

УДК 658.3.101.3:364.658

**Карелина**

**Анастасия Андреевна**,  
студент кафедры экономи-  
ки Института социально-  
гуманитарных технологий  
Национального  
исследовательского  
Томского политехнического  
университета,  
Россия, 634050, г. Томск,  
пр. Ленина, 30.  
E-mail: karelina\_11@mail.ru

**Дукарт**

**Сергей Александрович**,  
кандидат экономических  
наук, доцент кафедры  
экономики Института  
социально-гуманитарных  
технологий Национального  
исследовательского  
Томского политехнического  
университета,  
Россия, 634050, г. Томск,  
пр. Ленина, 30.  
E-mail: dukart@mail.ru

**Селевич Ольга Семеновна**,

кандидат экономических  
наук, доцент кафедры  
экономики Института  
социально-гуманитарных  
технологий Национального  
исследовательского  
Томского политехнического  
университета,  
Россия, 634050, г. Томск,  
пр. Ленина, 30.  
E-mail: osss@mail.ru

**ВОСПРИЯТИЕ РАБОТНИКАМИ ПРОВЕДЕННЫХ  
ПРОГРАММ ПО БЛАГОПОЛУЧИЮ  
НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ:  
ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП ИССЛЕДОВАНИЯ  
PERCEPTION OF WELLBEING PROGRAMS HELD AT  
THE INDUSTRIAL ENTERPRISE BY EMPLOYEES:  
PREPARATORY STAGE OF RESEARCH**

А.А. Карелина, С.А. Дукарт, О.С. Селевич  
A.A. Karelina, S.A. Dukart, O.S. Selevich,

Томский политехнический университет, Россия  
Tomsk Polytechnic University, Russia  
E-mail: karelina\_11@mail.ru

*Актуальность данной темы исследования определяется потребностью промышленных предприятий в улучшениях своей деятельности за счет повышения благополучия сотрудников.*

**Цель работы:** выявить, какие программы предоставляет предприятие своим сотрудникам для повышения их благополучия, и проанализировать, какие программы востребованы на предприятии. **Методы исследования:** анализ, синтез, прогнозирование и моделирование. **Результаты:** проведенное исследование поможет выявить направления, в которых следует работать предприятию для повышения благополучия сотрудников. В работе будет рассмотрена деятельность АО «Сибирская Аграрная Группа».

**Ключевые слова:** благополучие, качество жизни, корпоративная ответственность, мотивация персонала и стимулирование.

*The relevance of the subject of the research is determined by requirement of industrial enterprises for improvements of the activities due to increase in wellbeing of employees. **The main aim** of the study is to identify the programs provided by the company to its employees to enhance their wellbeing, and to analyze which programs are in demand at the enterprise. **Methods:** analysis, synthesis, modeling and forecasting. **Results.** The study will help identify the directions for the company to follow for increasing wellbeing of the employees.*

**Key words:** wellbeing, quality of life, corporate responsibility, employee motivation and stimulation.

Благополучие сотрудников является неотъемлемой частью эффективной работы всей организации в целом. Проблема данного исследования заключается в том, что проведенные на предприятии программы по улучшению уровня жизни работников могут не соответствовать потребностям самих работников. В качестве причины этого можно назвать тот факт, что проводимые мероприятия отнимают личное время персонала без материальной компенсации, также у персонала нет достаточных стимулов для посещения подобных мероприятий. В настоящее время большинство рабочих заинтересованы, прежде всего, в материальной мотивации (премии, вознаграждения за дости-

жение целей, льготы и т. д.). Далеко не все хотят посещать различные спортивные и оздоровительные мероприятия, проводимые силами предприятия.

К ключевым следует отнести следующие понятия данной темы: благополучие, качество жизни, корпоративная ответственность, мотивация персонала и стимулирование [1].

Благополучие – это жизнь в довольстве, спокойное и счастливое состояние. Предприятие заинтересовано в том, чтобы каждый его работник чувствовал себя благополучно. Для этого организуются различные тренинги, семинары, проводятся оздоровительные мероприятия, также работников направляют в санатории и курорты, оплачивают больничный лист и т. д.

