жестами. Чем выше социально-экономическое положение человека, тем меньше он жестикулирует и тем меньше телодвижений совершает [3, с.379].

Делегирование полномочий, как было упомянуто, влечет положительные последствия. Стоит сделать акцент также на других приемах эффективного процесса коммуникаций.

Во-первых, последовательность высшего руководства в продвижении своих идей с увеличения приверженности работников к общей цели. Большое значение имеет возможность менеджера исключить вероятности наступления желательных событий и превратить их в факты.

Во-вторых, умение руководителя контролировать свои эмоции, быть уверенным в себе в процессе общения с персоналом. Для того, чтобы сотрудники верили в то, что они делают, высшее руководство в продвижении идей должны быть постоянны.

В-третьих, использование эффективных ментальных приемов и своей харизмы помогает исключить вероятности наступления неблагоприятных последствий для руководителя.

В-четвертых, превосходное ораторское искусство является одной из самых значимых характеристик менеджера. Умение общаться с публикой влияет на впечатление окружающих о его умении управлять предприятием и наоборот.

В-пятых, способность принимать точку зрения оппонента, не применять жесткую, неконструктивную критику в его адрес способствует дальнейшему развитию хозяйствующего субъекта.

Можно сделать вывод, что успешный лидер должен обладать целым рядом хорошо отработанных методик и приемов управления, также ему необходимо уметь чувствовать ситуацию и понимать, как оказать влияние на отдельную личность и на группу людей.

1. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности / Стивен Р. Кови; Пер.с англ.- 13-е изд., доп. – М.: Альпина Паблишер, 2019.- 396 с.
2. Новый язык телодвижений. Расширенная версия. – М.: Эксмо, 2011. – 416 с., ил.

Ламихов Ю.Б.

Лояльность персонала как условие благоприятного социально-психологического климата в коллективе

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского
(Россия, Саратов)*

doi:10.18411/sciencepublic-08-12-2019-08

idsp: sciencepublic-08-12-2019-08

Аннотация

В статье представлены результаты социологического исследования уровня лояльности персонала на предприятиях Саратовской области. Лояльность персонала считается одной из важнейших составляющих, способной обеспечить финансовый успех предприятия, что обуславливает актуальность исследования. Исследование позволило получить объективные представления о том, насколько данные компании готовы к активному развитию и росту в тот или иной момент своего существования. Анализ результатов помогает работодателю быстро отреагировать по вопросам формирования эффективной системы трудовой мотивации.

Ключевые слова: лояльность персонала, социально-психологический климат в коллективе, трудовая мотивация.

Понятие трудовой мотивации является производной от такой масштабной социологической категории, как труд. Вопросы трудовой мотивации волновали общество с древнейших времен. Зарубежный опыт изучения трудовой мотивации напрямую связаны с процессами внедрения научного управления трудом. Ф. Тейлор, занимавшийся систематическим изучением трудового процесса, отмечал, что традиционная система управления трудом имеет ряд недостатков, причина которых в том числе связана с недостаточной мотивацией рабочих [2, С. 35]. Одной из первых попыток исследовать трудовую мотивацию в ракурсе «человеческих отношений» стало проведение Хотторнских экспериментов, под руководством Э. Мэйо.

Эксперимент показал зависимость производительности труда не только от технико-экономических факторов, но и от социально-психологических, связанных со сплоченностью группы, взаимоотношениями с руководством, благоприятной атмосферой на рабочем месте, удовлетворенностью условиями труда [3, С. 63]. Отечественные социологи В. Ядов, А. Здравомыслов выявили изменение роли мотивационных факторов при увеличении стажа у рабочих. С возрастом наблюдается повышение роли санитарно-гигиенических условий труда, так как у человека обостряется чувствительность к недостатку комфорта [4, С. 34].

Сегодня все чаще, прежде чем приступить к созданию мотивационных мероприятий, работодатели изучают уровень лояльности персонала. Лояльность является характеристикой персонала, связанной с приверженностью предприятию, одобрением его целей, средств и способов их достижения, открытостью своих трудовых мотивов. Лояльность персонала считается одной из важнейших составляющих, способной обеспечить финансовый успех предприятия [1, С. 94].

