

АКТУАЛЬНЫЕ ДЛЯ РОССИИ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ

Чертыкова Татьяна Владимировна

магистрант
Башкирский государственный университет, Уфа

Аннотация. В статье рассмотрена нематериальная мотивация современных российских компаний, а именно ООО «Пласт-НК», и выявлено как более эффективно осуществить систему мотивации в компании.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, управление персоналом, система мотивации, нематериальные способы мотивации.

DIRECTIONS OF INCREASE IN EFFICIENCY OF NON-MATERIAL MOTIVATION, URGENT FOR RUSSIA

Chertykova Tatyana Vladimirovna

undergraduate
Bashkir State University, Ufa

Abstract. In article the non-material motivation of the modern Russian companies, namely LLC Plast-NK is considered, and it is revealed how more effectively to carry out system of motivation in the company.

Keywords: human resources, human resource management, system of motivation, non-material ways of motivation.

Сегодня человеческие ресурсы представляют собой основной ресурс предприятия. Независимо от уровня автоматизации производства, персонал необходим предприятию для выполнения большей части работы. Развитые страны хорошо понимают потенциал человеческого ресурса и всячески стремятся поддерживать уровень мотивации персонала. Для этого существуют материальные и нематериальные способы мотивации. Но, нематериальные способы действуют в первую очередь на потребность в самоактуализации человека и на потребность в уважении. Поэтому в какой-то мере данные способы являются более действенными, так как по пирамиде Маслоу стоят выше, нежели те, на которые действуют материальные мотивационные механизмы.

Для России нематериальные способы мотивации зачастую остаются процессом, который не применяется на практике. Только крупные российские компании, представляющими из себя холдинги, имеющие партнерство с иностранными предприятиями, занимаются разработкой мотивационной политики в полном объеме. Поэтому для понимания процессов, происходящих в большинстве средних и мелких компаний страны, необходимо рассматривать конкретные примеры [1].

Рассмотрим пример компании - ООО «Пласт-НК». Компания зарегистрирована в Кемеровской обл., г. Новокузнецк. Компания Пласт-НК была создана в 2000 году в г. Новокузнецке. Компания занимается производственной деятельностью, а именно, производством окон, потолков, шкафов, балконов, забора, фасадов и кровли. К 2002 году филиалы компании появились в таких городах как: Барнаул, Красноярск, Омск, Новосибирск и Томск [2].

ООО «Пласт-НК» позиционирует себя как стабильное и крупное предприятие. Компания заявляет, что каждый человек в ней сможет состояться как профессионал, стать грамотным и востребованным специалистом в области оконного бизнеса, приобрести широкий передовой опыт работы в сфере монтажа, продаж, управления людьми. Необходи-

мо указать, что входит в рабочие обязанности сотрудников, которые работают в отделе. Для примера возьмем филиал в г. Томске. В отделе продаж задействовано 14 сотрудников, а именно, руководитель отдела продаж который координирует работу отдела, организует обучение и тренинги для менеджерского состава, 3 менеджера отдела в обязанности которых входит, консультация клиентов, обработка и ведение договоров, и 10 мастеров по замерам, в обязанности которых входит выезд на адрес по заявки клиента, замер, и заключение договора. Как видим, компания по факту является средним предприятием, не имеющей определенного положения о нематериальной мотивации.

Для системы управления персоналом «Пласт-НК» характерно применение таких методов, как: административно - организационные методы. Они подразумевают под собой возможность регулирования взаимоотношений между сотрудниками путем внедрения должностных инструкций. Так же сюда включен механизм использования властной мотивации, к которой относятся: изданные приказы, распоряжения, указания.

Экономические методы мы рассматривать не будем, но можем сказать о том, что первостепенное внимание уделяется именно им: стабильно выплачиваемая ежемесячная заработная плата и фиксированная выдача премий.

