

ТЕХНОЛОГИИ СТИМУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»

*Н.В.Зиганшина, Г. О.Могильницкая
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

TECHNOLOGY OF STIMULATION OF MARKETING ACTIVITIES ROSTELEKOM

*N.V. Ziganshina, G.O. Mogilnistkaya
(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

Роль материального стимулирования в любой компании необходимо всегда ставить на первое место. Для руководителя это - мощный рычаг управления, для персонала - совокупность многих факторов: в первую очередь деньги, позволяющие получать от жизни определенные блага, оценка своей собственной деятельности, что заставляет поддерживать и даже улучшать определенное качество работы, фактор социальной значимости, в своем коллективе и вне его окружения.

Системы стимулирования труда работников уже на протяжении долгого времени не теряют к себе интереса. Для эффективного стимулирования, рассматриваются три ее функции: экономическая, социальная и психологическая.

1. Экономическая функция, т.е. происходит содействие повышению эффективности производства.

2. Социальная функция, т.е. через доходы формируется социальная структура, формируются потребности, развивается личность и т.д.

3. Нравственная функция, или воспитательная - формируется непосредственно отношение к труду[1]. Знакомство с историей научных исследований показывает, что проблемой мотивации занимались психологи, проблемами стимулирования - управленцы (как теоретики, так и практики). Поэтому продолжительное время в научном мире проблемы мотивации находились в одном «отсеке», а стимулирования - в другом. Но на практике картина была иной - и те и другие проблемы приходилось и приходится решать, считаясь с их взаимосвязью. Проблема мотивации и стимулирования поведения является важнейшей в организации любого типа.

Вознаграждение за труд или компенсация работникам затрачиваемых умственных, физических или предпринимательских усилий играет существенную роль в привлечении трудовых ресурсов на предприятие, в мотивировании, использовании и сохранении необходимых специалистов в организации или фирме.

ОАО «Ростелеком» с уверенностью можно назвать успешной организацией, об этом могут судить её экономические показатели, а также вовлеченность в многочисленные государственные проекты [2]. Все это говорит о том, что организация, в ходе своей работы, получает хорошие результаты, и это было бы маловероятно без деятельности людей, которые действительно заинтересованы процессом и будущим своей компании. Все это было бы невозможно без достойной мотивации сотрудников.

Задача правильной организации заработной платы и стимулирования труда в ООО «Ростелеком» сводится к обеспечению материальной заинтересованности торговых работников в достижении наилучших результатов работы, и в первую очередь в росте товарооборота, при высокой культуре торгового обслуживания населения, повышении производительности труда и эффективности торговли, ускорении научно-технического

прогресса, улучшении использования трудовых и материальных ресурсов[3]. В том случае, если работники заинтересованы в получении наилучшего результата своей деятельности, их работа будет эффективнее, а соответственно, они будут вознаграждены за свой труд. Политика организации всегда предполагает высокий уровень качества обслуживания и предлагаемой продукции, что всегда положительно сказывается на экономическом положении.

Стимулирование сотрудников, это, как правило, материальные поощрения, они в свою очередь могут осуществляться через заработную плату, надбавки, премии и иные выплаты, мотивирующие работника. У всех сотрудников организации повременная форма оплаты труда, что дает гарантию каждому сотруднику. В данный момент ОАО «Ростелеком» необходимо стараться удерживать политику организации на этом уровне и при случае влияния определенных факторов создать условия для быстрого реагирования на них. Устоявшаяся политика стимулирования труда вызывает у сотрудников привыкание. И при наступлении изменений работники могут разочароваться в своей организации, поэтому в любой системе нужно практиковать гибкость и способность быстро реагировать на изменения внутри и вне организации[4]. Для того чтобы в организации существовала достойная модель материального стимулирования необходимо провести следующие мероприятия:

- выяснение осведомленности работников организации о формировании заработной платы, премии и т.п., о возможности улучшения качества выполняемой работы, что само собой скажется на материальном показателе;
- улучшение профессиональной подготовки государственных служащих, а так же больше внимания уделять правовому воспитанию служащих;
- повышение квалификация сотрудников, в дальнейшем это скажется на производительности, и как следствие на заработной плате;
- разъяснение сотрудникам целей и политики компании;
- выяснение формы социальной защищенности персонала, которые необходимо внедрить в компании;
- определение адекватности уровня заработной платы объему выполняемой работы.

Задача правильной организации заработной платы и стимулирования труда в ОАО «Ростелеком» сводится к обеспечению материальной заинтересованности торговых работников в достижении наилучших результатов работы, и в первую очередь, в росте товарооборота, при высокой культуре торгового обслуживания населения, повышении производительности труда и эффективности торговли, ускорении научно-технического прогресса, улучшении использования трудовых и материальных ресурсов. В том случае, если работники заинтересованы в получении наилучшего результата своей деятельности, их работа будет эффективнее, а соответственно, они будут вознаграждены за свой труд[5].

Для предпринимателя люди являются наиболее ценным ресурсом, так как именно люди могут постоянно совершенствоваться. Соответственно, умело управляя людьми, можно постоянно улучшать организацию производства и увеличивать прибыль. Поэтому предприниматель должен хорошо разбираться в людях, знать их достоинства и недостатки, мотивы, которые побуждают их к труду. Хорошее знание мотивации работников - залог создания более совершенной системы стимулирования работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глухов, В.В. Основы менеджмента. - СПб: Спец.литература, 2007г.
2. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: российская практика - М.: Прогресс, 2008г.
3. Юсупов А.А. Зарплата зависит от качества труда, а не наоборот // Человек и труд - 2007г.- №10
4. Папонова, Н.Е. Как мотивировать персонал на достижение целей компании? / Н.Е. Папонова // Кадры предприятия. - 2007. - №10.
5. http://kurs.ido.tpu.ru/courses/manpower_management/tema12.html