

МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ И ИХ ОТЛИЧИЯ ОТ ЗАРУБЕЖНЫХ**Ионова Дарья Михайловна**

магистрант 2 года обучения. НИУ МГСУ, РФ, г. Москва

Кисель Татьяна Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры «Менеджмент и инновации» НИУ МГСУ, РФ, г. Москва

В последнее время модным стал термин «человеческий капитал». Он характеризуется особым взглядом на сотрудников в современных организациях, которому характерно наделять людей, работающих в организации свойствами капитала в части их способности генерировать доход. Такой подход возник в силу того, что сотрудники, действительно, способны придавать особые конкурентные преимущества организации-работодателю за счет своих знаний, компетенций, связей, разработок и даже личностных качеств, способствующих высокой эффективности труда. Именно этот современный взгляд на сотрудников организации заставляет руководителей предприятий все больше внимания уделять вопросам мотивации и стимулирования персонала.

В настоящее время проблема правильного выбора системы мотивации и стимулирования достаточно актуальна. Это объясняется тем, что без стимулирования трудящихся не представляется возможным нормальное развитие организации. Рано или поздно любое предприятие сталкивается с проблемами, источниками которых в большинстве случаев является коллектив, точнее персонал и управляющий состав.

Насколько важно применение мотивирования сотрудников, понимает любая компания, но политика мотивации персонала находится на разных уровнях. Целью данного исследования является выявление основных применяемых методов мотивации и стимулирования в России, особенности и отличия их от методов в Западной Европе, а также выявлению основных проблем с применением системы стимулирования в России.

Согласно общепризнанному определению, мотивация – создание условий, регулирующих трудовые отношения, в рамках которых у работника появляется потребность самоотверженно трудиться [4]. В настоящее время в российских организациях встречаются как материальные, так и нематериальные методы мотивации, присущие только компаниям в России. К методам материального стимулирования персонала относятся: увеличение должностного оклада, постоянные надбавки за заслуги перед организацией, премии, гранты, процент от прибыли, дивиденды по акциям и т.д.[2].

Основными достоинствами материальной мотивации как для самого персонала, так и для предприятия, являются повышение эффективности труда работника, так как именно от этого и будет зависеть размер его зарплаты. Однако существуют и недостатки такой системы мотивации: если материальный стимул является единственным, с помощью которого руководитель пытается удержать сотрудника, то его легко переманить, предложив более высокую заработную плату.

Нематериальные методы мотивации все реже принимаются в расчет, поскольку эксперты считают, что в настоящее время им уделяют все меньше внимания в России, однако, как показывает практика их полностью отвергать нельзя. К таким методам относят: похвалу перед

коллективом, обеспечение комфортным рабочим местом, корпоративная культура, возможность самореализации, повышение квалификации за счет средств предприятия, оплачиваемые обеды и т.д.

У нематериальных методов выделяют следующие достоинства: персонал работает стабильно, уверенно, у него есть все гарантии, чтобы продолжать эффективно осуществлять свою деятельность. Однако результаты исследований демонстрируют недостатки нематериальных методов мотивации: они несут в себе риски, поскольку влияние работников на руководителя не связано с эффективностью бизнес-системы в целом, а лишь отражает стремление тех или иных специалистов упрочить свой статус на предприятии.

В различных странах делают разные акценты в системах мотивации и стимулирования персонала. Так, например, в Японии акцент сделан в большей мере на нематериальное стимулирование и высокие гарантии. Так, главной чертой менталитета японцев является преданность и уважение к старшим, и организация в которой работает сотрудник, становится для него второй семьей. Японцы остаются на одном предприятии вплоть до выхода на пенсию, но дополнительное материальное стимулирование конечно тоже присутствует и представлено, например, в выдаче кредита самой организацией сотруднику за небольшие и очень выгодные проценты, за счет чего компания утверждается сама и полностью способствует росту персонала не только карьерному, но и личностному.

В США акцентируют внимание на заработную плату, сокращение, увольнение, конкуренцию, денежное вознаграждение. Мотивация сопровождается постоянным влиянием и воздействием из вне и направлена на привлечение внешних и исчерпаемых средств, таких как льготы, денежные средства и т.д.

