
ЗАВИСИМОСТЬ НАПОЛНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАКЕТА КОМПАНИИ ОТ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ РАБОТНИКОВ

Голев Сергей Сергеевич,

аспирант экономического факультета Воронежского государственного университета; corvet.gss@mail.ru

В настоящее время одним из наиболее востребованных направлений социальной политики организации является политика социального обеспечения, в рамках которой организация принимает на себя социальную ответственность за персонал. Сегодня социальный пакет выполняет в первую очередь мотивирующую функцию, при составлении которого необходимо учитывать моральные и психологические установки сотрудников компании. Все большую актуальность приобретают «Теории поколений» Нейлома Хоувомы и Вильяма Штрауса, говорящие о наличии поколений с различными ценностями, сформированными под влиянием общественных, политических, экономических, социальных, технологических событий и воспитания в семье.

Ключевые слова: социальный пакет, социальная политика компании, социальные гарантии, мотивация, теория поколений.

В настоящее время одним из наиболее востребованных направлений социальной политики организации является политика социального обеспечения, в рамках которой организация принимает на себя социальную ответственность за персонал.

Важным аспектом социальной политики организации является разработка социального пакета для сотрудников. Социальный пакет является одним из способов дополнительного стимулирования работников, в результате чего существенно повышается лояльность персонала.

Социальный пакет выполняет несколько функций:

- компенсация невысокого уровня заработной платы;
- удержание уже имеющихся сотрудников;
- привлечение новых сотрудников;
- поддержание стимулирующего фактора в трудовой деятельности.

Однако для того чтобы мероприятия, проводимые компанией, имели

результат (эффективную трудовую деятельность и высокий уровень лояльности персонала компании), необходимо учитывать ряд факторов. Во-первых, сотрудники компании должны осознавать, что представляемый пакет социальных льгот и услуг является дополнительным материальным вознаграждением за работу. Во-вторых, проводимые мероприятия социальной политики должны соответствовать основным потребностям сотрудников. Соблюдение этих условий соответствует особенностям мотивационно-гигиенической теории Ф. Герцберга, в соответствии с которой таких «факторов гигиены», как уровень заработной платы, физические условия труда и т.д., недостаточно для мотивирования, нужно более широко использовать и другие факторы, обладающие более долгосрочным стимулирующим воздействием.

Социальный пакет играет немаловажную роль для сотрудников. Его наличие формирует не только хороший имидж компании на рынке, но и благоприятную обстановку внутри компании. В результате применения соцпакета достигаются такие цели компании, как повышение привлекательности, повышение мотивации и управления производительностью труда, снижение уровня абсентизма, обеспечение благоприятного социально-психологического климата, повышение лояльности к компании.

В свою очередь для работодателя предоставление дополнительных социальных гарантий выступает средством стимулирования труда своих сотрудников.

Сегодня соцпакет выполняет в первую очередь мотивирующую функцию. При определенных условиях компании становится выгодно стимулировать труд сотрудника не повышением его заработной платы, а расширением социального пакета. Необходимо оценить влияние каждого элемента социального пакета на заинтересованность работника в собственной работе. При этом необходимо учитывать моральные и психологические установки сотрудников компании.

Согласно «Теории поколений», сформулированной американскими учеными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом, поколение формирует и определяет не только и не столько возраст, сколько ценности людей, которые формируются под влиянием общественных, политических, экономических, социальных, технологических событий и воспитания в семье. Каждое поколение условно разделено по возрастному признаку с шагом в 20 лет. Это представители так называемого среднего класса, являющегося самым массовым, формирующим преимущественный состав и определяющим основное развитие общества.

Согласно данной теории, в России в настоящее время живут и работают представители следующих поколений:

- Молчаливое поколение;
- поколение беби-бумеров или бумеров;
- поколение X или Неизвестное поколение;

- поколение Y или поколение Сети, поколение Миллениум;
- поколение Z.

Ценности наиболее возрастного поколения – Молчаливого поколения (годы рождения 1923–1943), формировались до 1953 г. При этом основные события, оказавшие влияние на формирование, носили угнетающий характер: сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление разрушенной страны, открытие антибиотиков. В результате у Молчаливого поколения была сформирована следующая система ценностей: преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение.

На развитие поколения беби-бумеров или бумеров (годы рождения 1943–1963), ценности которых формировались до 1973 г., оказали влияние следующие события: советская «оттепель», покорение космоса, формирование СССР в виде супердержавы на мировой арене, «холодная война», первые пластические операции и создание противозачаточных таблеток, единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания. Под влиянием этих событий сформировалось поколение с психологией победителей, перед которыми не существовали непреодолимые задачи или проблемы. Характерные особенности: оптимизм, заинтересованность в личном росте и вознаграждении, коллективизм и командный дух, культ молодости.

На формирование системы ценностей поколения X или Неизвестного поколения (годы рождения 1963–1983) до 1993 г. воздействовали следующие события: продолжение «холодной войны», перестройка, СПИД, наркотики, война в Афганистане. В результате сформированы ценности: готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов.

