

# Моральное стимулирование труда Понятие и методы

Презентацию подготовила  
ст. гр. БИБ-3601  
Крысова Мария

# Содержание

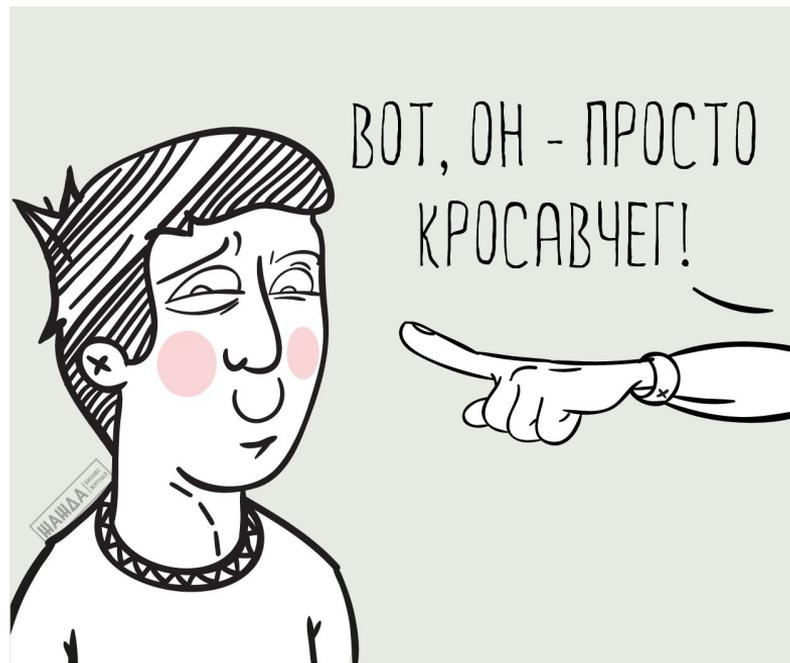
— — —

1. Моральное стимулирование
2. Требования
3. Эффективное применение
4. Информирование в системе стимулирования персонала
5. PR
6. Организация корпоративных мероприятий
7. Тимбилдинг
8. Командообразование как комплексный метод
9. Задачи, условия

# Моральное стимулирование

— — —

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



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.

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.

## Разработанное на предприятии моральное стимулирование работников должно отвечать следующим требованиям:

- 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.



# Для эффективного применения моральных стимулов необходимо:

- наличие положения о статусах морального 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.