Некоторые авторы утверждают, что качество жизни – это совокупность характеристик физического, эмоционального, психологического и социального функционирования, основанная на его субъективном восприятии. Другими словами, это то, как воспринимает свое положение человек в обществе. Организация заинтересована в том, чтобы у работников был высокий уровень качества жизни. Для измерения показателей предприятие проводит опросы работников через анкетирование и стремится учитывать интересы каждого отдельно взятого человека. Проводя измерение качества жизни, учитываются такие параметры, как: здоровье, условия проживания, отношения в коллективе. Эти исследования в конечном итоге помогают выявить, комфортно ли чувствует себя человек на работе, в каких условиях он живет, доволен ли он своей заработной платой и др. [2].

Корпоративная ответственность – это забота о персонале собственной компании. Корпоративная ответственность должна быть направлена на соблюдение интересов самых разных сотрудников компании. Корпоративная ответственность отвечает за выполнение определенных обязанностей – экономического и социального характера. Сюда можно включить своевременную оплату налогов, обеспечение сотрудников комфортными условиями для работы: это может быть бесплатный абонемент в фитнес-клуб, предоставление жилья старейшим сотрудникам компании или молодым семьям, предоставление новых рабочих мест и т. д.

Мотивация персонала – совокупность процессов, которые побуждают человека к деятельности в направлении достижения конкретной цели. Безусловно, существуют различные формы мотивации, которые определяют, что является наиболее важным и ценным для человека. Зачастую это может быть не один фактор, а несколько. В совокупности они составляют карту или набор мотивационных факторов. Факторы мотивации делятся на внешние и внутренние [3].

К внутренним факторам мотивации относятся:

- мечта, самореализация;
- идеи, творчество;
- убежденность;
- самоутверждение;
- здоровье;
- личный рост.

Внешние факторы мотивации:

- карьера;
- деньги;
- социальный статус;
- роскошные и престижные вещи;
- возможность путешествовать.

Стимулирование – это определенное воздействие на человека извне. Цель такого воздействия заключается в направлении его деятельности, поведении в организации. Стимулирование труда сотрудников предполагает создание определенных условий, при которых поощряется активная трудовая деятельность, дающая определенные результаты. Цель стимулирования заключается в том, чтобы побудить человека работать как можно лучше.

Рассмотрим варианты стимулирования, применяемые на конкретном предприятии. Группа компаний «Сибирская Аграрная Группа» активно использует различные методы стимулирования. За выполнение плана сотрудники получают премии, в конце года выплачивается 13-я заработная плата, на доске почета вывешиваются фотографии лучших работников, за хорошую работу некоторые сотрудники награждаются грамотами, раз в год каждому работнику и членам его семьи предоставляется путевка в санаторий-профилакторий, дети сотрудников могут ездить в летний лагерь на море. Следует отметить, что одним из самых действенных стимулов является заработная плата [4].

Для совершенствования процесса изучения благополучия в российских компаниях следует обратиться к зарубежному опыту. Проведенные в разных странах исследования указывают на необходимость определения данного понятия в двух различных измерениях, которые можно рассматривать как независимые друг от друга. [5, 6]. Речь идет об «удовольствии» и «возбуждении». Как указано в рис. 1, особый уровень удовольствия или недовольства может сопровождаться высоким или низким уровнем умственного возбуждения, а само умственное возбуждение может быть приятным или неприятным. Это можно представить в виде трех плоскостей благополучия, предлагаемых для замера: недовольство – удовольствие, тревога – покой, депрессия – энтузиазм [7].

Благополучие на рабочем месте часто определяется в горизонтальной плоскости в диапазоне от «мне плохо» до «мне хорошо». Эти измерения обычно проводятся в привязке к шкале удовлетворения работой, при этом от респондентов получается информация в форме их согласия или несогласия с рядом высказываний, где описывается их отношение к выполняемой работе. Однако в шкале удовлетворенности своей работой не принимаются во внимание различия в умственном возбуждении, и в этом смысле она относительно неточна. Необходимы также другие формы замеров, а именно по двум другим плоскостям модели.

