

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

---

## ОБЗОР ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

**СТРИЖАК ОЛЕГ АЛЕКСЕЕВИЧ**

*магистрант Саратовского социально-экономического института (филиала)*

*РЭУ им. Г.В. Плеханова, Саратов, Россия*

*e-mail: ol.112011@yandex.ru*

**ПУКАЧ ГАЛИНА ВИКТОРОВНА**

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций*

*Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ им.*

*Г.В.Плеханова, Саратов, Россия*

*e-mail: galina111056@rambler.ru*

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы стимулирования персонала, обозначается значимость мотивации персонала на предприятии. Выделяются ключевые принципы, на которых должна быть построена эффективная стратегия мотивации. Определяются задачи системы мотивации персонала в организации и рассматриваются наиболее эффективные прогрессивные методы стимулирования.

**Ключевые слова:** мотивация, цели, эффективность, результат, поощрение.

## OVERVIEW OF EFFECTIVE METHODS OF STAFF MOTIVATION

**OLEG STRIZHAK**

*master's student of Saratov socio-economic Institute (branch) REU them G.V.*

*Plekhanov, Saratov, Russia*

*e-mail: ol.112011@yandex.ru*

**GALINA PUKACH**

*Ph. D., associate Professor of marketing, economy of enterprises and organizations*

*of the Saratov socio-economic Institute (branch) REU them G.V. Plekhanov, Saratov, Russia*

*e-mail: galina111056@rambler.ru*

## ABSTRACT

The article deals with the issues of personnel incentives, the importance of personnel motivation in the enterprise is indicated. The key principles on which an effective motivation strategy should be built are highlighted. The tasks of the personnel motivation system in the organization are defined and the most effective progressive methods of stimulation are considered.

**Keywords:** motivation, goals, effectiveness, result, encouragement.

Вопросы стимулирования персонала постоянно находятся в поле зрения научных исследований и практических работников. Если несколько лет назад для мотивации сотрудников достаточно было использовать доски почета, устраивать корпоративы и выдавать премии, то на сегодняшний день – этого недостаточно, нужно использовать прогрессивные методы. Мотивация необходима для того, чтобы сотрудники ощущали себя частью команды и отдавали все свои силы и возможности для достижения целей фирмы [1].

Мотивация представляет собой тонкий психологический процесс, который заключается в формировании благоприятных условий для персонала, побуждающих работника на качественное исполнение своих обязанностей [3].

Организационная мотивационная система направлена на достижение следующих задач:

- побуждение сотрудников к качественному и ответственному выполнению служебных обязанностей;
- снижение уровня текучести кадров, со стремлением к полному устранению данной проблемы на предприятии;
- формирование благоприятной рабочей атмосферы внутри коллектива для комфортной деятельности сотрудников[7];
- удержание имеющихся высококлассных специалистов и привлечение новых;
- формирование уникальной корпоративной культуры, которая является дополнительным стимулирующим фактором для персонала[8];
- повышение уровня производительности труда персонала без снижения лояльности к руководству.

Для выполнения обозначенных задач соответствующим образом, необходимо подобрать и внедрить методы стимулирования работников. Эффективная система стимулирования труда не только повышает производительность, но и приближает компанию к достижению ее основных корпоративных целей[4].

Не существует единых норм, методов, правил и способов замотивировать персонал, но существуют пять принципов, которые могут стать основой для эффективной стратегии мотивации:

- мотивационная система должна затрагивать потребности персонала в признании, как в рамках коллектива, так и перед руководством. Если сотрудник понимает, что его работу ценят, то он станет гораздо более заинтересованным в результате[6];

- применение единоразовых методов материального и не материального стимулирования. Единоразовые методы дают больший эффект, чем системные. Даже высокая оплата труда перестает быть мотивирующим фактором через 3-4 месяца после назначения, а вот премии и бонусы за успешную деятельность – рациональный вариант;

