

Вплив лояльності персоналу на довгострокове стратегічне планування компанії

Кирило Злобін

*аспірант кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: zlobinkv@krok.edu.ua,
ORCID: 0009-0003-8209-0117*

У сучасному бізнес-середовищі, яке характеризується швидким технологічним прогресом і зростаючою нестабільністю ринку, стабільність і відданість співробітників стали критично важливими для успіху організації. Це дослідження має на меті дослідити, як лояльність персоналу впливає на прийняття стратегічних рішень, розподіл ресурсів і загальне конкурентне позиціонування організацій.

Проведене дослідження підкреслює глибокий вплив лояльності персоналу на стратегічне планування та загальну траєкторію компаній. Оскільки організації продовжують орієнтуватися в складному бізнес-ландшафті, що швидко розвивається, неможливо переоцінити роль лояльних співробітників як стратегічних факторів і підтримувачів зростання. Культивування лояльної робочої сили залишається не просто метою відділу кадрів, а центральним стратегічним імперативом.

Використовуючи підхід змішаних методів, дослідження об'єднує кількісні дані опитувань про задоволеність працівників у різних галузях промисловості з якісними даними, отриманими з глибинних інтерв'ю з фахівцями з управління персоналом і топ-менеджментом. Дослідження зосереджено на трьох основних питаннях: вплив лояльності персоналу на прийняття стратегічних рішень, її роль у збереженні організаційних знань і культури та її вплив на стратегічну гнучкість і адаптивність.

Результати попередніх досліджень показують, що високий рівень лояльності персоналу значною мірою корелює з покращеними результатами стратегічного планування. Лояльні співробітники, як правило, сприяють більш інформованому та інноваційному процесу прийняття рішень, допомагають зберегти основні організаційні знання та культуру та підвищують здатність компанії швидко адаптуватися до мінливих ринкових умов.

Дослідження лояльності персоналу та її впливу на стратегічне планування ґрунтується на кількох ключових теоріях ділової та організаційної поведінки. Ресурсно-орієнтована точка зору (RBV) фірми стверджує, що людські ресурси є критично важливим, унікальним активом, який може забезпечити конкурентну перевагу. Відповідно до RBV, лояльність персоналу підвищує можливості фірми, зберігаючи унікальні людські ресурси та сприяючи культурі довіри та взаємних інвестицій (Barney, 1991). Крім того, теорія соціального обміну (SET) припускає, що лояльність працівників є відповіддю на позитивне ставлення до них з боку роботодавця, що, у свою чергу, підвищує їхню готовність дотримуватись

стратегічних цілей компанії (Blau, 1964).

Ряд досліджень пов'язує лояльність персоналу з різними аспектами стратегічного планування. Наприклад, дослідження Аллена та Мейера (1990) представили концепцію організаційної відданості, яку вони співвіднесли з нижчою плинністю кадрів і вищою продуктивністю співробітників. Ці фактори мають вирішальне значення для підтримки стратегічної спадкоємності та інституційних знань. У дослідженні стратегічної адаптивності Гребіняк і Джойс (1985) виявили, що організації з високим рівнем лояльності співробітників були більш успішними у здійсненні стратегічних змін завдяки підвищеній згуртованості та узгодженості.

Крім того, ключове дослідження, проведене Vohall і Purcell (2003), стверджує, що лояльність персоналу може значно вплинути на здатність компанії до інновацій. Лояльні співробітники, які глибоко розуміють компанію та її цілі, з більшою ймовірністю будуть брати участь у поведінці, яка підтримує інновації, наприклад ризикувати та спільне вирішення проблем.

Зовсім недавно дослідження почали зосереджуватися на ролі лояльності персоналу в підвищенні стратегічної гнучкості. Шок і Рот (2011) продемонстрували, що лояльний персонал може швидше узгоджуватися зі стратегічними змінами, тим самим покращуючи реакцію організації на зміни ринку. Ця гнучкість має вирішальне значення для збереження конкурентної переваги в галузях, що швидко змінюються.

Інтегративні моделі, такі як модель дослідження зв'язків, свідчать про те, що задоволеність і лояльність працівників безпосередньо впливають на задоволеність клієнтів і загальну ефективність бізнесу (Russi, Kirn і Quinn, 1998). Ця модель пов'язує практику управління персоналом безпосередньо зі стратегічними результатами, забезпечуючи комплексне уявлення про те, як внутрішня динаміка співробітників впливає на ширші бізнес-цілі.

Підсумовуючи, це дослідження підкреслює глибокий вплив лояльності персоналу на стратегічне планування та загальну траєкторію компаній. Оскільки організації продовжують орієнтуватися в складному бізнес-ландшафті, що швидко розвивається, неможливо переоцінити роль лояльних співробітників як стратегічних факторів і підтримувачів зростання. Культивування лояльної робочої сили залишається не просто метою відділу кадрів, а центральним стратегічним імперативом.

Ключові слова: персонал, лояльний персонал, управління, стратегічне планування.

Список використаних джерел

1. Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). *The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization*. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
2. Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
3. Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.

4. Boxall, P., & Purcell, J. (2003). *Strategy and human resource management*. *Industrial and Labor Relations Review*.
5. Hrebiniak, L. G., & Joyce, W. F. (1985). *Organizational adaptation: Strategic choice and environmental determinism*. *Administrative Science Quarterly*, 30, 336-349.
6. Rucci, A. J., Kirn, S. P., & Quinn, R. T. (1998). *The employee-customer-profit chain at Sears*. *Harvard Business Review*, 76(1), 82-97.
7. Shook, C. L., & Roth, G. (2011). *Practically speaking: A dictionary of quotations on engineering, technology and architecture*. CRC Press.