Процесс формирования поколения Y или поколения Сети, поколение Миллениум (годы рождения 1983–2003) происходит до сих пор, а система ценностей завершает формирование в настоящее время. К событиям, сформировавшим ценности, предоставляется отнести распад СССР, теракты и военные конфликты, атипичная пневмония, развитие цифровых и сотовых технологий. В систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение.

Поколение Z (годы рождения 2003–2023) находится на стадии появления, и их ценностям еще только предстоит сформироваться. Однако, согласно рассматриваемой «теории поколений», можно провести параллель между Молчаливым поколением и поколением Z. Система ценностей и социальная активность будут сформированы по образу наиболее пожилого поколения.

Знание психологических особенностей представителей каждого из этих поколений является непременным условием успеха в ведении современно-

го бизнеса начиная от планирования потребности компании в персонале и выстраивании корпоративной культуры до методов и способов донесения информации о товарах и услугах до целевой аудитории.

Если соцпакет предоставляется всем сотрудникам организации или определенным категориям работников, то его составляющие конкретизируются в коллективном договоре. Ст. 40 ТК РФ определяет коллективный договор как правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей.

Трудовой кодекс содержит открытый перечень вопросов, которые могут найти отражение в коллективном договоре. Среди них формы, системы и размеры оплаты труда; выплата пособий и компенсаций; вопросы предоставления и продолжительности отпусков; оздоровление и отдых работников и членов их семей; частичная или полная оплата питания работников.

Используя возрастное распределение, предложенное Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом, представляется возможным более точно сформировать комплекс социальных гарантий и льгот, предоставление которых будет в большей степени мотивировать определенные категории сотрудников компании. Таким образом, лимит денежных средств, предусмотренных на данные расходы, будет оптимизирован за счет более детального подхода системы мотивации персонала организации.

Для компаний важно наличие соцпакета, поскольку он позволяет выразить отношение организации к сотруднику и создать более привлекательный имидж организации на рынке. Например, компания ОАО «РЖД» предоставляет своим сотрудникам ряд дополнительных социальных гарантий, в состав которых входит: материальная помощь при уходе в ежегодный оплачиваемый отпуск; компенсация затрат на приобретение бытового топлива; корпоративная поддержка работников (субсидии, займы, кредиты, ипотека) на строительство и приобретение жилья в собственность; возмещение работникам, проживающим в жилых помещениях специализированного жилищного фонда ОАО «РЖД», расходы по их найму; обеспечение санаторно-курортного и реабилитационного лечения работников и членов их семей; частичная компенсация затрат на занятия физической культурой в платных секциях; обеспечение для работников услуг питания в производственных столовых. Кроме того, в состав социальной политики ОАО «РЖД» входит не только основной социальный пакет, но и компенсируемый. Положения социальных гарантий утверждены в коллективном договоре. Причем ряд сотрудников, имеющих первостепенное значение для организации, имеет возможность использовать расширенный спектр услуг в рамках компенсируемого социального пакета. Компенсируемый социальный пакет построен по принципу «кафетерия», что подразумевает наличие выбора у сотрудника компании компенсаций, в наибольшей степени отвечающих его потребностям.

Формирование корпоративной культуры компании происходит в определенной производственной и социальной среде под воздействием требований рынка и в направлении удовлетворения потребностей клиентов.

Таким образом, в рамках управленческого подхода соцпакет выполняет в первую очередь мотивирующую функцию. В результате чего компания имеет возможность стимулировать труд сотрудника не повышением заработной платы, а расширением его социального пакета. Применяя индивидуальный подход по возрастному принципу, возможно достижение дальнейшей оптимизации затрат компании.

Список источников

1. Mihelich, M. Новое поколение выходит на сцену: после 2000-х [электронный ресурс] / М. Mihelich. – URL: <http://www.hr-director.ru/Journal Article.aspx?id=57555>.
2. Альбац, Е. Они выросли в циничной среде [электронный ресурс] / Е. Альбац. – URL: <http://newtimes.ru/articles/detail/33302>.
3. Антипов, А. Теория поколений [электронный ресурс] / А. Антипов, Е. Шамис. – URL: <http://www.advertology.ru/article48762.htm>.
4. Антипов, А. За икса не отвечаю [текст] / А. Антипов // В мире науки. – 2013. – № 3. – С. 75.
5. Двухфакторная теория мотивации Герцберга [электронный ресурс]. – URL: <http://www.azps.ru/articles/personal.html>.
6. Фредерик Герцберг и трудовая мотивация [электронный ресурс]. – URL: http://www.socioego.ru/teoriya/teor_manag/teor_motiv/gern.html.

DEPENDENCE OF FILLING SOCIAL PACKAGE OF COMPANY ON AGE CATEGORIES OF WORKERS

Golev Sergey Sergeevich,

Post-graduate student of Economics faculty, Voronezh State University;
corvet.gss@mail.ru

Currently one of the most popular directions of social policy of the organization is social security policy, under which the company assumes social responsibility for staff. Today social package performs primarily motivating function, the drafting of which must take into account the moral and psychological attitudes of employees. All the more urgent «Theory of generations» written by Neil Howe and William Strauss, speaking about the presence of generations with different values, formed under the influence of social, political, economic, social, technological events and upbringing in the family.

Keywords: benefits package, the company's social policy, social guarantees, motivation, the theory of generations.