- нельзя отказываться от системы штрафов. Несмотря на то, что поощрения мотивируют больше, чем санкции, наличие штрафов оказывает профилактическое воздействие, снижает вероятность того, что сотрудник не выполнит работу в срок или вообще не выполнит свои обязанности;

- применение системы вознаграждений за промежуточные результаты уда. Любая крупная цель разделяется на промежуточные этапы, последовательное выполнение которых приводит к достижению желаемого результата. Для того, чтобы у сотрудников не пропадало желание на протяженном пути к достижению цели, необходимо поощрять их за малые успехи;

- применяемые наказания и поощрения должны быть немедленными и неотвратимыми. Руководство компании должно сразу же реагировать на успехи или проступки персонала ввиду того, что в первом случае сотрудники четко понимают – их результаты важны для начальства, а во втором случае, они осознают, что за провинностью последует наказание.

Совершенно очевидно, что независимо от того, разрабатывает компания свою собственную стратегию мотивации, или берет уже имеющуюся, необходимо, чтобы в ней были все описанные выше принципы[5].

На рисунке 1 представлены методы стимулирования персонала.



Рисунок 1- Методы материального и нематериального стимулирования

В наиболее общем виде выделяют две формы мотивации: материальное и нематериальное стимулирование. Проводя анализ, был сделан вывод, что многие руководители считают, что основным источником для мотивации является заработная плата [2]. На практике же это совершенно не так, если вспомнить уровни потребностей по Маслоу, то заработная плата покрывает лишь два низших уровня. Несмотря на то, что многие люди работают ради заработка, должны удовлетворяться потребности всех уровней, особенно важно это для представителей творческих профессий и высоко интеллектуальных исполнителей.

Рассмотрим наиболее эффективные прогрессивные методы стимулирования персонала:

- реализация игровых кабинетов. Руководство выделяет денежные средства и помещения, в которых организуются игровые зоны. Внутри размещается мягкая мебель, приставки для игр, плазменные панели и прочая техника для развлечений и отдыха. Такая практика является крайне эффективной, за счет эмоциональной разгрузки персонала.

- выдача неожиданных подарков. Совершенно не обязательно покупать дорогие подарки – важен сам факт внимания к сотруднику. Дарить подарки можно за успешную деятельность или без повода. Желательно, чтобы вручением занимался руководитель.

- шуточное наказание за проступки. Креативный подход к наказанию – это всегда интересно. Например, можно вместо штрафа присваивать шуточное звание или просить сделать что-то смешное. Эти факторы мотивируют человека либо избавиться от звания, либо больше не выполнять действия снова.

- предоставление дополнительного отдыха. Этот метод очень хорошо подходит для тех компаний, которые не могут выписать премию ввиду ограниченности финансовых ресурсов, но могут предоставить внеочередной отгул или выходной день. Выходные дни сами по себе хорошо мотивируют.

- забота о семьях сотрудников. Данный метод мотивации может быть в разных вариантах: детские утренники, предоставление скидок родственникам, предоставление путевок для сотрудников и их семей.

- «геймерский метод». Он заключается в формировании рейтинговых таблиц, проведении соревнований внутри коллектива, между разными отделами. Регулярно проводятся корпоративные квесты, за участие в которых работникам начисляются баллы. Также баллы начисляются за успешное выполнение трудовых обязанностей. Применение данного метода формирует в коллективе здоровую конкуренцию за счет желания каждого сотрудника стать лучшим. Это обеспечивает компании повышение результативности деятельности.

Но помимо нестандартных методов не стоит забывать и о довольно тривиальных, но вполне действенных методах мотивации:

- денежное поощрение. Помимо увеличения заработной платы сюда входит выделение процента от продаж, предоставление скидок и льгот. Страховка и социальный пакет – еще один важный элемент денежного поощрения.

- неденежное поощрение в форме путевок, бесплатной продукции или услуг компании, отгулы без очереди, гибкий рабочий график, повышения квалификации за счет компании.

