

Васильева Асия Васильевна

студентка

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА

***Аннотация:** в статье поднимается вопрос лояльности персонала. Дано определение понятия «лояльность персонала». Обозначены актуальность, объект и цель исследования. Автором обобщены результаты исследования лояльности персонала одного из банков Якутии. В работе перечислены рекомендации по повышению лояльности персонала.*

***Ключевые слова:** лояльность, персонал, сотрудник, организация.*

***Актуальность.** За последнее время приходится часто слышать: лояльность персонала, лояльность организации, вернуть лояльность. Лояльные сотрудники могут обеспечить организации лидерские позиции. Во всяком случае, в сочетании с грамотным менеджментом, правильной маркетинговой стратегией и достойными товарами или услугами лояльные сотрудники – основа процветания.*

Лояльность персонала – характеристика персонала, определяющая его приверженность организации, одобрение ее целей, средств и способов их достижения, открытость своих трудовых мотивов для организации [5].

***Объектом исследования** является персонал одного банка Якутии. **Предметом исследования** выступает лояльность персонала.*

***Целью** нашего исследования является разработать рекомендации по повышению лояльности персонала.*

***Методами исследования** выступают анкетирование и опрос по методике Луи Терстоуна. Методика Терстоуна позволяет измерять установки по отношению к любым объектам социальной действительности с учетом тех изменений, которые постоянно происходят вокруг нас [4].*

В исследовании респонденты получили карточки с суждениями. Респонденты каждому суждению задавали градацию от 1 до 11 в зависимости от их отношения к данному суждению. Градация 11 соответствует максимально позитивной оценке суждения, градация 1 – максимально негативное отношение, а градация шесть – нейтральное отношение.

В зависимости от того, в какую градацию отнесено нужное суждение, ему присваивается соответствующий балл. Градация 11 – 5 баллов, градация 10 – 4 балла, градация 9 – 3 балла, градация 8 – 2 балла, градация 7 – 1 балл, градация 6 – ноль баллов, градация 5 – минус 1 баллов, градация 4 – минус 2 балла, градация 3 – минус 3 балла, градация 2 – минус 4 балла, градация 1 – минус 5 баллов.

Если испытуемый получил от 54 до 90 баллов, его лояльность к организации оценивается как высокая, от 0 до 54 баллов – лояльность оценивается как средняя, от -54 до 0 – лояльность оценивается как низкая. Если испытуемый набрал количество баллов в диапазоне от -54 до -90, то, соответственно, он совершенно не лоялен к своей организации.

Исследование было проведено в одном из банков Якутии в октябре 2016 года по методу анкетирования. Анкета является анонимной. Имеет 27 вопросов, из них 9 служат для камуфляжа истинных целей исследования. Исследование является случайно-выборочным. Выборка – 40 человек.

В исследовании преимущественно приняли участие мужчины 52%, а женщин приняло участие – 48%. Возраст респондентов: 20 до 30 – 27,5%, от 30 до 40 – 40%, от 40 до 50 – 32,5%. Средний возраст респондентов при этом составляет 35 лет. Стаж работы у респондентов составляет до 10 лет у 67% респондентов, а остальных 33% – от 10 до 20 лет. Респонденты, принимавшие участие в нашем исследовании все с высшим образованием.

По полученным результатам, у 97,5% респондентов средняя лояльность, оцениваемая от 54 до 0 баллов, и у 2,5% – низкая лояльность, оцениваемая от 0 до минус 54 баллов. Самый максимальный балл – 41 баллов, самый низкий балл – минус 6.

Также ранее была выявлена текучесть ниже среднего среди персонала, что говорит об удовлетворенности сотрудников своей деятельностью [3, с. 988–900].

Кроме того, выявлен уровень лояльности организации, оцениваемой как средняя.

Таким образом, выявлен уровень лояльности организации, оцениваемой как средняя. В результате исследования необходимо отметить, что для того, чтобы система лояльности персонала нашей организации стала эффективной, должны быть выполнены следующие задачи:

1. Улучшить социально-психологический климат.
2. Проводить опросы на выявление удовлетворенности трудом.
3. Повысить уровень доверия сотрудников.
4. Проводить тренинги по сплочению коллектива [1, с. 33].

Список литературы

1. Лаврова А. Тренинг не изменит сотрудников, но настроит их на боевой лад [Текст] / А. Лаврова // Управление персоналом. – 2012. – №1. – С. 33.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Инфра-М, 2011. – С. 491–503.
3. Константинова К.А. Анализ движения кадров / К.А. Константинова, У.С. Борисова // Экономика и социум. – 2013. – №3(8). – С. 988–990.
4. Оценка лояльности (шкала Терстоуна) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/tool/ocenka-loyalnosti-shkala-terstouna> (дата обращения 05.10.2016).
5. Современная энциклопедия Академик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/27442> (дата обращения 07.10.2016).
6. Теория организации: Учебное пособие [Текст] / А.П. Балашов. – М.: Ниц Инфра-М, 2013. – 208 с.