Что касается нематериальных способов мотивации, к ним относят: систему стимулирования труда работников посредством предоставления социальных гарантий (оплата больничных листов, выплаты пособий, ежегодные оплачиваемые отпуска и т.п.), организацию праздников для сотрудников и их детей. Так же относят и организацию рабочего места, обеспечивая его необходимой офисной мебелью, оргтехниккой и оборудованием, освещением.

Руководство компании «Пласт-НК» осознает, что необходимо побуждать людей работать на организацию. Однако при этом полагают, что для этого достаточно простого материального вознаграждения и не-

которых стимулирующих методов мотивации. Истинные мотивы, которые заставляют отдавать работе максимум усилий, трудно определить, они чрезвычайно сложны.

Для определения степени значимости факторов мотивации труда, в «Пласт-НК» был проведен письменный опрос персонала. В опросе приняли участие 10 сотрудников компании. Анкетирование проводилось анонимно, вследствие чего, респонденты были относительно свободны в суждениях. Необходимо было отметить не более 8 наиболее важных для каждого сотрудника фактора из предложенного перечня. На основании результатов проведенного анкетного опроса сотрудников, было получено распределение факторов мотивации работниками по уровням пирамиды Маслоу.

В ходе данного анализа было выявлено, что наиболее значимыми для работников организации в настоящее время являются такие факторы как: высокая заработная плата, продвижение, признание и сама работа, престиж организации, похвала руководства.

Анализ показал, что все опрошенные уделяют немаловажное значение такому фактору мотивации как: возможность реализовать свои идеи.

Однако, анализируемый перечень используемых в компании стимулов, является достаточно стандартным для большинства организаций и не учитывает личный вклад каждого отдельного работника в результаты деятельности организации. Установленный стабильный размер вознаграждения персонала предотвращает увеличение текучести кадров и снижает затраты на поиск новых трудовых ресурсов, но и тормозит производительность труда сотрудников, т.к. они, зная о сумме фиксированного ежемесячного вознаграждения, не стремятся увеличивать свои показатели. Что касается психологического климата в коллективе, то он не всегда является благоприятным для продуктивной деятельности, не редки конфликты.

Не очень хорошо работают коммуникативные связи между отделами и руководством. Для улучшения морального климата в компании было бы желательно повысить информированность работников о положении дел в организации и перспективах развития, коллективное взаимодействие и участие руководства компании в некоторых конфликтных ситуациях.

Для более эффективного осуществления системы мотивации необходимо максимально использовать имеющиеся в организации позитивные моменты и постараться наиболее оперативно устранить факторы, вызывающие неблагоприятные для сотрудников и компании в целом последствия. А это делается либо непосредственно через рабочие собрания и планерки, либо персональными звонками. Необходимо регулярное проведение планерок, например, три раза в неделю, на которых бы освещались все текущие дела компании. Следует развивать горизонтальные связи между отделами компании, которые носят как формальный, так и неформальный характер, это будет восполнять недостаток информации и способствовать взаимообогащению знаниями о ситуации. Сотрудники должны нести ответственность за невыполнение предписаний перед собственником и возможность применения к ним мер взыскания при недобросовестном выполнении распоряжений.

Также редко управленцы российских компаний позволяют своим сотрудникам развивать собственные идеи, которые способствуют исполнению потребности в саморазвитии и самоактуализации. Для решения этой проблемы необходимо в весь персонал внедрить идею стратегического мышления и планирования деловых процессов. Для этого можно использовать брифинги, конференции сотрудников, игры-диспуты. Это должно помочь в создании чувства цели, направления и концентрированности, которое обосновано требует участия всех заинтересованных сторон.

Отсутствие подобных вещей в российских компаниях, делает процесс изучения нематериальной мотивации для нашей страны актуальным в современном мире. Анализ среднестатистической компании России показала слабые стороны мотивационных процессов, а предложенное решение должно стать эффективным для многих предприятий нашего государства.

Список использованных источников

1. Алтухов С.И. Организация и мотивация как функции управления. Новосибирск: СГГА, 2012. 62 с.
2. Карточка компании ООО «НК ПЛАСТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2gis.ru>