

## РОЛЬ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

The development of system of management and perspectives of development of organization are described in this article. Moral stimulus represent such means of attraction of people to work which are based on the relation to work as the maximum value, on a recognition of labour merits as main. They are not reduced only to encouragements and awards, application of them provides creation of such atmosphere, such public opinion, a moral and psychological climate at which in labour collective well know who and as works, and to everyone is rendered on merits. One of the basic conditions of high efficiency of moral incentive is maintenance of social justice, that is the exact account and an objective estimation of the labour contribution of each worker. Conviction in validity, validity of a recognition of labour merits of the worker, in correctness of its encouragement is lifted with moral authority of work, ennobles the person, forms an active vital position.

**Введение.** Мотивация персонала – одно из важнейших направлений кадровой политики любого предприятия, напрямую связанное с системой стимулирования сотрудников. Поощрение коллектива может быть материальным (зарплата, премии, социальный пакет, разнообразные льготы и т. д.) и нематериальным. Если с материальным стимулированием все в общем понятно (стремление сотрудников улучшить свое благосостояние), то нематериальное – вещь более сложная для обыденного восприятия и в то же время нужная для развития предприятия.

**Основная часть.** Важнейшим видом стимулирования является материальное, призванное играть главную роль в повышении трудовой активности работников. Этот вид состоит из материально-денежного и материально-неденежного стимулирования, последнее содержит часть социальных стимулов.

Вторым немаловажным фактором является нематериальное стимулирование, которое содержит в себе социальные, моральные, эстетические, социально-политические и информационные стимулы. В психологическом подходе моральное стимулирование является самой развитой и широко применяющейся подсистемой нематериального стимулирования труда.

Согласно одной из расширенных трактовок, моральные стимулы отождествляются со всей совокупностью этических и нравственных мотивов поведения человека. Однако к области морального стимулирования относится только часть этических категорий, а именно те, которые отражают оценку человека и его поведения окружающими и им самим.

Материально-денежное стимулирование – это поощрение работников денежными выплатами по результатам трудовой деятельности.

Применение материально-денежных стимулов позволяет регулировать поведение объектов управления на основе использования различных денежных выплат и санкций. Одна-

ко в настоящий момент многие предприятия белорусской промышленности не обладают достаточными финансовыми ресурсами для использования данного вида стимулирования в полном объеме, и поэтому возникает необходимость замещения части материальных стимулов нематериальными видами стимулирования труда. Эта проблема актуальна для многих предприятий отрасли строительных материалов, которые ощущают существенное падение спроса на производимую ими продукцию, и, как следствие, обостряется вопрос с выплатой заработной платы работникам предприятий.

Следующим видом стимулирования является социальное, представляется как материальное неденежное. Главной направленностью выступают отношения между людьми, выраженные в признательности руководства заслуг работника.

Это поощрение материально неденежными стимулами и социальными отношениями в коллективе. Данный вид стимулирования обладает целым рядом особенностей. Во-первых, ни один из материально неденежных стимулов не обладает такой универсальностью, как стимул материально-денежный.

Во-вторых, многие материально-неденежные стимулы имеют характер разового действия. Цикл воспроизводства потребности в большинстве продолжителен. Так, имеются материально-неденежные блага, потребность в которых практически ненасыщаема, так как воспроизводится сразу же после акта предыдущего удовлетворения. Потребность в ряде других благ воспроизводится периодически не более чем один раз в год. Третьи блага удовлетворяют потребности, которые воспроизводятся в течение ряда лет. Активность работника, получившего конкретный материально неденежный стимул, в дальнейшем может быть поддержана лишь с помощью других стимулов. В противном случае она снижается [1].



Рисунок. Классификация видов стимулирования

В-третьих, материально-неденежные стимулы не обладают важным свойством денег – делимостью. В то же время их в своей совокупности трудно упорядочить в единой функции стимулирования в силу их естественной разнокачественности. Качественное разнообразие удовлетворяемых с их помощью потребностей затрудняет их сравнение между собой и иерархизацию. Теоретически возможно лишь некоторое косвенное, весьма приблизительное упорядочение с помощью других, более универсальных ценностей, таких, как деньги, престиж, время.

