov tərəfindən çapa tövsiyə olunmuşdur