

Современные системы нематериального стимулирования персонала предприятия

Жукова Ю.В., студентка Института Экономики и управления Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева, г. Орел, Россия.

Скоблякова И.В., научный руководитель, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой теоретической экономики и управления персоналом Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева, г. Орел, Россия.

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются основные аспекты современных систем нематериального стимулирования персонала предприятия как условия повышения эффективности деятельности компании.

Ключевые слова: нематериальное стимулирование персонала, стимулирование рабочим временем, информирование персонала, эффективность персонала.

Abstract. This article discusses the main aspects of modern systems of non-material incentives of the company's personnel as a condition for improving the efficiency of the company.

Key words: non-material stimulation of the personnel, stimulation of working time, informing of the personnel, efficiency of the personnel.

Нематериальное стимулирование персонала на предприятии показывает уровень знания психологической базы поведения человека в процессе трудовой деятельности [2, С.31]. Это дает понять значение труда для удовлетворения нужд людей, а как одного сотрудника, так и персонала в целом. Нематериальное стимулирование персонала подразумевает внедрение в сферу управления конкретных основ нравственности, которым обязан следовать персонал предприятия в ходе своей трудовой деятельности.

Выделяют следующие средства, используемые в организации в качестве нематериального мотивирования: морально-психологическое стимулирование,

информирование сотрудников, вовлечение в управление, мотивирование свободным временем и другие [1, С.157].

На сегодняшний день более потребными и эффективными считаются следующие методы нематериального стимулирования персонала: информирование персонала и стимулирование рабочим временем [5, С.56]. Мотивирование свободным временем, а именно предоставление гибкого графика, дает возможность любому человеку выбрать график работы, удобный для себя.

Внеочередные выходные дни предприятие может давать сотруднику как вознаграждение за хорошо проделанную работу, что может способствовать преданности к компании. Так, например, в некоторых организациях сотрудникам предоставляются дополнительные дни в случае Дня Рождения, рождения ребенка, свадьбы и других. Далее необходимо понять, для какой категории работников самый удобный график работы. Рассмотрим исследование, которое провела компания «Хэдхантер» (рисунок 1). Довольно показательно, что сотрудники, у которых есть дети, показывают эффективность внедрения гибкого рабочего графика. Так как он помогает организовать дружелюбную рабочую обстановку и повышает благоприятный климат в семье. Исходя из проведенного опроса, «плавающий» график работы в наименьшей степени приемлем для руководителей (16%). В компании нет представителей творческих профессий и студентов, следовательно, исследуемая аудитория ясна.

Для кого из работников гибкий рабочий график более актуален?