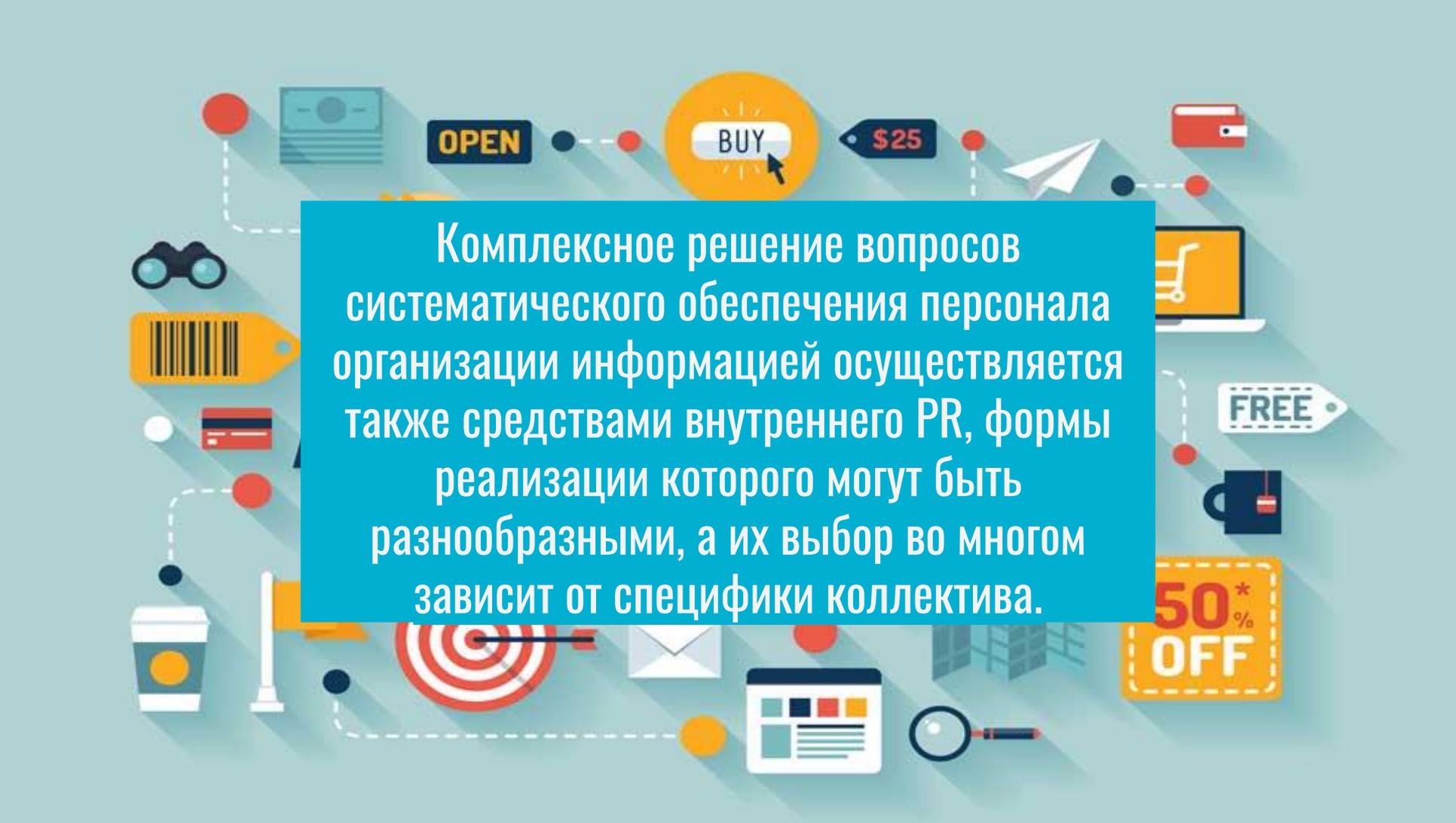
# Информирование в системе стимулирования персонала

# Основные задачи информирования персонала состоят в том, чтобы:

---



- транслировать нормы, ценности, ориентиры организационной культуры в широкие массы работающих;
- своевременно сообщать сотрудникам о событиях в жизни организации;
- способствовать формированию благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- способствовать формированию командного (корпоративного) духа в организации;
- способствовать повышению уровня лояльности сотрудников;
- способствовать осознанию сотрудниками своей роли в коллективе.



Комплексное решение вопросов систематического обеспечения персонала организации информацией осуществляется также средствами внутреннего PR, формы реализации которого могут быть разнообразными, а их выбор во многом зависит от специфики коллектива.

## Наиболее распространенными методами внутреннего PR являются:

— — —

- разработка "фирменного" стиля деловой жизни организации (например, стильные элементы оформления офисов, удобная и красивая форменная одежда, единые требования к культуре делового поведения, стандарты работы с клиентами);
- выпуск корпоративных изданий (например, фирменный журнал, содержащий новости о назначениях на должности в составе руководящего звена; общеотраслевые новости; освещение наиболее важных событий, происшедших в организации за последнее время; поздравления именинников; ответы на вопросы сотрудников; информация о региональных представительствах);
- создание общефирменной информационной среды (сайт компании, система внутреннего радиовещания).

# Организация корпоративных мероприятий

Неотделимой частью своеобразия компании являются проводимые в ней корпоративные мероприятия - праздники, тренинги, тимбилдинг. И они являются не столько способами "развлечь" сотрудников, сколько инструментами морального стимулирования персонала, элементами формирования внутреннего имиджа компании. Эксперты называют одним из самых эффективных методов транслирования корпоративных ценностей корпоративные праздники.