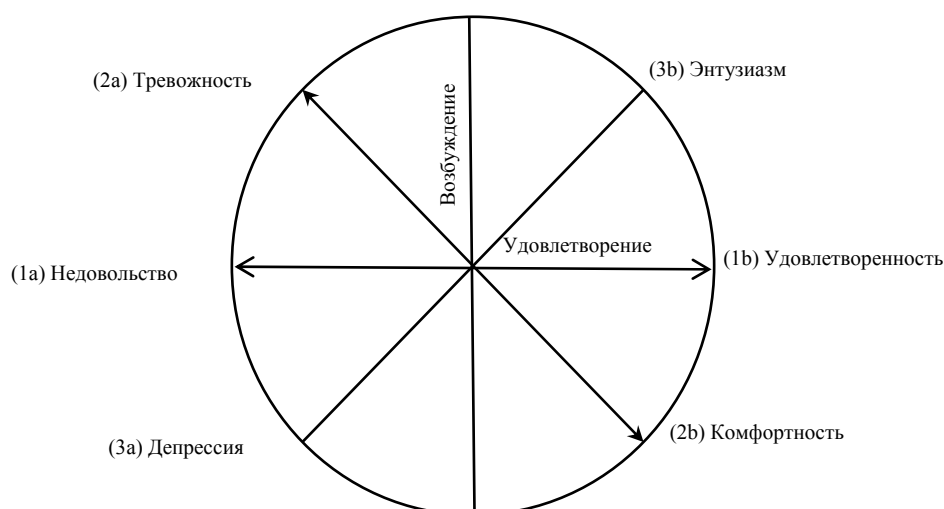


Рис. 1. Три основных оси измерения эмоционального благополучия [6]

Когда низкие показатели в горизонтальной плоскости сопровождаются повышенным умственным возбуждением (левая верхняя четверть), для пониженного благополучия типично проявление в форме тревоги и напряжения, однако пониженное удовольствие, сопровождаемое низким умственным возбуждением (левая нижняя четверть) проявляется как депрессия и связанные с ней негативные эмоции. И наоборот, высокое удовольствие от выполняемой работы может сопровождаться положительными эмоциями, характеризуемыми энергией и энтузиазмом (3b), или психологической релаксацией и покоем (2b). Последнее различие иногда раскрывается через понятие мотивированного удовлетворения работой (3b) в противоположность безропотному и апатичному удовлетворению (2b) [8].

При исследовании воздействия организационных и психосоциальных факторов на благополучие работника желательно проанализировать соответствующие показатели по всем трем плоскостям. Для этого широко используется анкетирование. Удовлетворенность работой (1a–1b) может быть исследована в двух формах, которые иногда называют «безаспектной» и «аспектной» удовлетворенностью. Безаспектная, или общая, удовлетворенность представляет собой комплекс эмоций по отношению к своей работе в целом, в то время как аспектная удовлетворенность отражает эмоции относительно отдельных сторон выполняемой работы. К основным аспектам следует отнести уровень оплаты, условия труда, отношения с руководством и характер выполняемой работы [9].

Следует отметить, что при определении уровня благополучия сотрудников обязательно нужно различать особенности личностного поведения (эмоциональную предрасположенность) и состояние (текущая эмоциональность). Это разделение следует отмечать в том случае, когда исследуются показатели благополучия отдельных лиц в индивидуальном порядке, но это не вызывает особых затруднений при анализе усредненных данных по группе работников. При длительном исследовании групповых показателей наблюдаемая динамика в благополучии может быть непосредственно отнесена на счет изменений в среде обитания, поскольку базовое благополучие каждого отдельно взятого человека считается постоянной величиной на каждом этапе исследования; в групповых исследованиях «на срез» средняя эмоциональная предрасположенность во всех случаях рассматривается как фоновое влияние.