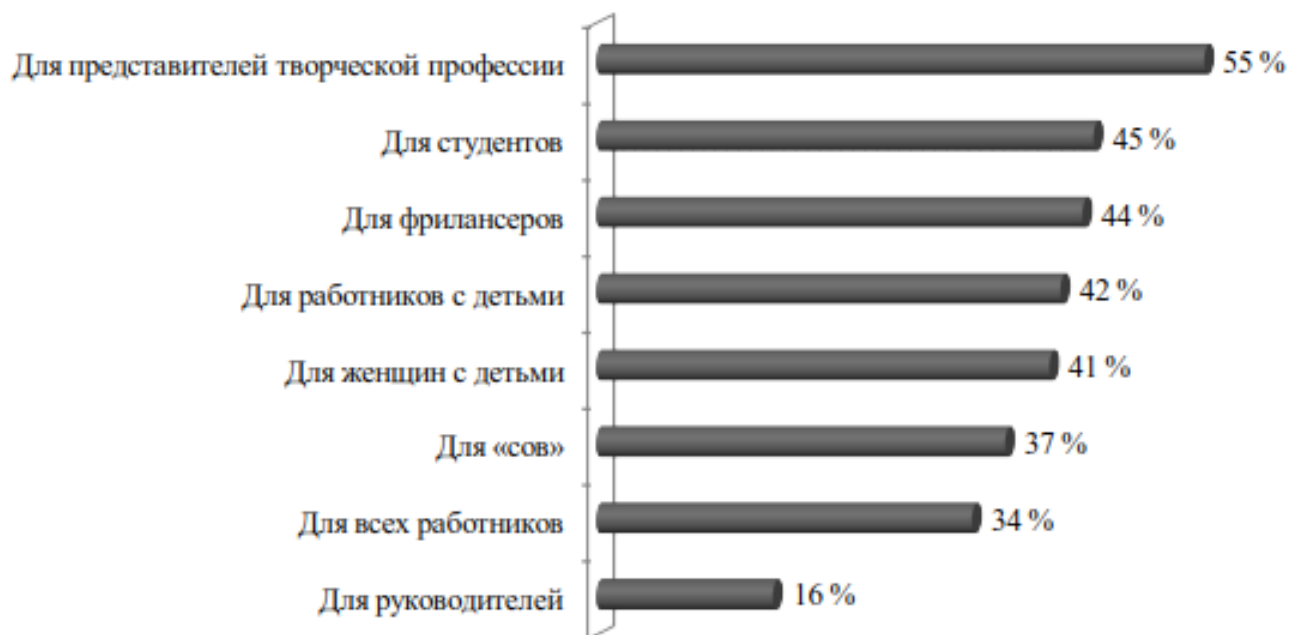


Рисунок 1. Исследование гибкого графика в Компании

Проанализировав практический опыт российских предприятий в этой области исследования, можно представить наиболее эффективные методы стимулирования рабочим временем [3, С.11]:

1.Продолжительность рабочего дня. Такой вариант легко воспринимается при переводе работника на ненормированный (гибкий) рабочий день.

2.График работы. В данном случае целью работодателя является организация работы таким образом, чтобы каждый работник в полном объеме проделал данную ему работу. Можно предложить несколько видов возможных графиков работы (таблица 1).

Вид графика	Время начала работы	Время окончания работы	Время обеденного перерыва
График № 1	08.00	16.30	Любой час в период с 11.00 до 15.00
График № 2	08.30	17.00	
График № 3	09.00	17.30	
График № 4	09.30	18.30	
График № 5	10.00	19.00	

Таблица 1. Возможные графики работы компании

При выборе графика целесообразно принимать во внимание структуру рабочего времени. Любой график обеспечивает выполнение установленной дневной нормы времени работы, а именно 8 часов. Также в график входит перерыв для отдыха и обеда, около 30-40 минут. При переходе на гибкий график, работник должен обговорить со своим начальником возможную и приемлемую модель своего рабочего распорядка. Причем, считается, что внедрение гибкого графика – это не право, а обязанность предприятия. В том случае, если при разработке возможного графика сотрудник и его руководитель не смогли прийти к обоюдному согласию, то право огласить конечное решение достается руководителю другого более высокого ранга.

3.Дополнительные дни к отпуску. На предприятии вводится, кроме имеющихся дополнительных дней к отпуску, еще один день – «мамин день». Каждый месяц сотрудница данной компании, у которой есть дети до 14 лет, может использовать право взять один любой день отпуска. Однако, поставить руководство в известность о том, какой именно день работница решает взять, необходимо минимум за 3 рабочих дня.

Информирование – следующее довольно важное направление нематериального поощрения сотрудников [4, С.83]. Данная проблема очень актуальна в настоящее время. Так, во многих структурах управления на каждом конкретном уровне утрачивается большая часть необходимых сведений. Вследствие этого до нижних уровней иерархии компании информация доходит искаженной и недостаточно полной. Такой проблеме есть оптимальное решение. Можно создать информационный портал. Например, большое количество руководителей по персоналу имеют страницы в социальных сетях, созданные именно для работы с персоналом. Выбрав ответственного за данный ресурс компании, необходимо проанализировать подобные сайты и страницы других компаний.

