

4. Попов Е. А. Культура и духовная жизнь человека и общества в системе современного социологического знания и в условиях российско-азиатского поликультурного взаимодействия : монография. — Барнаул, 2013. — 202 с.

5. Досуговая педагогика : учеб. пособие / сост. И. Ю. Исаева. — М., 2016. — 196 с.

6. Дашковская О. Д. Организация досуговой деятельности: текст лекций. — Ярославль, 2009. — 71 с.

*А. Е. Семенихина (Барнаул)*

## **СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА (на примере ПАО ВТБ 24 г. Барнаула)**

*Научный руководитель — Н. А. Стерляева*

Создание эффективной системы социальной политики является одной из главных задач современной организации, в решении которой огромную роль играет формирование трудовой мотивации персонала. Рыночные отношения, конкуренция и высокие темпы изменений приводят к тому, что компании мобилизуют все имеющиеся мощности, они улучшают оборудование, внедряют современные технологии, детально разрабатывают и финансируют стратегии продвижения. Наряду с этим руководство компаний понимает, что эффективное использование всех перечисленных ресурсов невозможно без учета человеческого фактора [1]. В настоящее время не вызывает сомнений тот факт, что людские ресурсы играют более важную роль в развитии экономики, чем материальные, что работа с персоналом представляет собой одну из основных функций социальной политики организаций. Для того, чтобы эффективно использовать имеющиеся в распоряжении организации человеческие ресурсы, необходимо создать для людей такие условия, в которых им хотелось бы работать с пользой для себя и организации.

В современной научной литературе сформировалось два подхода к определению социальной политики. Одни считают, что социальная политика — это составная часть кадровой политики, включающая определенный набор выплат и услуг социального характера. Другие — что это часть менеджмента персонала, которая вклю-

чает все мероприятия, направленные на формирование мотивации работников, удовлетворение их социальных потребностей, соединение личных целей работников с организационными [2, с. 57]. Социальный пакет, безусловно, является одной из основных составляющих социальной политики, особенно на российских предприятиях. Однако в последнее время все большее значение приобретают элементы нематериальной мотивации. Поэтому второй подход к определению сущности социальной политики в настоящее время представляется более актуальным и адекватным современным условиям хозяйствования.

Успех бизнеса зависит во многом от уровня профессионализма и степени самоотдачи работников, поэтому все большую популярность приобретает ситуационный адресный подход — чем лучше работник, тем значительнее его социальный пакет. Работодатели понимают, что обеды за счет фирмы, перспектива дополнительного пенсионного обеспечения, оплата транспортных расходов и т. д. помогают сотруднику сэкономить силы и здоровье и сильнее привязывают его к предприятию. Таким образом, в современных условиях основными функциями социальной политики предприятия являются: мотивация персонала с целью повышения производительности труда; сокращение конфликтов, создание благоприятного климата; развитие и обучение персонала, повышение его профессионализма; привязка сотрудников к предприятию (снижение текучести кадров); привлечение новых квалифицированных сотрудников; создание благоприятного имиджа предприятия в глазах общественности [3].

Построение эффективной системы мотивации требует изучения не только теоретических основ мотивации, но и применяемых в настоящее время методов стимулирования персонала. На сегодняшний день существуют две точки зрения на то, каким образом можно повлиять на удовлетворенность работников и уровень их профессиональной мотивации: одни руководители предприятий полагают, что к успешному труду людей побуждает, в первую очередь, заработная плата, а другие считают, что — моральное стимулирование [4, с. 18]. На каждом предприятии стараются создать свою собственную модель мотивации и стимулирования с учетом реальных условий экономической среды. При выборе формы вознаграждения как метода мотивации нужно исходить как минимум из следующих трех его видов: экономические стимулы всех типов, управление по целям (достижение определенных целей работниками) и обогащение труда (неэкономические методы) и т. п. Руководители должны постоянно обдумывать возможные способы улучшения работы и мотивации под-

чиненных, так как в современных условиях усложнились хозяйственные связи, а также взаимосвязи участников, все более острыми становятся проблемы управления этим сложнейшим организмом, в том числе вопросы психологии управления, необходимость понимания причин человеческого поведения, использования социально-психологических методов руководства.