Если сравнивать японские и американские системы стимулирования, то наглядно видно, насколько они отличаются. Целью компании в Японии является утверждение сотрудника внутри рабочей среды, развитие внутренней сознательности, необходимость коллективу и организации. А американские компании нацелены только на получение прибыли и почти не развивают систему стимулирования внутри компании, не ориентированы на личностное развитие своих сотрудников, начинают задумываться о коллективе, только в трудное для компании время.

Французы считают, что лучше нематериальная мотивация или гибкий график работы, медицинское и социальное страхование за счет компании, помощь в выплате кредитов. Во Франции практически во всех организациях утверждена 35-часовая рабочая неделя, а это на 5 часов меньше чем в России, то есть сотрудники на час больше времени в день тратят не на работу, а на семью и отдых. Это и сказывается на их продуктивности в следующем дне.

В Нидерландах основная роль отводится компенсациям и льготам. Так сотрудник может отлучиться с рабочего места на два часа для посещения врача, и это время у него будет оплачиваться, а также если в течение трех месяцев работник находился на больничном, ему дают еще 1 день на дополнительный отдых.

А вот в Швейцарских компаниях ценностями являются дружба, партнерство и коллектив. Сотрудники предпочитают работать дома. А по приоритетам на втором месте находится не размер заработной платы, а интересная работа [3].

В Западной Европе стараются все больше обращать внимание на нематериальное вознаграждение, тем самым сокращать долю материальных стимулов. В большинстве российских предприятий стимулирование складывается из финансовых вознаграждений. Причина этого заключается как в работодателях, которые предлагают только финансовое стимулирование, так и в потребностях персонала – финансовое удовлетворение для многих важнее процесса и результатов работы.

Главным приоритетом для российских компаний сейчас является решение проблем, связанных со здоровьем, временем, затраченным сотрудником на работу. Довольно часто в российских организациях работодатели задерживают сотрудников после окончания рабочего дня, из-за чего у работника накапливается утомление от большого объема выполненной

работы и, как следствие, постепенно, снижается производительность труда. Исследования показали, что лишь 19% российских компаний регулярно проводят мероприятия, направленные на поддержку сотрудников и членов их семей, 43% компаний делают это периодически, а остальные 38% сейчас планируют внедрение подобных инициатив [1].

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что главным отличием российских и зарубежных компаний является применение больше материального стимулирование персонала, в то время как вторые увеличивают долю нематериальных стимулов. Понимание ценности организации, удовлетворения потребностей сотрудников может увеличить трудоспособность коллектива в разы. Научно доказан факт, что самым лучшим мотивирующим к эффективной и продуктивной работе средством, является заинтересованность в своей трудовой деятельности. Однако, как правило, заинтересованность в работе встает на первое место как мотивирующий фактор в человеческой деятельности тогда, когда наблюдается в целом достаточно высокий уровень жизни. В противном случае на первый план выходят факторы материального стимулирования. Фактически в соответствии с очередностью удовлетворения потребностей по пирамиде А. Маслоу, потребности в уважении и творчестве в трудовой деятельности наступают уже после решения проблем со стабильным заработком, жильем и уверенностью в завтрашнем дне. Можно сделать вывод о том, что высокая заинтересованность сотрудников российских организаций в денежном вознаграждении и, соответственно, приоритетность материального стимулирования в российских организациях связана как раз с недостаточно высоким качеством жизни и неуверенностью в стабильности экономики в долгосрочной перспективе.

Список литературы:

1. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека – М.: МГУ, 2002 г. С. 288.
2. Гребнева М.В. Современные методы мотивации / <http://novainfo.ru/archive/19/sovremennyye-metody-motivacii>.
3. Мотивация персонала в зарубежных компаниях.
<http://www.ubo.ru/articles/?cat=107&pub=3226>.
4. Соломанидина Т.О., Соломидин В.Г. Мотивация трудовой деятельности персонала – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009, С. 11.