

Литература

1. Гринь А. А., Скороходова И. Г. Направления совершенствования методов управления и государственного регулирования электроэнергетического рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. Ставрополь. 2012. № 3(32).
2. Наумов Э. Б., Лохманова В. Как привлечь инвестиции в российскую электроэнергетику и обеспечить их эффективность // Информационно-аналитический портал SmartGrid Энергетика будущего. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smartgrid.ru/smartgrid/pointofview/2012/pointofview10.html>
3. Долматов И. А., Яркин Е. В. и др. Электроэнергетика России: Основные показатели функционирования и тенденции развития / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М., 2015. 99 с.

УДК 331.101.3

Дорошевская Татьяна Александровна

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ОБОСНОВАНИЯ ТЕОРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ

Статья посвящена теоретическим концепциям обоснования теории эффективности стимулирования. В статье рассматриваются вопросы оптимизации затрат на стимулирование работника, механизмы формирования мотивации к труду. В рамках исследования трудовой мотивации оценены внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные) факторы, описаны способы их измерения, получены формулы, уточняющие модель оценки эффективности стимулирования. На основе анализа влияния стимула на мотивацию предложены новые понятия «потенциал стимула» и «износ стимула».

Ключевые слова: эффективность стимулирования, трудовая мотивация, внутренняя (эндогенная) мотивация, внешняя (экзогенная) мотивации, материальное стимулирование, потенциал стимула, износ стимула.

Tatiana Doroshevskaja
THEORETICAL CONCEPTS OF THE THEORY
OF JUSTIFICATION EFFICIENCY INCENTIVES

The article is devoted to theoretical concepts of the theory of justification efficiency incentives. The article discusses how to optimize the costs of employee incentives and mechanisms of motivation to work. We evaluated the external (exogenous) and the internal (endogenous) factors and described how to measure them. We obtained formulas specifying the model of assessing the effectiveness of incentive. We analyzed the effect of the stimulus on motivation and proposed new concept of «potential of stimulus» and «wear of stimulus».

Key words: incentives efficiency, labor motivation, internal (endogenous) motivation, external (exogenous) motivation, potential of stimulus, wear of stimulus.

На протяжении многих лет мотивация как категория персональной характеристики человека (индивида) не являлась объектом исследования экономической науки, а была предметом изучения лишь психологов, так как фундаментально не была описана «природа» ее сущности, возникновения и влияния на человека. На сегодняшний день ситуация меняется и многие экономисты, изучающие менеджмент, в своих научных работах выделяют механизмы управления мотивацией работника как один из наиболее важных инструментов управления персоналом как коллективом и работником как отдельно взятым индивидуумом.

Существует большое количество различных теорий мотивации, разделяющихся на две категории: содержательные и процессуальные.

Содержательные теории основываются на идее идентификации таких внутренних побуждений (потребностей), которые заставляют людей действовать так, а не иначе. Большое распространение получили теории, объясняющие поведение человека исходя из его потребностей, – это теория «иерархии потребностей» А. Маслоу, теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда, двухфакторная теория Ф. Герцберга, К. Алдерфера и другие [1].

Процессуальные теории мотивации основываются в первую очередь на поведении людей с учетом их восприятия и познания. К ним относятся теории ожидания К. Левина, предпочтения и ожидания В. Врума, теория справедливости С. Адамса, модель Портера-Лоулера, теория «Х» и «Y» Д. МакГрегора и другие.

В трудах отечественных ученых (В. А. Ядов, А. Г. Здравомыслов, В. П. Рожин, А. Н. Леонтьев, Н. Ф. Наумова, И. Ф. Беляева и др.) рассматриваются не только потребности, но и процесс формирования и функционирования мотивации, выделяются смыслообразующие мотивы трудовой деятельности [1].

На сегодня доказано и подтверждено, что влиять на мотивацию возможно посредством различного вида стимулов и состояний поведения работника, как материальных, так и духовно-психологических. Первые формируют социально-ориентированные потребности личности – «побудительные мотивы» к труду, вторые – «моральные мотивы» поведения к труду (рис. 1).

Стимулирование труда, по мнению ученых экономистов, на современном этапе развития теории менеджмента состоит из двух составляющих – материальной составляющей (зарплата, премии и надбавки, оплата обучения на курсах повышения квалификации, организация стажировок и т. д.) и нематериальной (психологическое давление путем нематериальных наказаний или поощрений, ротация – внутренне перемещение – кадров, создание благоприятного климата среди работников и т. д.) [2].