Действенность системы трудовой мотивации следует оценивать через соотнесение с уровнем лояльности персонала. Как правило, формирование лояльности происходит за счет применения в отношении персонала различных рычагов мотивации. Чтобы измерить уровень лояльности работников предприятий, нами было проведено количественное исследование, основа которого – опрос с применением методики eNPS (Employee Net Promoter Score). В опросе приняли участие 530 человек – работники промышленных предприятий саратовского региона. Индекс лояльности персонала в компаниях предлагает, что измерение лояльности сотрудников за счет задавания им вопросов об их готовности рекомендовать работодателя своим знакомым и родственникам.

Ответы на вопрос «С какой долей вероятности от 0 до 10, Вы могли бы рекомендовать свою компанию в качестве места работы друзьям, знакомым?», показали низкий уровень лояльности персонала саратовских компаний, а, следовательно, и недостаточную мотивацию качественно выполнять свою работу. Как мы видим из полученных результатов исследования, промоутеров было выявлено только 24%. Второй вопрос анкеты позволит нам раскрыть истинные причины выставленной оценки, то есть определить, что сотрудников удерживает в компании, а что наоборот – демотивирует. Более половины опрошенных – 52% – считают свою работу интересной, 27% – нейтрально оценили данный фактор, 21% – отрицательно. Соответственно интересная работа является критерием, который в большинстве случаев удерживает сотрудников на предприятии.

Оплата труда на данный момент не является удерживающим и мотивирующим фактором, так как 45% респондентов выступили в качестве детракторов, 28 % – нейтралов, и только 17% опрошенных положительно оценили такой фактор, как заработная плата. Опрос показал, что для большинства – 61% – наличие дружного играет важную роль, и данный фактор удерживает их на предприятии.

Отношения с руководством позитивно оценили только 33% опрошенных, 21% отнесли себя к нейтралам, 46% – к детракторам. Таким образом мы видим, что на

многих предприятиях отсутствует конструктивное взаимодействие «руководитель-подчиненный». Данная тенденция негативно сказывается на действенности системы мотивации персонала. Позитивной является тенденция – поддержка и продвижение по карьерной лестнице эффективных сотрудников. 45% отметили, что на их предприятии есть возможности карьерного роста, 39% оценили данный фактор нейтрально, 16% – позитивно. Согласно данным исследования, неудобный график работы, частые авралы являются демотивирующим фактором для персонала, так ответили 57% респондентов. 31% находят свой рабочий график удобным, 12% отнесли себя к нейтралам в данном вопросе. При этом 43% считают, что их удерживает на предприятии стабильность, 32% оценивают данный фактор нейтрально, 25% – критически. По итогам опроса 44% отметили, что на их предприятии созданы условия для развития персонала, действует система обучения. 41% ответили отрицательно, 15% оценили данный фактор нейтрально.

Исследование показало, что на данный момент уровень лояльности персонала на предприятиях Саратова достаточно низкий. Сотрудники предприятий не хотели бы, чтобы близкие им люди трудились вместе с ними. Низкий уровень лояльности обусловлен тем, что люди недовольны своим материальным вознаграждением за проделанную работу, социальным пакетом, стилем руководства, режимом труда. Данные факторы влияют на отношение персонала к компании, и, чтобы повысить лояльность сотрудников, работодателю необходимо учесть это при формировании либо корректировке системы мотивации.

1. Соловейчик А. В. Лояльность персонала и факторы, характеризующие организацию // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. □ 2010. □ № 125. □ С. 93 - 98.
2. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента. – М.: Контроллинг, 1991. – 104 с.
3. Чистякова К., Овчинников С. История научного менеджмента в США: Хоторнские эксперименты // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2012. – № 10. – С. 60 - 75.
4. Ядов В. А., Здравомыслов А. Г. Человек и его работа: Социологическое исследование. – М., 1967. – 392 с.