Нужно иметь в виду, что личностные особенности можно рассматривать на двух уровнях. Более детальное рассмотрение относится к отдельной сфере, такой как рабочая обстановка. На этом уровне изучается вопрос благополучия «на рабочем месте» (как это и рассматривается в данной работе), которое определяется с помощью шкал, непосредственно отражающих эмоции того или иного человека на его рабочем месте. Существует также более широкое, «внеконтекстное» или «общее» благополучие. Оно иногда представляет больший интерес для исследователя, а оценка этого более общего параметра требует более широкого подхода [10].

Исходя из зарубежного опыта, можно проанализировать рабочую среду на российском промышленном предприятии АО «Сибирская аграрная группа». В рамках исследования предполагается сформировать анкету, позволяющую предприятию выявлять программы, неэффективные с точки зрения повышения благополучия персонала (так как сам персонал не заинтересован в проводимых мероприятиях). Также исследование поможет понять, в каких направлениях нужно работать компании для повышения уровня благополучия своих сотрудников.

Для проверки гипотезы следует проводить такие виды исследований, как описательное (дескриптивное) исследование и аналитическое. В дальнейшем предполагается провести повторные исследования.

Описательное исследование проводится для исследования большой общности людей с разными характеристиками, например по полу, возрасту, образованию и т. д. Этот вид исследования позволит выявить необходимую информацию, поскольку на предприятии трудоустроены люди разных профессий и возрастных категорий, имеющие различный стаж работы и уровень образования [11].

Аналитическое исследование следует применять, так как это самый углубленный вид социологического анализа. Его цель состоит не только в описательном анализе структурных элементов изучаемого явления, но и в выяснении причинно-следственных связей, лежащих в основе распространенности, динамики, стабильности или нестабильности данного явления. Аналитическое исследование рассматривает ряд факторов, которые влияют на объект исследования, выделяя среди них основные и второстепенные, временные и устойчивые, явные и скрытые, управляемые и неуправляемые факторы. Следует отметить, что план социологического исследования должен разрабатываться тщательно. Этот процесс занимает много времени, поскольку часто требуется собирать предварительную информацию об отдельных сторонах исследуемого явления, обращаясь к разведывательному или описательному исследованию. В ходе аналитического исследования применяется комплекс социологических методов, которые дополняют друг друга: различные формы опроса, анализ документов, наблюдение.

**Повторные исследования** проводятся на протяжении определенного времени через конкретный промежуток времени на основе единых программ и методического инструментария с целью сбора информации об изучаемом явлении, объекте и ее сравнения с целью выявления динамики изучаемого объекта. Повторное исследование стоит применять, чтобы выявить динамику изменений на предприятии [12].

В рамках подготовки масштабного исследования необходимо провести пилотажное (пробное) исследование. Пилотаж считается генеральной репетицией к главному исследованию. С помощью него можно выявить, насколько успешно прошла подготовительная стадия к основному исследованию и какими могут быть ожидаемые результаты. В ходе такого исследования важно собрать методическую информацию, т. е. информацию о качестве разработанной методологии исследования и инструментария. На этом этапе также проверяются все методические и организационные условия предстоящего исследования, и прежде всего: доступны ли необходимые документы, как относятся респонденты к опросу и как реагируют на вопросы анкеты.

Выборка для пилотажного исследования в рамках анализируемого предприятия:

- будет опрошено около 20–30 работников (это не очень трудоемко, но позволит выявить недочеты в анкете);
- будут включены сотрудники разных возрастов и профессий, т. к. в пилотажную выборку следует включать респондентов, представляющих наиболее важные социально-демографические признаки для данной темы опроса (пол, возраст, образование, стаж работы и т. п.).

Процесс социологического исследования будет организован следующим образом: всю группу респондентов приглашают в отдельную комнату, где на столах разложены анкеты. Респондентов информируют о пилотажном исследовании, т. е. объясняют его цели и задачи, инструктируют по технике заполнения анкеты и просят высказать после заполнения критические замечания любого характера, поговорить о неясностях и о тех вопросах, которые затрудняют работу с анкетой. Заполненные анкеты опускаются



в опечатанные урны, после чего начинается групповое обсуждение содержания опроса в целом. Показателем, позволяющим оценить пригодность анкетного вопроса, выступает число неответивших на этот вопрос.

