

6. Аналітика даних & метрик для можливості передбачення HR-трендів та потреб компанії.

7. Прогресування гібридного та віддаленого режиму роботи завдяки технологічним змінам та розширенням каналів зв'язку.

8. Впровадження принципів DEI – створення інклюзивного робочого простору, де кожен почуватиметься комфортно, де поважатимуть особисті кордони та заохочуватимуть кар'єрний розвиток

9. Посилення практик побудови карт кар'єрного росту.

10. Розробка нових моделей лідерства які наголошують на емпатії, емоційному інтелекті та здатності до адаптації.

11. Розбудова бренду роботодавця на конкурентному ринку праці.

#### Література:

1. Коучинг – інструмент особистого і професійного розвитку. URL: <http://www.lifecoach.com.ua/>

2. 3. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digitalmarketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>

3. Федорченко А. В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика : монографія / А. В. Федорченко, О. В. Окунева. – Київ. : КНЕУ, 2015. – 230 с.

4. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін]. – Одеса : Астропринт, 2017. – 292 с.

**Кіріченко О.В.**, к.е.н., ст. викладач,

**В'юник О.В.**, к.е.н., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький, Україна

## **ЛОЯЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах поширення кризових явищ у багатьох галузях національної економіки на перший план виступають завдання пошуку дієвих механізмів, важелів та інструментів подолання негативних процесів і тенденцій. Одним із вагомих чинників підвищення результативності та ефективності діяльності компаній є забезпечення високого рівня лояльності персоналу. Проте, низький рівень оплати праці та несправедливий її розподіл, неналежні умови праці у поєднанні із проблемами у сфері соціально-психологічного клімату у трудовому колективі призводять до невисокого рівня лояльності працівників, надмірної плинності кадрів та зниження продуктивності праці.

Лояльність персоналу виступає важливим чинником забезпечення кадрової безпеки компанії, сприяючи стабілізації складу трудового колективу, досягненню загальної мети діяльності організації та ефективному виконанню завдань, зацікавленості у професійному і кар'єрному зростанні, поліпшенню морального клімату у колективі, а отже, й покращенню основних показників фінансово-економічної діяльності підприємства в цілому.

Лояльність персоналу трактують як «доброзичливе, коректне, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їхніх дій, до компанії загалом; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії та в інтересах компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, щодо компанії, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії» [1].

Фактори, які чинять вплив на лояльність персоналу, у наукових дослідженнях пропонується класифікувати на три групи: внутрішні фактори; зовнішні фактори;

задоволеність роботою (у тому числі відповідність характеристик роботи в організації до самохарактеристики працівника, сумісність роботи із соціальними вимогами, передбачуваність відносин на роботі та вимог) [3].

Щодо критеріїв та показників оцінювання лояльності персоналу, можна виділити декілька методичних підходів:

- афективна лояльність (збіг особистих та організаційних цілей і цінностей), нормативна лояльність (ґрунтується на морально-етичних переконаннях, зокрема, почутті відповідальності перед адміністрацією і колегами), продовжена лояльність (базується на усвідомленні наслідків звільнення з організації), які формують загальну лояльність працівників до компанії [2];

- лояльність через матеріальне стимулювання, лояльність через комфортні умови праці, психологічну лояльність, лояльність намірів, поведінкову лояльність до організації [3];

- рівень залученості персоналу формується на основі врахування чотирьох аспектів (можливості кар'єри і розвитку, відповідність місії і меті організації, визнання і цінності, міжособистісні відносини) [5];

- оцінювання рівня лояльності людських ресурсів на мікрорівні із застосуванням показників плинності кадрів, встановлення міри згуртованості трудового колективу, визначення стану морально-психологічного клімату на підприємстві, оцінка рівня мотивації, визначення рівня трудової дисципліни працівників [4];

- методика SSM (Smart Satisfaction Monitoring) містить шість критеріїв оцінювання лояльності: взаємовідносини з іншими співробітниками і менеджерами, зміст і характер праці, рівень оплати праці персоналу та наявність системи пільг, можливості навчання і розвитку, сприйняття змін та інновацій, сформована корпоративна культура і цінності [3].

Отже, найбільш важливе практичне значення на рівні кожного суб'єкта господарювання має запровадження комплексної та дієвої системи заходів, спрямованих на підвищення рівня лояльності власного персоналу. До таких заходів вважаємо за доцільне віднести наступні: встановлення справедливої системи оплати праці в залежності від її результатів, трудового внеску працівників, рівня їх освітньо-професійної підготовки; створення належних умов праці, піклування про безпеку кожного на робочому місці, дотримання соціальних норм і гарантій, надання психологічної підтримки; сприяння адаптації працівників; застосування заходів щодо стимулювання працівників до підвищення якості і продуктивності трудової діяльності; розвиток позитивно спрямованої корпоративної культури та поліпшення морально-психологічного клімату; залучення працівників до участі у системі безперервного професійного навчання і розвитку; періодичний моніторинг рівня лояльності людських ресурсів та запровадження на його підставі коригуючих заходів та ін.

#### Література:

1. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Казнодій В.О. Економіко-математичне моделювання рівня лояльності персоналу. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 45. С. 96-101.
2. Трофімов А., Стримецька А. Взаємозв'язок організаційної лояльності із задоволеністю працею та захопленістю роботою персоналу організацій. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2020. №2-3. С. 101-110.
3. Філіпішина Л.М. Технології формування лояльності персоналу промислового підприємства. Економіка і управління. 2017. №3. С. 73-79.
4. Череп О.Г., Томарева-Патлахова В.В., Кабанова О.О. Оцінка і резерви підвищення лояльності персоналу підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. №3. С. 316-322.
5. Чопко Н.С., Вівчар М.О., Смолій М.В. Стратегічний аналіз рівня залученості та лояльності персоналу в організації. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 40. С. 369-375.