В четвертых, материально-неденежные стимулы, по видимому, больше, чем денежные, приспособлены в основной массе для использования в подкрепляющей форме организации стимулирования. Их невозможно традиционно связать с определенными видами деятельности, так как каждый из них имеет неодинаковую ценность для разных людей и эта вариация слишком велика, тем более что ценность многих благ не поддается точному измерению и однозначной оценке.

Материально-неденежные блага могут быть использованы в качестве стимулов, потому что получение любого из них можно связать с результатами трудовой деятельности и социальной активности работников. Они, как и любые другие, имеют морально-престижную, помимо содержательной ценности, и обладают свойством выделять поощряемого из среды. Это привлекает внимание всех и является предметом оценок и обсуждения работников.

При этом общая тенденция такова, что чем реже предмет (материальный предмет, услуга, преимущество, льгота), выполняющий функцию стимула, распространен в среде, тем выше при прочих равных условиях его престижная составляющая.

Большинство материально-неденежных благ имеет свою денежную составляющую авторитета, то есть могут быть измерены в рублях. С другой стороны, рассматриваемая группа стимулов универсальна в том смысле, что человеку всегда что-нибудь из материальных неденежных благ необходимо. В целом соответ-

ствующие потребности в благах материального неденежного характера насыщаемы, настоятельны и действенны. Проблема состоит в умелом их использовании как базы для стимулирования трудовой и социальной активности.

Моральное стимулирование является самой развитой и широко применяющейся подсистемой духовного стимулирования труда и основывается на специфических духовных ценностях человека [2].

Моральные стимулы – это такие стимулы, действие которые основывается на потребности человека в общественном признании.

Сущностью морального стимулирования является передача информации о заслугах человека, результатах его деятельности в социальной среде. Оно имеет информационную природу, являясь информационным процессом, в котором источником информации о заслугах работников выступает субъект управления; приемником – объект стимулирования, работник и коллектив, каналом связи – средства передачи информации. Поэтому чем точнее передается такая информация, тем лучше система выполняет свою функцию (рисунок).

В управленческом аспекте моральные стимулы выполняют в отношении объектов управления роль сигналов со стороны субъектов о том, в какой степени их деятельность соответствует интересам предприятия.

Моральные стимулы представляют собой такие средства привлечения людей к труду, которые основаны на отношении к труду как высшей ценности, на признании трудовых заслуг как главных. Они не сводятся только к поощрениям и наградам, применение их предусматривает создание такой атмосферы, такого общественного мнения, морально-психологического климата, при которых в трудовом коллективе хорошо знают, кто и как работает, и каждому воздается по заслугам. Такой подход требует обеспечения уверенности в том, что добросовестный труд и примерное поведение всегда получают признание и положительную оценку, принесут уважение и благодарность. И наоборот, плохая работа, бездеятельность, безответственность должны не-

отвратимым образом сказываться не только на уменьшении материального вознаграждения, но и на служебном положении и моральном авторитете работника.

Разработанное на предприятии моральное стимулирование работников должно отвечать следующим требованиям [3].

- предусматривать поощрения за конкретные показатели, на которые работники оказывают непосредственное воздействие и которое наиболее полно характеризует участие каждого работника в решении задач, стоящих перед ним;

- устанавливать меры поощрения за успехи в труде так, чтобы за более высокие достижения применять более значимые меры поощрения;

- обеспечивать уверенность в том, что при условии выполнения принятых повышенных обязательств участники будут поощрены в соответствии с достигнутыми результатами;

- усилить заинтересованность каждого работника в постоянном улучшении его производственных показателей;

- быть простым, доходчивым и понятным для работников;

- учитывать возрастающие общественно-политическую активность и профессионально-техническое мастерство, устойчивость высоких результатов в труде;

- недопущение обесценивания моральных стимулов.