После проведенного пилотажного исследования будут оцениваться его результаты. Необходимо выявить, много ли было пропущенных ответов, насколько правильно были заполнены анкеты и т. д. Также следует проанализировать основные причины отсутствия ответов и предпринять действия по корректировке анкеты. Например, если респондент не понял вопрос, то следует переформулировать его и снова проверить. Если вопрос слишком сложный, то нужно его облегчить и т. д.

Обычно проводится опрос по целому набору пунктов, который позволяет раскрыть ряд различных аспектов проблемы. Например, в некоторых анкетах для выяснения степени благополучия сотрудников ставятся вопросы об удовлетворенности респондента следующими аспектами: физические условия труда, свобода выбора методики выполнения порученной работы, взаимоотношения с коллегами, награждение и признание за хорошо выполненные задания, отношение непосредственного начальника, степень ответственности, которая возлагается на сотрудника, уровень заработной платы, возможность использовать свои способности, отношение администрации к сотрудникам, уровень нагрузки на персонал, шансы на повышение по службе, используемое оборудование, стиль руководства начальника, разнообразие видов деятельности в рамках должностных обязанностей, стабильность и т. д. Средние показатели удовлетворения работой могут быть выведены на основании всех ответов, каждый из которых, например, оценивается от 1 до 5 баллов. Также можно оценить отдельные показатели «внутренней удовлетворенности» (связанной непосредственно с содержанием работы) и «внешней удовлетворенности» (касающейся рабочей обстановки, например отношений с коллегами и условий труда) [13].

Измерение уровня заинтересованности сотрудников посредством регулярного опроса мнений поможет выявить потенциальные проблемы на ранней стадии. Получаемые отзывы откроют возможность обнаружить и устранить проблему, работая на опережение, – повысить уровень удовлетворенности и производительности.

Проведение опросов и анкетирования на рабочем месте предполагает, что сотрудники будут честно отвечать на поставленные вопросы. Несмотря на это, необходимо принять некоторые меры предосторожности. Так, например, в целях выявления ошибок на раннем этапе или случаев недобросовестного заполнения анкет в их структуру рекомендуется включать проверочные вопросы. Если анкета заполнена с ошибками или в ответах респондента замечено стремление ввести исследователей в заблуждение, то такую анкету следует изымать из дальнейшего анализа [14].

Искажение информации может возникнуть и вследствие ошибок, заложенных в анкету при ее проектировании. Не связанный с данным исследованием пример такой ошибки (включение в анкету наводящих вопросов, в которых содержится скрытая подсказка) приведен ниже:

*Почему вы предпочитаете заправлять свой автомобиль на заправках фирмы «А», гарантирующей чистоту бензина, а не на заправках конкурирующих с ней фирм?*

В данном вопросе уже содержится подсказка в пользу фирмы «А», также проводится ориентация респондента в своем будущем потребительском поведении на покупку бензина лишь у этой фирмы, хотя рядовой водитель проверить это никак не может.

Суть другой ошибки, способной проникнуть в анкету, кроется в том, что респондент не может дать однозначный ответ, например:

*Регулярно ли вы заправляете свой автомобиль бензином на заправках фирмы «Б»?*

В этом случае человек может не понять, что означает регулярность: это может быть ежедневная заправка или еженедельная [15].

Обстоятельством, которое непременно следует учитывать при построении анкеты, является определение последовательности размещения вопросов в ней. С чего начать основную часть анкеты, как расположить в ней главные вопросы, какими вопросами закончить основную часть – все это очень важные аспекты [16].

