

Э.Ф. Усольцева
студент

В.А. Сивашенко
студент

О.В. Иванов
студент

Омский государственный технический университет
г. Омск, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

В наше время проблема мотива ц - -

ю

очередь для развития сотрудников, их личных и профессиональных способностей.

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации [1].

Мотивация - это процесс сознательного выбора человеком того или иного типа поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов [2]. В процессе производственной деятельности мотивация позволяет работникам удовлетворить свои основные потребности путем выполнения своих трудовых обязанностей.

Выделяют несколько методов мотивации персонала:

1. Экономические (прямые) - различные премии по результатам работы, оплата обучения, различные тренинги и т.д.

2. Экономические (непрямые) - Предоставление различных льгот на питание, транспорт, льготы на ипотеку.

3. Неденежные - карьерный рост, грамоты за качественные и количественные показатели, доски почета, гибкие графики выхода на работу и т.д.

Также существуют формы мотивации труда, основными из них являются:

1. Заработная плата сотрудника, объективно оценивающая его вклад в деятельность компании.

2. Предоставление льгот сотрудникам, такие как: премирование, доплаты за стаж, дополнительное медицинское страхование, увеличение продолжительности оплачиваемых отпусков и т.д.

3. Мероприятия, направленные на увлечение сотрудника его работой, повышение привлекательности труда, ответственности и самостоятельности сотрудника.

4. Устранение различных барьеров между сотрудниками как по вертикали, так и по горизонтали.

5. Моральное стимулирование работников.

6. Повышение квалификации персонала и продвижение по карьерной лестнице.

Функция мотивации заключается в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив предприятия в форме побудительных мотивов к эффективному труду, общественного воздействия, коллективных и индивидуальных поощрительных мер. Указанные формы воздействия активизируют работу субъектов управления, повышают эффективность всей системы управления предприятием, организацией.

В мае-июне 2015 года специалистами компании Kelly Services было проведено исследование "Мотивация персонала на российском рынке труда". Согласно данным этого исследования, главным мотивирующим фактором по-прежнему является уровень заработной платы. Но что касается других факторов, относительно них требования у россиян изменились: официальное трудоустройство стало для них важнее и не забывают про деловую репутацию работодателя.

По результатам исследования, главным мотивирующим фактором для большинства россиян остается уровень оплаты труда (72%), хотя его значимость по сравнению с прошлым годом упала на 5%. Другими важными факторами для россиян являются официальное трудоустройство (38%), возможности карьерного роста (35%), масштабные и интересные задачи (32%) и комфортная атмосфера в компании (30%). На фоне общего снижения привлекательности мотивирующих факторов в среднем на 3-5%, единственным параметром, не изменившим уровня значимости по сравнению с прошлым годом осталось официальное трудоустройство (38%), а привлекательность такого фактора как репутация работодателя (20%) увеличилась на 2%. По мнению экспертов компании, работа в стабильной компании, с официальным оформлением и "белой" заработной платой, для большинства работников является своеобразной гарантией стабильности. По итогам результатов на рисунке представлен график изменения главных мотивирующих факторов за 2014-2015 гг. [3]

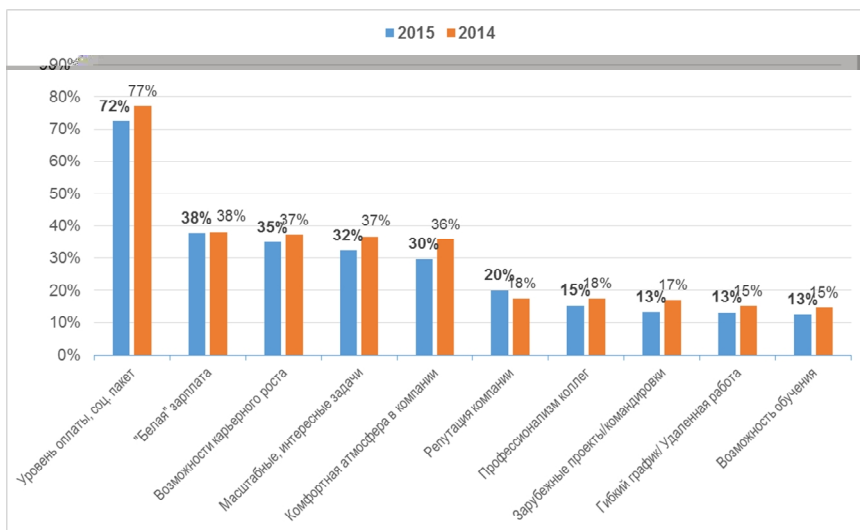


Рис. Какие факторы больше всего вас мотивируют

Список литературы

1. Шапиро С.А. Основы трудовой мотивации: учебное пособие / С.А. Шапиро. - М. : КНОРУС, 2012. - 88 с.
 2. Шапиро С.А. Основы трудовой мотивации: учебное пособие / С.А. Шапиро. - М. : КНОРУС, 2012. - 93 с.
 3. Электронный ресурс: <http://www.marketing.spb.ru/mr/business/entertainment-mediaoutlook.htm>
- © Э.Ф. Усольцева, В.А. Сивашенко, О.В. Иванов, 2017

УДК 657.6

Е.П. Щербакова

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета
ФГБОУ ВО "РГЭУ (РИНХ)"
г. Ростов-на-Дону, Россия

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Чтобы принимать и реализовывать наиболее эффективные с точки зрения стратегического развития экономического субъекта управленческие решения, необходим постоянный и эффективный внутренний контроль на всех этапах процесса управления.

В целом организация системы внутреннего контроля (СВК) в общем случае находится под воздействием следующих факторов:

- отношение руководства к внутреннему контролю;
- внешние условия функционирования организации, ее размеры, оргструктура, масштабы и виды деятельности;
- количество и региональная неоднородность месторасположения ее обособленных подразделений или дочерних компаний;
- стратегические установки, цели и задачи;
- степень механизации и компьютеризации деятельности;
- ресурсное обеспечение;
- уровень компетентности кадрового состава.

Внутренний контроль может быть организован:

- в форме постоянно действующей ревизионной комиссии (ревизора), избираемой и принимаемой ежегодно на общем собрании акционеров для утверждения годовой отчетности;
- в форме отдела внутреннего аудита, подотчетного непосредственно руководителю предприятия;
- в структурно-функциональной форме;
- в форме группы контроля;
- в форме инвентаризационного бюро;
- в форме договора с аудиторской фирмой на ведение внутреннего аудита (аутсорсинг).