Рис. 1. Политика предприятия к стимулирующему воздействию на мотивацию к труду ее работников

В попытках управлять поведением работника или коллектива ученые пытаются смоделировать его реакции (мотивы поведения) на различные воздействия через духовно-психологические потребности или материальные стимулы. В определённые моменты такого воздействия упускается главная экономическая задача стимулирования, а именно получение максимального результата труда при наименьших затратах ресурсов предприятия, поэтому при разработке методов управления (политика предприятия в части стимулирования), воздействия на мотивацию работника или всего персонала следует уделять большое внимание имеющей стратегическое значение проблеме эффективности стимулирования данной мотивации к труду.

Структура современного коммерческого предприятия может быть сложной, состоять из множества должностных позиций и подразделений, которые в свою очередь также могут иметь многоуровневую структуру, и поэтому только тотальную (общую) эффективность всего предприятия можно считать суммой эффективной работы каждого отдельного элемента (подразделение, отдел, должность и т. д.), что позволяет предприятию в итоге получать прибыль и быть конкурентоспособным на рынке.

Следовательно, экономический эффект от проводимой политики стимулирования может быть представлен как совокупность результатов труда всех структурных единиц предприятия, а эффективность каждого из них можно изучить отдельно с целью обнаружения узких мест или нерезультативных позиций.

Таким образом, отдельный сотрудник предприятия может быть рассмотрен в качестве самодостаточной структурной единицы оценки эффективности стимулирования мотивации к труду, а также его перекрёстного воздействия мотива поведения на остальную часть коллектива. Под эффективностью стимулирования мотивации к труду работника будем понимать временную функцию отношения результатов труда к затратам на стимулирование. Тогда в формуле (1) отразим эффективность стимулирования мотивации к труду работника следующим образом:

$$E_p(T) = \frac{R(T)}{C(T)}, \quad (1)$$

где: $R(T)$ (англ. *result*) – результат труда работника (усл. единицы труда) за период времени T ; $C(T)$ (англ. *cost*) – затраты на стимулирование за период времени T , на поставленный план-результат (рубли); T – принятый период времени для измерений.

Представленная формула (1) определения эффективности стимулирования мотивации к труду показывает зависимость фактических результатов труда работника от затрат на его стимулирование, но не определяет влияния тотальной (общей) мотивации на этот процесс. Так как мотивация имеет существенное влияние на увеличение трудовой активности персонала лишь на определенном временном континууме, то понимание и выявление ее сущности может помочь в построении эффективной модели стимулирования мотивации к труду.

На текущий момент не существует единственно верной теории мотивации, а те имеющиеся фундаментальные основы различных монополюбно исследованных эндогенных участков воздействия на объект (работника), хоть и не противоречат друг другу, но все же довольно сильно различаются, и сегодня неисследованными участками данной теории являются:

- генезис синергии высокомотивированного коллективного труда;
- классифицирующие признаки по персональным характеристикам работника и персонала предприятия в целом для целей их стимулирования к мотивации;
- группировочные иерархии или кластеры персональных характеристик работников для целей их персонального стимулирования мотивации к труду;
- не идентифицированные (неизмеренные) влияния потребностей одного человека (работника) на его мотивацию к его труду;
- не идентифицированное (неизмеренное) перекрестное положительное или отрицательное воздействие низко- и высокомотивированных так называемых «холодных» и «фанатичных» работников на остальную часть коллектива.

Материальное стимулирование мотивации к труду является наиболее изученным блоком теории менеджмента, понятным и управляемым аппаратом. Доказано, что материальное стимулирование с высокой вероятностью оказывает влияние на процесс формирования мотивации к труду работника, но и здесь есть научная проблема.

Как только внешнее (экзогенное) стимулирование мотивации к труду со стороны предприятия произведено, оно (воздействие) начинает влиять на «механизмы» внутренней мотивации работника, т. е. начинает изменять внутреннее (эндогенное) духовно-психологическое состояние работника.

В коротком циклическом промежутке времени начинают взаимодействие личностные характеристики работника, его духовно-психологическое состояние и выбранные им на тот момент его социально ориентированные потребности. И, как следствие, предприятие получает на определенный континуум времени моральный мотив работника (отношение) к труду в соответствии с набором потребностей, существующих в текущий момент времени, и его результаты выражаются в приросте (или спаде) продуктивности, производительности труда этого сотрудника.