Любая анкета должна начинаться с простых, но интересных для респондентов вопросов. Если вопрос в анкете может вызвать затруднения в понимании, респондент, скорее всего, не будет отвечать ни на этот вопрос, ни на последующие. Таким образом, возврат анкет будет неполным и, возможно, недостаточным для взвешенных, обоснованных выводов. Также очень важно в самом начале анкеты содержанием вопросов подчеркнуть, что исследователей интересует мнение респондентов и они ценят его. Многие люди хотят осознавать, что их мнением интересуются. Для заинтересованности респондентов и вовлечения их в диалог наиболее подходят открытые вопросы. Когда респонденты отвечают на открытые вопросы, они могут искренне высказать свое мнение по поводу исследования, предоставив исследователям ценные и интересующие их сведения.

В конце анкеты размещаются вопросы, которые касаются некоторых личностных характеристик респондентов: пол, возраст, семейное положение, количество детей, уровень доходов или статус в обществе и т. п. Если же речь идет об опросе частных лиц, то можно попросить указать имя опрашиваемого, адрес и телефон. Следует отметить, что при этом нужно делать оговорку на необязательность заполнения этих реквизитов [17].

Для того чтобы выявить и проанализировать уровень благополучия работников, следует составить анкету. Любое анкетирование лучше всего проводить анонимно. В зависимости от целей и задач исследования. Полученные результаты по окончании можно обсудить либо с руководителями коллектива, либо со всеми его членами.

На подготовительном этапе упор в анкетировании лучше сделать на оценку психологического климата в коллективе, так как именно он во многом определяет уровень благополучия сотрудников конкретной организации.

Для опроса сотрудников в рамках подготовительного этапа была разработана следующая анкета:

Уважаемый коллега! Просим Вас принять участие в исследовании, целью которого является определение психологического климата в трудовом коллективе нашей организации. Для ответа на вопросы необходимо:

- внимательно прочитать варианты ответов;
- выбрать один из них, наиболее соответствующий вашему мнению и обвести в кружок соответствующую букву ответа;
- если ответ не предлагает вариантов, напишите свой, более полный, ответ или, если Вы затрудняетесь, поставьте прочерк.

1. С каким из приведенных ниже утверждений Вы больше всего согласны?

- А. Большинство из членов нашего коллектива – хорошие и уважаемые люди.
- Б. В нашем коллективе есть разные люди.
- В. Меня многое не устраивает в коллегах.

2. Вам нравится работать в Вашем коллективе?

- А. Да, меня все устраивает.

Б. Затрудняюсь ответить, не задумывался над этим.

В. Нет, меня многое не устраивает.

3. Охарактеризуйте атмосферу в вашем коллективе.

А. Приятная, дружеская.

Б. Атмосфера взаимного уважения.

В. Деловая атмосфера.

Г. «Каждый сам за себя».

Д. Нездоровая, нетоварищеская атмосфера.

4. Как часто, Вы считаете, надо устраивать совместные праздники и вечера досуга?

А. Как можно чаще.

Б. 1–2 раза в год.

В. Я не считаю нужным посещать такие мероприятия.

5. Считаете ли вы, что было бы лучше, если бы ваши коллеги жили близко друг от друга и, соответственно, могли бы чаще общаться?

А. Да, конечно.

Б. Скорее да, чем нет.

В. Не задумывалась над этим.

Г. Скорее нет, чем да.

Д. Нет.

6. Вы бы сменили место работы, если бы представилась такая возможность? По какой причине? \_\_\_\_\_

7. Если бы Вы вынуждены были поменять работу, Вы бы поддерживали отношения с коллегами?

А. Да, конечно.

Б. Затрудняюсь ответить.

В. Не считаю это нужным.

8. Как Вы считаете, что могло бы повлиять на большее сплочение вашего коллектива?

А. Совместный отдых.

Б. Совместное решение производственных проблем.

В. Совместное решение личных проблем.

Г. Другое \_\_\_\_\_.

9. С кем из членов коллектива Вы общаетесь больше всего?

А. Я с удовольствием общаюсь со всеми.

Б. Со всеми понемногу.

В. С теми, с кем непосредственно работаю.