Для изучения основных направлений социальной политики как института формирования трудовой мотивации персонала в банке ВТБ 24 г. Барнаула было проведено социологическое исследование, в ходе которого опрошено 53 работника, занимающих различные должности. Результаты исследования показали, что уровень социальной политики в этой организации довольно высокий. Большая часть опрошенных сотрудников удовлетворены политикой, которую проводит их организация, они считают, что создана довольно грамотная система оплаты труда и развития кадров, респонденты довольны материальным стимулированием и методами управления персоналом. По результатам опроса было выявлено, что большинство респондентов (63%) довольны качеством условий трудовой жизни в их организации, недовольны 7%, 22% ответили «скорее да, чем нет» и 8% «скорее нет, чем да». В ходе исследования выяснилось, какие дополнительные социальные льготы и какие меры предприняты организацией для улучшения условий труда сотрудников. 15% опрошенных отметили аренду квартиры за счет предприятия, почти все сотрудники указали медицинское страхование (91%) и дополнительное пенсионное страхование (94%), а 87% опрошенных — выдачу кредитов своим работникам по сниженным ставкам. Таким образом, можно сделать вывод, что банк хорошо осведомляет своих сотрудников о возможности бесплатно получить дополнительное медицинское и пенсионное страхование, а также о возможности получить кредит по сниженным ставкам. Большинство респондентов (91%) отметили, что в организации проводятся мероприятия развлекательного характера. А также 87% сотрудников указали, что у них на работе разыгрываются соревнования на звание лучшего работника, 67%, отметили в качестве награды за это звание дорогие подарки, 74% — грамоты. Это говорит о направлении социальной политики банка в сторону нематериального стимулирования по отношению к работникам. Больше половины (68%) респондентов выделили положительные примеры того, как в их организации подбирают и расставляют персонал. Респонденты считают, что объем заданий, предложенных руководством, и уровень требуемых знаний соответствуют возможностям и требуемой должности сотрудника. Но при этом 40% отме-

тели, что требуемый опыт превышает стандартные критерии. Также для анализа социальной политики организации важно понимать, как производится отбор на руководящую должность. Больше всего опрошенных, а именно 68% отметили, что отбор кандидатов производится на конкурсной основе, 34% указали, что подготовка резерва на руководящую должность осуществляется по индивидуальной программе, 52% выбрало планомерную смену должностей по вертикали и горизонтали. При этом в графе «другое» 8% сотрудников указали дружеские либо родственные связи, а также симпатию начальства к определенному сотруднику.

Анализ результатов показал, что необходимо составить план развития в отношении дополнительных социальных льгот и качества условий труда. Например, можно внести следующие виды дополнительного социального стимулирования: бесплатное питание, оплата услуг мобильной связи, аренда квартиры за счет предприятия.

Еще в ВТБ 24 есть проблема с предоставлением гибкого графика для учащихся на сессии. Это является серьезным недостатком социальной политики банка в направлении привлечения молодых специалистов, которые совмещают работу с учебой. А также мнения сотрудников разошлись по поводу расстановки и подбора персонала, где большая часть опрошенных указали, что требуемый опыт превышает стандартные критерии. Отмечаются благоприятные тенденции в отношении нематериального стимулирования. Респонденты уверены, что начальство к ним относится хорошо и прислушивается к их новаторским идеям. Анализ документов показал, что все направления по социальной политике банка закреплены на документальном уровне.

Таким образом, эффективная социальная политика предполагает предоставление персоналу всех обязательных социальных услуг, которые предприятие должно оказывать в соответствии с законодательством. Вместе с тем она не может быть ограничена только обязательными социальными услугами. Конкуренция на рынке труда предполагает наличие социальных услуг, которые могут привлекать новых работников на предприятие или удерживать работающих здесь людей.

### **Библиографический список**

1. Багирова И. Х. Социальная политика компании как инструмент мотивации персонала // Молодой ученый [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.moluch.ru>.
2. Басовский Л. Е. Теория экономического анализа. — М., 2015. — 186 с.

3. Волгина Н. А. Социальная политика предприятия // Центр управления финансами [Электронный ресурс]. — URL: <http://center-yf.ru>.

4. Варданян И. С. Исследования системы управления мотивацией персонала // Управление персоналом. — 2015. — № 15. — С. 10–24.

*Е. С. Синельников (Барнаул)*

## **ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

*Научный руководитель — О. Л. Сытых*

В настоящее время социальное предпринимательство успешно развивается во многих странах, среди которых США, Великобритания, Германия, Нидерланды и др. В современной России явление социального предпринимательства также постепенно внедряется в экономическую и социальную жизнь общества.

Впервые термин «социальное предпринимательство» упоминается в 1960–1970-х гг. в англоязычной литературе, посвященной вопросам социальных изменений.

Значимый вклад в изучение и развитие социального предпринимательства внесли такие зарубежные исследователи, как Г. Диз, Р. Л. Мартин, С. Осберг, Г. Стивенсон, Д. Томпсон и др. Среди отечественных ученых и исследователей различные аспекты социального предпринимательства изучают И. Д. Афанасенко, А. Н. Макаревич, А. Московская, М. Б. Полтавская, Т. Ю. Сазонова и др.

Обобщая различные определения, социальное предпринимательство можно толковать как новаторскую деятельность предприятий, направленную на смягчение или решение социальных проблем на основе самокупаемости и устойчивости.

Социальное предпринимательство занимает особую экономическую и социальную нишу, находясь при этом на стыке благотворительности и традиционного бизнеса. Для наглядности сравним эти виды деятельности.

Основной целью традиционного предпринимательства является получение и максимизация прибыли, в то время как главной целью социального предпринимательства и благотворительной деятельности является смягчение или решение социальных проблем.