



Лояльность сотрудника - это способность и готовность смириться с одними требованиями и глубоко принять другие. Лояльность сотрудника - это стремление сохранить свое рабочее место. Лояльность сотрудника - это желание сделать свою работу наилучшим образом. Лояльность сотрудника - осознанное соблюдение принятых правил и соответствующая требовательность к другим. Лояльность - это поведение определенного типа.

При наличии лояльных сотрудников руководители могут рассчитывать на проявление инициативы, на инновационные предложения, повышающие производительность труда и позволяющие с большей эффективностью решать проблемные вопросы. Именно поэтому, нужно тщательно контролировать их лояльность различными способами. Сохранность секретной информации, терпимость к временным трудностям, соблюдение дисциплины, готовность к обучению и развитию — все это для лояльных работников следствие не страхов потери места работы, денег, наказания, а следствие верности компании и ощущения единства.

В условиях острой конкуренции, уровень лояльности персонала приобретает особое значение - во многом от него зависит, сможет ли компания занять достойное место на рынке, удержать, а затем и улучшить своё положение. Таким образом, грамотно выстроенная программа стимуляции и контроля сотрудников, обеспечение их социальной защищённости и создание достойных условий труда способны не только окупить себя, но и завоевать конкурентное преимущество. И наоборот, печально известный принцип кратковременной эксплуатации и частой смены кадров, получивший в Америке название "a hire and fire company" (организация, которая все время принимает и увольняет людей), свидетельствует о дилетантском подходе руководства, т.к. в кризисные моменты лишает организацию устойчивости и перспектив развития. Люди, не чувствующие связи с работодателем, уходят, как только появляется шанс зарабатывать больше. Мне кажется, нужно как минимум, раз в полгода проводить тестовые опросы сотрудников, наблюдая за их лояльностью в компании.

Сегодня крупные и динамично развивающиеся предприятия в России и за рубежом вкладывают значительные средства в развитие персонала, программы страхования, льготный отдых и медицинское обслуживание для работников и их

семей. Причём каждой компании требуется свой оригинальный комплекс мер контроля, который адекватно отвечал бы, с одной стороны, потребностям и миссии организации, с другой – ряду внешних факторов, таких как положения законодательства, локальная социально-экономическая обстановка, местные культурные нормы и т.д. Для определения уровня лояльности на предприятиях проводятся диагностические исследования – чаще всего – опросы и тестирования, разрабатываемые психологами и специалистами по социологии организаций.

Факторами формирования лояльности персонала являются: материальное стимулирование (при условии, что сотрудники видят, как именно личный вклад в работу компании влияет на величину полученной премии) и принцип обратной связи, когда сотрудники разного уровня получают возможность донести до руководства своё мнение об эффективности менеджмента и общей политике организации, а также выдвинуть собственные предложения по улучшению ситуации, а так же нематериальное стимулирование, в рамках которого обеспечиваются социальные пакеты, проводятся тренинги, обучающие программы, организуются корпоративные праздники, не остаются без внимания индивидуальные заслуги сотрудников, а при вознаграждении учитываются их личные потребности. Всё это создаёт у работника ощущение собственной значимости для компании, способствует не только благоприятному отношению к ней, но и стремлению оправдать её доверие.

Таким образом, залогом успеха при формировании лояльности и ее контроля, является удачный синтез схем материального и нематериального поощрения с одновременным развитием обратной связи.