



Ее Величество “Вовлеченность”! (для эффективной работы сотрудников)

Б.В. МЕТЕЛЕВ, член-корреспондент Петровской академии наук и искусств, Мастер связи РФ

Ничто не тормозит вовлеченность сотрудника так же, как сырая, холодная и централизованная власть.

Гери Хемел

Телекоммуникационной компании, большой или малой, сегодня доступно любое оборудование: покупай, строй сети доступа и получай свою выручку. Однако эффективность бизнеса совершенно разная.

В чем же кроется секрет успешного бизнеса и позиционирования на рынке телекоммуникационных услуг? Ответ однозначный — все дело в людях.

Главная ценность предприятия — это его сотрудники, а персонал компании — это основная часть производительной силы бизнеса.

Надо любить своих сотрудников и доверять им.

Ни один вид техники, никакие разработки не возможны без участия человека. Если компания хочет развиваться и увеличивать свою прибыль, то ее руководство в первую оче-

редь должно ценить своих сотрудников, стараться сплотить их в единую команду. А современному производству нужны не начальники, а лидеры.

Тезис “кадры решают все” потерял свою актуальность. “Нужные кадры решают все” — вот правильный подход.

Нужных сотрудников однозначно необходимо растить у себя в компании. Именно сотрудники с высоким уровнем лояльности и вовлеченности способны на порядок эффективнее работать.

Сегодня репутация компании становится все более значимым критерием при выборе работодателя.

Как же на самом деле повысить вовлеченность и лояльность сотрудников и что делать, чтобы сотрудники эффективно работали?

Постановка вопроса

Успех любой компании, являющейся лучшим работодателем, прежде всего основан на высоком уровне вовлеченности персонала, сильном лидерстве и культуре высокой эффективности, бренде работодателя и устойчивом развитии. Для начала дадим определения вовлеченности и лояльности сотрудников и опишем влияние их на бизнес компании.

Вовлеченность — это физическое, эмоциональное и интеллекту-

альное состояние, которое мотивирует сотрудников выполнять их работу как можно лучше, это то, что сотрудник готов “дать” своей компании и что является основным инструментом эффективности в бизнесе.

Термин “вовлечение” (Engagement) впервые применил профессор Кевин Томпсон. Его значение: “Чтобы донести обещание бренда до потребителя, работник должен полностью понимать и разделять ценности бизнеса”.

В качестве примера компания Aon Hewitt использует три поведенческих индикатора вовлеченности: “говорит” — означает, что сотрудник позитивно отзывается о компании в общении с коллегами, рекомендует ее друзьям и клиентам; “остаётся” — человек готов работать в компании длительное время, быть ее частью; “стремится” — прикладывает дополнительные усилия, чтобы способствовать успеху своего работодателя (рис. 1). Именно степень участия сотрудников в жизни и деятельности компании, совпадение интересов компании и интересов сотрудников, позитивное отношение к своей работе приводят к повышению производительности труда.

Лидер любой компании должен создать в ней такую атмосферу, чтобы все сотрудники работали с максимальной производительностью, чтобы они были полностью “включены”, чтобы на рабочих местах присутствовали не только их тела, но и их разум.

Одним словом, вовлеченный сотрудник испытывает чувство причастности к деятельности своей компании, и поэтому развитие вовлеченности персонала является



Рис. 1. Факторы и индикаторы вовлеченности