Однако модель, которую мы рассматриваем, динамическая, мы не успеваем измерить время цикла, когда духовно-психологическое состояние работника «затухает» и уменьшает моральную составляющую общего (тотального) мотива к труду. По окончании цикла опять возникает «конфликт» внутри работника между его духовно-психологическим состоянием и уже «деформированными» «новыми» социально ориентированными потребностями (согласно закону роста потребностей).

Рассмотрим математическое выражение обозначенной выше зависимости, каким образом возникшая моральная мотивация к труду влияет на производственные результаты труда сотрудника. Результат труда сотрудника тем выше, чем выше уровень его профессиональной квалификации и создаваемого в процессе стимулирования коэффициента трудовой мотивации (морального мотива). Тогда ожидаемый результат труда сотрудника представим в виде аддитивной функции в формуле (2):

$$R(T) = L_s(T) \cdot M_t(T), \quad (2)$$

где: L_s (англ. *Level of skill*) – средний коэффициент уровня квалификации сотрудника, который показывает, какой объем, и уровень сложности работы способен выполнять сотрудник за период времени T ; $M_T(T)$ (англ. *Total motivation*) – средний коэффициент трудовой мотивации сотрудника за период времени T .

Коэффициент трудовой мотивации есть способность мотивации работника влиять на результаты его труда. Следует отметить, что, хотя $M_T(T)$ и находится в прямой зависимости от мотивации работника, все же рост $M_T(T)$ замедляется при приближении к предельным величинам, которые определяются умственными и физическими возможностями отдельного человека, а при достижении верхней границы и вовсе останавливается. Схематично проиллюстрируем данный процесс на рис. 2.

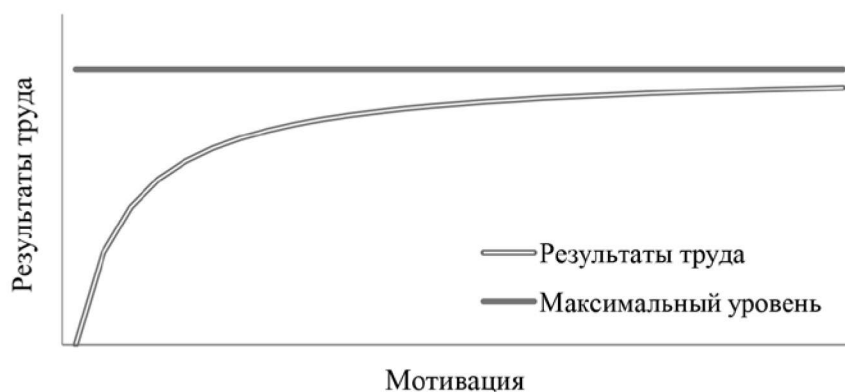


Рис. 2. Влияние мотивации на результаты труда

Тотальная трудовая мотивация сотрудника, измеряемая количеством труда, формируется такими составляющими, как (3):

- количество труда от внутренней мотивации (M_I) (самотивацией), которая определяется его духовно-психологическим обликом (моральным мотивом),
- количество труда от внешней мотивации (M_E), создаваемой внешними стимулами, то есть (3)

$$M_T = M_I + M_E. \quad (3)$$

При оценке факторов мотивации возникает ряд сложностей следующего характера:

- отсутствует точный математический аппарат измерения, ввиду имманентного нахождения мотивации;
- полученные результаты несут в себе элементы субъективности и в полной мере не отражают действительности, поэтому результаты такой оценки имеют высокую погрешность и не могут быть рассмотрены без предварительного анализа и корректировки.

Оценка внутренней мотивации (МІ) в большинстве случаев осуществляется методами анкетирования и интервьюирования.