- социальная политика компании в виде льгот. Этот метод мотивации оказывает серьезное стимулирующее действие и дает работникам чувство защищенности. Чем больше количество социальных услуг и льгот доступно работникам фирмы, тем больше их вовлеченность в достижение корпоративных целей. Этот фактор уменьшает текучку кадров, привлекает новых специалистов.

Таким образом, обобщая рассмотренные выше методы мотивации персонала, можно заключить, что не существует единой стратегии мотивации, которая была бы эффективна в любой компании. Например, в компании, где преобладают творческие профессии, возможность саморазвития и реализации потенциала действует не менее эффективно, чем повышенная заработная плата. В большинстве случаев, именно нематериальное стимулирование приближает к цели быстрее, чем система денежного поощрения. На это стоит обращать особое внимание при выборе методов мотивации. Независимо от того, какие методы мотивации будут выбраны, необходимо, чтобы формируемая стратегия строилась на описанных выше принципах и тогда она будет эффективной.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Акимова О.Е., Кублин И.М. К вопросу о мотивации предпринимательской деятельности в России // Поволжский торгово-экономический журнал. 2013. №3(31). С.52-60.
2. Балабай С.В., Абубекерова Э.Ф. Рост влияния обыденного сознания на политическое поведение россиян// Власть. 2018. Т.26.№6. С.117-122.
3. Баркетова Т.А., Воронин Э.Е. Некоторые социально-психологические проблемы личности в эпоху smart-технологий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. №3 (77). С.64-67.
4. Еремеев М.А., Кублин И.М. Формирование принципов обеспечения эффективности системы оплаты и стимулирования труда // Современная экономика: проблемы и решения. 2011. №1(13). С.83-92.
5. Ивер Н.Н., Кублин И.М., Максаев А.А. Современные маркетинговые инструменты управления качеством продукции и услуг: стратегии, подходы и проблемы // Экономика и предпринимательство. 2019. №5(106). С.729-736.
6. Кузнецова Н.А., Пукач Г.В., Пукач А.М. Проблемы адаптации бизнес-моделей к меняющейся среде// Экономические отношения. 2019.Т.9. №2. С.1363-1370.
7. Когдин А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом // Основы экономики, управления и права. 2019. №4 (4).С. 80-83.
8. Пукач Г.В., Пукач А.М. Возможность использования инструментов интеграции для развития рынка органической продукции // Наука и общество. 2019. №2(34). С.15-19.

## REFERENCES

1. Akimova O. E., Kublin I. M. On the issue of motivation of entrepreneurial activity in Russia // Volga trade and economic journal. 2013. № 3(31). P. 52-60.
2. Balabay S.V., Abubekerova E.F. The Growth of the influence of everyday consciousness on the political behavior of Russians// Power. 2018. Vol. 26. № 6. P. 117-122.
3. Barketova T. A., Voronin E. E. Some socio-psychological problems of personality in the era of smart technologies / / Bulletin of the Saratov state socio-economic University. 2019. №3 (77). P. 64-67.
4. Ereemeev M. A., Kublin I. M. Formation of principles for ensuring the effectiveness of the system of remuneration and labor incentives // Modern economy: problems and solutions. 2011. №1(13). P. 83-92.
5. Iver N. N., Kublin I. M., Maksaev A. A. Modern marketing tools for quality management of products and services: strategies, approaches and problems // Economics and entrepreneurship. 2019. № 5(106). P. 729-736.
6. Kuznetsova N. A., Pukach G. V., Pukach A.M. Problems of adapting business models to a changing environment// Economic attitude. 2019.T.9. № 2. P. 1363-1370.
7. Kogdin A. A. Motivation and stimulation of labor activity in personnel management // Fundamentals of Economics, management and law. 2019. № 4 (4). P. 80-83.
8. Pukach G. V., Pukach A.M. The Possibility of using integration tools for the development of organic products market / / Science and society. 2019. №2(34). P.15-19.