

## 2.7. Оціночні дослідження в соціальній сфері: теорія і практика

Даниленко О.А.

*danylenko.o.a@gmail.com*

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці  
факультет управління персоналом,  
соціології та психології  
ДВНЗ «Київський національний  
економічний університет імені Вадима Гетьмана»,  
м. Київ, Україна

### ОЦІНЮВАННЯ ЗАЛУЧЕНОСТІ ТА «НАДЖИНГ» ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Зміни, що відбуваються у будь-якій організації, великою мірою залежать від ефективності управління соціальними процесами. У зв'язку з цим, на наш погляд, керівники організацій і HR-менеджери мають володіти технологіями оцінювання залученості персоналу як результату ефективного управління ним.

Ніколич Т. М., Періч Н., Нечак М. визначають залученість працівників як підкреслену емоційну прихильність, яку співробітники відчувають до своєї організації, посилену раціональними причинами, які спонукають їх докладати додаткових зусиль для надання якісного обслуговування клієнтам організації. На їхню думку, залученість працівників – це сукупність того, що думає працівник, що він відчуває та що робить для організації [4, 611].

Відповідно, щоб з'ясувати, що думають працівники з цього приводу, виявити та оцінити їх рівень залученості зазвичай використовують соціологічні опитування за заздалегідь сформованим переліком запитань анкети. Прогресивні світові компанії проводять подібні дослідження уже не один рік, а відомий HR аналітик Джош Берсин з Deloitte зробив огляд стадій розвитку залученості працівників таких компаній [1; 3].

За даними дослідження Дж. Берсина, «залученість 1.0» – це стандартне щорічне проведення опитувань по залученості і порівняння результатів з року в рік.

Результати «залученості першої фази» цікаві, але не дуже корисні.

Наступна фаза – «залученість 2.0» – з'явилася завдяки інтернету і можливості проводити опитування у будь-який час, у тому числі робити пульс-опитування хоч щодня.

На даний момент, як зазначає Дж.Берсин, залученість увійшла до стадії 3.0, в якій можливо використати дані опитувань не лише працівників, але і клієнтів для організаційних змін, використовуючи припущення і прогнози, предиктивну (прогнозну) аналітику і збір даних. Основна відмінність цієї фази в тому, що опитування залученості самі по собі показують тільки наявність проблеми, деяку температуру, але не лікують хворобу і не знають її причину.

Тому соціально свідомі компанії почали створюватися і поширюватися інструменти по зміні трудової поведінки працівників шляхом підштовхування до певної поведінки («nudges»). На думку, Дж. Берсина, наджингові технології можуть допомогти управляти працівниками і підвищувати їх благополуччя, що безпосередньо впливає на бізнес-результат. Цікаво, що інші HR-аналітики теж звернули увагу на ці зміни і проголосили, що підштовхування або «наджинг» стало новим трендом в управлінні персоналом.

SHRM (Society for Human Resources Management) – міжнародна некомерційна організація, що налічує понад 300 000 HR-професіоналів в 165 країнах, ґрунтуючись на прогнозах Gartner, – аналітичній компанії, відомій точними економічними прогнозами, вважають, що станеться значне зростання наджингових технологій [2].

«Наджинг. Як допомогти людям зробити правильний вибір» – назва книги Річарда Талера і Каса Санстейна, що отримали за неї Нобелівську премію у 2017 році [5]. У ній описаний так званий лібертаріанський патерналізм – методологія, яка дозволяє людям робити правильний вибір і приймати краще рішення без обмеження свободи вибору. Її автора наголошують, що люди зайняті роботою і рішенням життєвих проблем. В результаті їм бракує часу все обдумати і проаналізувати. Роботодавці можуть допомогти працівникам зробити правильний вибір. Людям властива стабільність і вони схильні до необґрунтованого оптимізму, тому

організація роботодавцем правильних установок допомагає людям жити краще і підвищувати благополуччя («велл бінг» – Well Being ).

#### **Використана література:**

1. Bersin J. Category: Employee Engagement. URL: <https://joshbersin.com/category/human-resources/employee-engagement/>
2. Gartner. Official Website of the Company Gartner. URL: <https://www.gartner.com/en/search?keywords=nudges>
3. Global Human Capital Trends library. Official Website of the Company Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/human-capital/articles/gx-human-capital-trends-library-collection.html>
4. Nikolić T. M., Perić N., Nećak M. The Role of Employee Engagement in Performance Management. World Applied Sciences Journal. 2019. Vol. 37 (7). P. 609–616. DOI: 10.5829/idosi.wasj.2019.609.616
5. Галер Річард, Санстейн Кас Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / пер. з англ. Ольга Захарченко. – К. : Наш формат, 2017. - 312 с.