В свою очередь, внешнюю мотивацию (экзогенный фактор) можно разделить на мотивацию, генерируемую предприятием (МС), на котором работает конкретный сотрудник, и прочую мотивацию (МО), создаваемую другими внешними обстоятельствами не связанными с деятельностью предприятия (4):

$$M_E = M_C + M_O. \quad (4)$$

Мотивацию, создаваемую прочими стимулами, можно оценить посредством кадровых и финансовых документов, предоставленных сотрудником отделу кадров (свидетельство о браке, рождении, смерти и т. д.) и бухгалтерии (налоговый вычет, справка о доходах для получения кредита и т. п.). Таким образом, мотивация, генерируемая предприятием, состоит из мотивации, создаваемой материальными (M_M) и нематериальными (M_N) стимулами, измеряемыми денежными эквивалентами, руб. (5):

$$M_C = M_M + M_N. \quad (5)$$

Нематериальные стимулы, включающие в себя карьерные изменения сотрудника, выговоры, поощрения, а также возможность самовыражения, самосовершенствования и т. д., и их влияние на мотивацию вычисляются при помощи опросов и информации из отдела кадров.

Заработная плата, премии, страховка и прочие денежные затраты предприятия на оплату труда персонала относятся к материальным стимулам, информация о которых содержится в финансовых документах предприятия.

Одной из основных проблем остается оценка зависимости влияния стимула на мотивацию работника и, как следствие, на результат труда, т. е. переход денежного эквивалента в мотивационный и трудовой.

Рассматривая данный вопрос, стоит уделить особое внимание поиску оптимального уровня стимулирования, превышение которого не ведет к дальнейшему повышению мотивации и производительности труда сотрудника.

Стимул, являясь внешним воздействующим фактором, имеет определенную силу воздействия на мотивацию, эту способность будем называть «потенциал стимула».

Таким образом, «потенциал стимула» – это способность стимула оказывать максимально возможное воздействие на процессы формирования мотивации работника. Отметим, что один и тот же стимул не может оказывать одинакового по силе влияния на мотивацию, в течение времени потенциал стимула имеет свойство снижаться, данный процесс будем называть «износ стимула».

В результате, «износ стимула» – это процесс снижения способности стимула воздействовать на мотивацию с течением времени. Схематично изобразим данные процессы на рис. 3.

Итак, при построении эффективной модели политики предприятия в части стимулирования мотивации к труду (через систему оплаты труда) необходимо учитывать создаваемый от материального стимула (экзогенный уровень) потенциал, который, в свою очередь, определяет переход величины стимулирования во внутреннюю мотивацию сотрудника и тотальную трудовую мотивацию и который определяет переход внутренней моральной мотивации в конечные результаты труда (эндогенный уровень).

Так как «износ стимула» неизбежно наступает с течением времени, следует корректировать политику предприятия, размеры и способы стимулирования, чтобы избежать неэффективных материальных затрат и купировать снижение результатов труда.



Рис. 3. Износ стимула мотивации к труду и кривая результатов труда

Основная задача ученых экономистов – измерить вышеобозначенные материальные и моральные мотивы работника к труду для последующей выработки эффективной политики предприятия в части стимулирования мотивации к труду через механизм оплаты труда и механизм формирования морального мотива работника.

Литература

1. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала. М.: ГроссМедиа, 2005. 224 с.
2. Спивак В. А. Управление персоналом: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2010. 226 с.

УДК 330.865

Загайнова Евгения Николаевна

ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИЙ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА

В данной статье рассматривается ряд этапов развития социальной ответственности в соответствии с меняющейся тенденцией в бизнесе. I этап «Отрицание социальной ответственности для бизнеса» характеризуется максимизацией прибыли, улучшением эффективности труда. II этап «Корпоративная социальная ответственность» характеризуется улучшением качества жизни персонала; формированием и развитием местного сообщества. Рассматривая III этап «Перспективная социальная ответственность», можно выделить сохранение окружающей среды, ориентацию на институты взаимодействия.

Ключевые слова: корпоративный, социальный, бизнес, персонал, ответственность.

Evgenia Zagaynova

THE EVOLUTION OF THE CONCEPTIONS OF THE SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS'S DEVELOPMENT

The article deals with a number of the stages of socially responsible business's development in accordance with the changing tendency in business. I stage «The negation of social responsibility for business», it's characterized by profit maximization, efficiency of labour's improvement. II stage «Corporate social responsibility». The improvement of the staff's quality of life; the formation and development of the local society is typical for this stage. III stage «The prospective social responsibility». Discussing this stage one can mark out: environment protection, orientation on the institution of interaction.

Key words: social, business, staff, responsibility.

Наряду с развитием общественного сознания взгляды на понятие социально ответственного бизнеса менялись исходя из того как эволюционировали ценности в обществе.