Для эффективного применения моральных стимулов необходимо:

- наличие положения о статусах морально-го поощрения и знание их работниками;

- шире использовать разнообразные формы морального поощрения в интересах развития творческой инициативы и активности;

- моральное поощрение подкреплять мерами материального стимулирования, обеспечить правильное взаимодействие материальных и моральных стимулов, непрерывно их совершенствовать в соответствии с новыми задачами, изменением в содержании, организации и условиях труда;

- о каждом моральном поощрении работника широко информировать трудовой коллектив;

- вручать награды и объявлять благодарности в торжественной обстановке;

- поощрять работников своевременно – сразу после достижения определенных успехов в труде;

- развивать новые формы поощрения и устанавливать строгую моральную ответственность каждого работника за порученное дело;

- анализировать действенность стимулирования;

- точно соблюдать установленный порядок внесения записей о поощрении в трудовые книжки работников.

Одним из основных условий высокой эффективности морального стимулирования является обеспечение социальной справедливости, то есть точного учета и объективной оценки трудового вклада каждого работника. Убеденность в обоснованности, справедливости признания трудовых заслуг работника, в правильности его поощрения поднимает моральный авторитет труда, возвышает личность, формирует активную жизненную позицию.

Особое значение имеет принцип гласности морального поощрения, то есть широкой информированности всего коллектива, а также всесторонняя информация о результатах, достигнутых работниками, и торжественная обстановка при вручении наград. Для этого необходимо каждого работника информировать не только устно, но и выдать брошюру с моральными стимулами за качественную работу. На видном месте на предприятии следует вывесить плакат-таблицу с занесением фамилии и баллов каждого работника, и доску почета с отличившимися.

При организации морального стимулирования важно обеспечить сочетание мер поощрения с усилением ответственности за результаты труда, что повлечет за собой рост ответственности в коллективе.

Эффективным методом укрепления дисциплины труда является поощрение за добросовестный труд.

Между формальным и неформальным статусом необходим минимальный разрыв. Формальный статус – это санкционированное положение морального стимула среди других моральных стимулов, его официальный авторитет, значимость. Неформальный – это фактическое положение стимула в иерархии стимулов в среде работников.

Важный фактор, влияющий на эффективность морального стимулирования, – частота его применения. Так, чем более выдающиеся результаты показывает человек, тем реже должен встречаться причитающийся ему стимул. Чем ближе к средним показатели работы сотрудника, тем более распространен.

Количество примененных поощрений еще не обеспечивает высокого авторитета и действенности. Поэтому необходимо обращать внимание на качественный отбор кандидатов на поощрение. Поощряться должны в строгом соответствии с положением о стимулах лучшие люди коллектива. Моральные стимулы действительны в той степени, в какой их распределение оценивается работниками как справедливое. Справедливость зависит от того, с какой достоверностью они отражают уровень результатов работы.

Многочисленные социологические исследования показали, что мотивы трудовой дея-

тельности, влияние моральных стимулов на работников во многом зависит от возраста, пола, квалификации, образования, стажа работы на предприятии, уровня сознательности. При осуществлении разработки условий поощрения это необходимо учитывать.

**Заключение.** Отличительной чертой морального стимулирования является то, что его функция, связывающая стимулы с результатами деятельности, выражается дискретной формой соотношения стимулов. Взаимная упорядоченность различных стимулов повышает их совокупный стимулирующий эффект. Они по статусу располагаются на двух ступенях: менее значимые и более значимые. Достижение частью поощренных работников второй ступени признается более высоким в сравнении с достижениями остальных.

Моральные стимулы различаются набором элементов, которые формируют пространственную и временную определенность оценочной информации о человеке и которые называются элементами стимулирующего механизма.

Эти элементы наполняют форму и содержание вручения поощрения, создают кураж и праздничное настроение.

К внутренним элементам относятся: содержание, текст о заслугах и вид носителя – трудовая книжка, свидетельство, удостоверение, бланк, фотография, значок.

Внешние – это название стимула, официальный статус, процедура вручения, частота применения, эстетические достоинства. Они влияют на авторитет, значимость, фактический статус.

### **Литература**

1. Мильнер, Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 480 с.
2. Иванова, С. В. Искусство подбора персонала: как оценить человека за час / С. В. Иванова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 160 с.
3. Журавлев, П. В. Управление человеческими ресурсами: опыт индустриально развитых стран / П. В. Журавлев. – М.: Изд-во «Экзамен», 2002. – 448 с.