Корпоративные праздники в жизни организации выполняют целый ряд важных функций:

- фиксация успеха (в отличие от простой процедуры подведения итогов праздник подчеркивает достижения, успехи компании с позитивной направленностью);
- адаптация (помощь новичкам во вхождении в коллектив);
- воспитание (приобщение людей к значимым для организации ценностям);
- групповая мотивация (процесс формирования и регулирования отношений в коллективе протекает в неформальной запоминающейся позитивной эмоциональной обстановке);
- рекреация (необходимое отвлечение от трудового процесса, отдых, переключение внимания, развлечение);
- сплочение (на основе эмоционального сближения) и др.



Классификация корпоративных праздников

Таблица 3.10

№ п/п	Повод, событие	Пример (тема праздника)
1	События, касающиеся общества в целом, традиционные, общегосударственные праздники	Новый год Международный женский день День Защитника Отечества День Победы Международный день ребенка
2	Профессиональные праздники	День учителя День банковского работника День работников нефтяной и газовой промышленности
3	События, касающиеся жизни конкретной организации, ее сотрудников	День рождения компании День летнего (зимнего, весеннего, осеннего) именинника Корпоративная спартакиада Ежегодная встреча партнеров
4	События, относящиеся к какому-либо достижению организации	Вечеринка по поводу 10 000-го клиента Праздник по случаю перевыполнения объема продаж Вечер презентации нового продукта компании
5	«Внесобытийный» праздник	Прямой повод отсутствует. Нужна встреча с персоналом, обусловленная, например: • необходимостью проинформировать сотрудников о новой стратегии компании; • конфликтами между подразделениями

# Классификация корпоративных праздников

Не менее известным и популярным средством неформального корпоративного общения и сплочения коллектива является сегодня тимбилдинг (в пер. с англ. team building - построение команды). Поскольку на практике организовать тимбилдинг предлагают не только компании, специализирующиеся на проведении внутрифирменных тренингов, но и компании, занимающиеся корпоративными праздниками, то тимбилдингом часто называют и сессии стратегического планирования, и дискуссионные командообразующие тренинги, и "веревочные курсы", и игровые развлекательные программы, и корпоративные праздники.



# Основные блоки тимбилдинг-тренинга, как правило, включают:

- совместное планирование и распределение ответственности в команде;
- умение договариваться;
- видение общей цели;
- ролевое распределение в команде;
- эффективное исполнение командных задач;
- рациональное использование командного ресурса.



## Основными целями проведения командообразующих программ являются:

— — —

**Командообразование как комплексный метод морального стимулирования персонала направлен на улучшение взаимодействия между сотрудниками и сплочение коллектива. Программы командообразования позволяют участникам выявить свои скрытые возможности, в непривычной обстановке по-новому взглянуть на своих коллег, получить эмоциональную разрядку.**

- сплочение коллектива;
- построение эффективных коммуникаций в коллективе (группе);
- получение опыта позитивного командного взаимодействия;
- разрешение конфликтных ситуаций и улучшение взаимодействия в рамках подразделения или всей организации;
- развитие горизонтальных и вертикальных неформальных связей, навыков командной работы.

# Чтобы быть эффективным, механизм морального стимулирования должен выполнять следующие задачи:

- предусматривать поощрения за конкретные результаты, 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;
- усиливать заинтересованность каждого работника в постоянном улучшении его трудовых показателей;
- быть простым, доходчивым и понятным для работников;
- обеспечить правильное взаимодействие материальных и моральных стимулов, непрерывно их совершенствовать в соответствии с новыми задачами, изменением в содержании, организации и условиях труда.



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



# Список источников

— — —

1. [Электронный ресурс] – <https://hr-portal.ru/article/moralnoe-stimulirovanie-personala> - Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В. Мотивация и стимулирование персонала. - М.: Инфра-М, 2009.

2. [Электронный ресурс]-<http://infomanagement.ru/referat/150/9>

**Спасибо за внимание!**