

Виходячи із викладеного бачимо, що на сучасному етапі розвитку вищої освіти, проблема змістового наповнення професійних компетенцій викладача вищої школи набула ознак, які раніше їй не були властиві. Все це дозволили дійти висновку про необхідність внесення змін у процес підготовки майбутнього педагога з метою формування в них професійної компетентності яка буде відповідати сьогоденню.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про вищу освіту України» : № 1556-VII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики/ за ред. О.В.Овчарук. Київ: К.І.С., 2004. 112с.
3. Морозова М.Е. Управління конкурентоспроможністю персоналу, робіт та послуг: теорія, методологія, практика: колективна монографія / за заг.ред. д.е.н., професора В.В. Іванової. Суми: ПФ «Видавництво “ Університетська Книга ”», 2020. 231с.

**УДК 005.95:658.114**

**Пастухов О. С.,**  
здобувач вищої освіти,  
науковий керівник: Романченко Н.В.,  
кандидат економічних наук, доцент кафедри  
маркетингу та управління бізнесом,  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

## **УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ**

Людський ресурс пронизує усі ланки та складові кожної компанії, тому управління ним потребує особливої уваги. Лояльність персоналу є однією з ключових характеристик персоналу, таким чином, вона напряду впливає на функціонування організації. Цей факт робить розуміння її сутності та способів управління нею важливою для всіх управлінців.

Різні науковці по-різному підходять до визначення поняття лояльності персоналу, але інтегрованим визначенням можна назвати таке: це така поведінка та самовідчуття персоналу, що характеризується позитивним його ставленням до підприємства і

базується на задоволенні працею та узгодженості його та підприємства інтересів і цілей. [1] Але лояльність персоналу є більш складним компонентом управління, ніж просто певна лінійна поведінка працівника. Її можна розглядати під двома кутами:

- розглядати суть поведінки лояльного працівника, розкладаючи її на різні виміри та типи, аби більш точно описати різні її грані;
- розглядати лояльність персоналу, як елемент функціонування організації, визначати причини, що на неї впливають, та як вона сама впливає на функціонування організації.

Ці два підходи вдало доповнюють один одного. Перший, завдяки більш глибокому розумінню з чого складається лояльність працівника, дозволяє більш точно її виміряти. Другий підхід же, краще розуміючи місце лояльності персоналу в організації, дозволяє краще розуміти на що та яким чином впливає лояльність персоналу, та фактори і механізми, за допомогою яких можна впливати на неї. Таким чином, отримуємо модель управління лояльністю персоналу: спочатку визначаємо її наявний рівень, потім застосовуємо різні механізми для впливу на неї.

На першому етапі, вимірі лояльності персоналу компанії, застосовуються різні методи. Один з найпростіших, це пряме анкетування працівників. Працівники по певній шкалі висловлюють згоду з різними твердженнями, і ,як результат, за середньою оцінкою можна визначити рівень лояльності групи працівників. Більш складні методи можуть застосовувати різні лінгвістичні моделі для виявлення лояльності працівників по настрою слів, що вони використовують для опису своєї організації. Оптимальною методикою можна вважати визначення лояльності за двома типами: сприймана та поведінкова. Сприйману лояльність визначають самі працівники, вона означає моральний та емоційний рівень прихильності працівника до компанії. Поведінкову лояльність визначає керівник, вона означає, як лояльність працівників проявляється у їх діях, продуктивності роботи тощо. На основі отриманих середніх результатів та зведення їх до еталонного значення, будується матриця лояльності працівників. Кожна з двох осей на ній відповідає сприйманій та поведінковій лояльності, на матриці рівномірно розподіляється 9 секторів лояльності та відповідно за отриманими координатами визначається рівень лояльності працівника чи їх групи. [2]

Після визначення наявного рівня лояльності, пропонується вжити відповідних заходів для її підвищення чи підтримання. Основними факторами, які впливають на лояльність працівників є: їх демографія, виправдання очікувань від роботи, процедура найму, вступний інструктаж та навчання, відносини між керівництвом та підлеглими, можливість кар'єрного просування, загальне задоволення роботою, оплата праці та винагороди. [3] Відповідно на ці елементи і потрібно акцентувати увагу управлінцю. Також варто звернути увагу на різні рівні лояльності, їх можна розділити на чотири категорії: низьку, базову, позитивну та значну лояльність. Відповідно до них, методика дій може відрізнятись. На низькому рівні варто або звільнити працівника, або індивідуально з ним працювати, що може бути ризикованим, зважаючи на об'єм затрачених ресурсів. На базовому рівні знаходиться більшість працівників, для роботи з цією групою можна застосовувати безліч різних методів покращення задоволення роботою та ідентифікації з організацією, і усі вони будуть давати позитивний ефект. На позитивному рівні лояльності варто знову застосовувати індивідуальний підхід, виявляти елементи, що не дозволяють працівнику бути повністю лояльним та не шкодувати ресурсів на їх виправлення. На рівні значної лояльності варто лише підтримувати той рівень практик, що до такого рівня лояльності призвів. В той самий час, під час роботи над будь-яким рівнем лояльності та з будь-яким методом для її підвищення важливо, аби керівництво робило це щиро та послідовно, показуючи працівникам свою зацікавленість.

Таким чином, лояльність персоналу, як одна з ключових його характеристик, потребує від управлінця розуміння механізму впливу на неї. Спочатку варто виміряти її, наприклад, за двовимірною шкалою сприйманої та поведінкової лояльності. Потім варто застосувати необхідні методи, що будуть позитивно впливати на задоволення працівників роботою та ідентифікації з організацією, що зрештою так само позитивно відобразиться і на лояльності персоналу до компанії.

### ***Список використаних джерел:***

*1. Сардак О. В. Дослідження теоретичних аспектів управління лояльністю персоналу підприємства / Науковий вісник НЛТУ України. – 2014.*

2. Федотова І. В. Оцінювання рівня лояльності персоналу підприємства / Економіка транспортного комплексу. - 2014. - Вип. 23. - С. 23-36. –URL: <http://surl.li/sxamj>

3. Amena S. Gaining Employee Commitment: Linking to Organizational Effectiveness / S. Amena, S. M. Azhar. // Journal of Management Research. – 2013. – №5. – С. 250–268.

**УДК 331.108.2**

**Пелех О.Б.,**  
доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту,  
**Главацька О.Г.,**  
здобувач вищої освіти,  
Рівненський державний гуманітарний університет

## **КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Зі зростанням глобальних бізнес-структур та міжнародної конкуренції ефективне управління людськими ресурсами стає ключовим фактором успіху для підприємств та організацій. Їм доводиться адаптуватися до різних культур, стилів роботи та правових норм, що вимагає високого рівня управлінської компетентності. Крім того, постійні зміни на ринку праці (швидка технологічна еволюція, демографічні зрушення, нові уявлення про робочий час і робоче місце) вимагають від менеджерів швидкої адаптації управлінських стратегій.

Управління людськими ресурсами - це сукупність стратегій, процесів і практик, спрямованих на ефективне управління робочою силою для досягнення стратегічних цілей організації. Ключовими аспектами управління людськими ресурсами є наступні:

1. *Кадрове планування* - включає розробку планів для визначення кадрових потреб відповідно до стратегічних цілей організації та аналіз динаміки ринку праці для прогнозування майбутніх потреб у робочій силі.

2. *Рекрутинг та відбір* - це розробка ефективних стратегій залучення талантів; вивчення та впровадження інноваційних методів відбору кандидатів (аналіз вакансій, розробка стратегії рекрутингу, реклама вакансій, відбір резюме та анкет, проведення співбесід;