Г. Только с начальством по производственным вопросам.

Д. Поддерживаю минимум общения со всеми.

10. Как Вы считаете, легко ли новые люди вливаются в коллектив?

А. Достаточно легко.



- Б. Не очень легко.
- В. Тяжело.
- Г. Не знаю, не задумывался/лась над этим.

11. Могли бы Вы дать достаточно полную характеристику деловых и личностных качеств большинства членов коллектива?

- А. Да.
- Б. Скорее да, чем нет.
- В. Скорее нет, чем да.
- Д. Нет.

12. Как часто у Вас бывают конфликты с кем-то из членов коллектива?

- А. Никогда.
- Б. Редко, но бывает.
- В. С определенными людьми бывают достаточно часто.
- Г. Стараюсь избегать людей, с которыми может возникнуть конфликт.
- Д. Постоянно.

12. Укажите, пожалуйста, свой возраст.

- А. До 25 лет.
- Б. 26-40 лет.
- В. 41–55.
- Г. Старше 55 лет.

13. Укажите продолжительность Вашей работы в коллективе.

- А. Менее года.
- Б. 1–3 года.
- В. 4–10 лет.
- Г. Более 10 лет.

14. Укажите свою должность.

---

Спасибо за участие в анкетировании!

Проанализировав то, какие проблемы могут возникнуть при составлении анкеты и проведения социологического исследования, можно разработать соответствующие рекомендации.

Использование выводов, сделанных по результатам анкетирования, поможет сделать персонал более продуктивным, при концентрации действий администрации на следующих направлениях:

- **Работа руководства.** Руководство имеет непосредственное влияние на сотрудников, и не всегда это влияние носит исключительно положительный характер. Как правило, напряжение в ситуации «руководитель–сотрудник» можно снять, проведя качественное обучение. Следует воспользоваться отзывами сотрудников, касающимися оценки действий руководства и круговой оценки, чтобы обнаружить возможности для развития у каждого конкретного менеджера или у целой руководящей команды.

- **Развитие команды.** Разрозненные команды работают плохо и быстро распадаются. Следует попросить сотрудников оценить работу их команд и воспользоваться этими отзывами, для того чтобы развивать основные умения командного взаимодействия и коммуникативные навыки, повышая, таким образом, уровень удовлетворенности работой.
- **Программы профессионального обучения и повышения квалификации.** Развиваясь и осваивая новые навыки, персонал помогает компании расти и эволюционировать. Нужно подумать, какие умения будут способствовать достижению долгосрочных целей компании, провести опрос среди сотрудников, чтобы выяснить, какие навыки они хотели бы развивать, и соотнести эти два списка для получения оптимальной выгоды.
- **Программы льгот.** В компании может быть замечательная программа медицинского страхования, которая нравится сотрудникам. Но какие повседневные программы можно было бы добавить для поддержания здоровья, благополучия и производительности на рабочем месте? Подразделениям по управлению персоналом следует воспользоваться опросами, чтобы это выяснить [18].

Составление анкет по оценке уровня благополучия сотрудников требует вдумчивости. В рамках работы были сформированы вопросы, которые помогут выявить уровень благополучия сотрудников [19].

- **Уровень удовлетворенности сотрудника и уровень удовлетворенности работой.** Что сотрудники думают о своей работе и трудовых отношениях с компанией? Считают ли они свою работу важной и стимулирующей? Есть ли у сотрудников возможность развиваться, расти по карьерной лестнице? Администрация должна владеть этой информацией, чтобы формировать заинтересованность персонала, разрабатывать обучающие планы, программы вознаграждения и признания достижений, повышающие уровень удовлетворенности.

- **Дополнительные выплаты и социальный пакет для персонала.** Нравится ли сотрудникам получаемый социальный пакет? Как правило, льготы на медицинское обслуживание возглавляют список приоритетов сотрудников. Необходимо выяснить, положительно или отрицательно влияют система доставки персонала к месту работы, организация питания и офисная среда на уровень удовлетворенности.