Например, из одной самых эффективных и респектабельных страниц с точки зрения активного участия персонала является страница такой компании как

«Данон». На данном информационном портале можно узнать информацию новых продуктах предприятия, увидеть интервью с руководством компании, посмотреть особенности корпоративной культуры сотрудников.

Проанализировав интерфейсы других предприятий в Интернете, необходимо продумать организацию страницы. Здесь нужно определиться, какую именно информацию компания желает разместить. Необходимо помнить о том, что работники имеют информационные потребности. Для их удовлетворения необходимо структурировать информационные данные, чтобы их избыток не вызвал информационную перегрузку. Ведь в таком случае достаточно много времени уйдет на то, что отсортировать нужную информацию из целого потока данных. Также важно чтобы информация, размещаемая в социальных сетях, должна быть верной и проверенной, отражать реальные действия.

Касательно структуры компании, сайт в интернете должен нести на своих страницах такие данные:

- информацию о предприятии, а также главные достоинства предприятия относительно других компаний, преимущества для привлечения новых сотрудников, новости о предприятии;

- вакансии компании, их описание;

- сведения о корпоративной культуре компании, например, можно выложить фотокарточки с мероприятий компании для того, чтобы посетители сайта могли больше узнать о компании;

- данные о системе мотивации;

- контакты, по которым можно связаться с кадровой службой, руководителем структуры.

На сайте компании необходимо разместить логотип предприятия. Данная информация должна быть лаконична и грамотно оформлена. Довольно интересно и ознакомительно для посетителей размещение на сайте компании удачно сложившихся историй трудовой деятельности сотрудников от самых низших должностей до должностей более высокой уровня структуры компании. Данная

информация покажет, что в компании приветствуется карьерный рост и активное продвижение своих сотрудников. Дополнительно можно разместить комментарии или интервью руководителей и специалистов предприятия корреспондентам каких-либо информационных каналов. В данном случае не столь важно, о чем именно в таких беседах будет идти речь: о бизнес-проектах или не о работе. Ведь читателям сайта будет интересно изучить разные стороны жизни успешных сотрудников.

Так, для изучения своего сайта компания собирает совещание, на котором детально определит все особенности структуры свой страницы. Далее по истечении некоторого времени необходима будет обратная связь от персонала компании. А именно, важно будет выяснить, какие достоинства и недостатки страницы они обнаружили и, соответственно, какие пути совершенствования они хотели бы предложить. Такой опрос компания может организовать либо в интернете, либо на совещании, например, дав сотрудникам анкеты для заполнения.

Таким образом, у рассмотренных методов есть свои преимущества и недостатки. Недостатком можно быть то, что понять на практике, какие именно методы подойдут к данной компании можно только путем проб и ошибок и на это потребуется некоторое время. Но безусловными плюсами будет информирование работников таким образом о корпоративной культуре и вовлеченность их в процесс работы. Важно, чтобы не было информационных барьеров между низшими и высшими уровнями компании, а также между руководителями и специалистами. Так, можно ожидать повышенную эффективность работы и активное взаимодействие сотрудников между собой. Ведь именно единое информационное пространство обязательно будут способствовать уплотнению большого коллектива компании.

Список используемых источников:

1.Завьялова, Е.К. Нематериальное стимулирование в современных системах управления персоналом Российских компаний / Е.К. Завьялова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2017ю - № 8. – С.157

2.Кибанов, А.Я., Управление персоналом: теория и практика. Мотивации стимулирование трудовой деятельности/ А.Я. Кибанов. – М.: Проспект, 2015. – 64с.

3.Полянский, Н. Нематериальные формы мотивации / Н. Полянский // Менеджер по персоналу. – 2016. - № 5. – С.11

4.Филянин, В. Создание информационного портала / В.Филянин // Справочник по управлению персоналом. – 2015. № 1. – С.83

5.Шапиро, С.А. Социально-экономические аспекты трудовой деятельности / С.П. Шапиро. – М.: Монография, 2015. – 254 с.