- **Опрос для увольняющегося сотрудника.** Необходимо просить увольняющегося сотрудника поделиться причинами ухода: покидает ли он рабочее место ради возможности, появляющейся лишь раз в жизни, или от того, что работа была неинтересной, начальник плохим, положительного рабочего окружения не хватало, а зарплата и социальный пакет оставляли желать лучшего? Можно рассматривать получаемые отзывы как дополнительное преимущество, которое можно использовать для предотвращения неудовлетворенности и ухода персонала.

- **Поездка на работу и обратно.** Для некоторых сотрудников поездка на работу и обратно – затратное занятие как в плане денег, так и времени. Необходимо выяснить у работников, повысит ли уровень удовлетворенности программа доставки персонала за счет компании или возможность работы в дистанционном режиме.

- **Работа руководства.** Считают ли сотрудники своих руководителей или руководящую команду доступной, открытой и отзывчивой? Объясняет ли руководство приоритетные цели компании и устанавливает ли разумные требования для их достижения? Эти отзывы необходимо учитывать, чтобы укрепить стратегическое планирование в компании и обеспечить понимание сотрудниками целей и курса.

- **Оценка работы коллектива или отдела.** Отрицательная коллективная динамика отражается на уровне удовлетворенности работой. Какую оценку дали бы сотрудники умениям и работе своей команды, ее коммуникативным навыкам и стилю руководства? Можно повысить уровень удовлетворенности работой, используя эти отзывы для выявления и поощрения высокопроизводительных команд или для совершенствования командных умений.

- **Эффективность руководителей.** Администрация должна слышать, что коллектив хочет сказать о руководстве, учитывая то непосредственное влияние, которое менеджеры оказывают на уровень удовлетворенности работой. Необходимо узнать мнение сотрудников об эффективности работы начальства в вопросах согласования рабочего процесса с бизнес-приоритетами, поощрениями за успех, наставничеством и управлением командой. Необходимо искать возможности повышения уровня удовлетворенности, гарантированно предоставив сотрудникам менеджеров с эффективными навыками управления [20].

Ниже представлено несколько идей по составлению опросов, удобных для сотрудников:

1. **Необходимо четко формулировать положения о конфиденциальности.** В этой части нужно убедить сотрудников в абсолютной конфиденциальности их ответов.

2. **По возможности нужно сделать все ответы анонимными.** Так повысится вероятность ответов на вопросы и возврата анкеты.

3. **Следует избегать использования непонятных слов.** Необходимо составлять анкетные опросы на простом и доступном для понимания языке [21].

Разработанная в рамках данного исследования анкета позволит ответить на вопрос об эффективности или неэффективности проводимых силами предприятия мероприятий, направленных на повышение уровня благополучия сотрудников и степени их удовлетворенности.

### Заключение

Таким образом, благополучие работников организации является инструментом повышения не только уровня жизни самих работников, но и способом улучшить работу всей компании в целом. Одна только заработная плата не является эффективным инструментом в повышении уровня жизни сотрудников. Любой компании также следует проводить необходимые социальные мероприятия по повышению благополучия. Но для этого сначала необходимо провести исследование и выявить, что хотят сами работники.

Это поможет избежать затрат на «ненужные» программы, и позволит выявить, в каких направлениях нужно работать предприятию по улучшению благополучия своих сотрудников.

### Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.
2. Ковтун Н.А., Трушев В.В. Понятие благополучия // Научно-издательский центр «Социосфера». URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnogo-blagopoluchiya-i-ego-obespechenie> (дата обращения: 25.10.2016).
3. Фесенко П.П. Что такое психологическое благополучие? Краткий обзор основных концепций // Научные труды аспирантов и докторантов. – М.: Изд-во МосГУ, 2005. – Вып. 46. – С. 35–48.
4. Фролова Е.А., Рыжкова М.В., Кашапова Э.Р. Социальное и экономическое благополучие современного информационного общества // Информационное общество. – 2015. – № 5. – С. 4–12.

5. Watson D., Clark L.A., Tellegen A. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1988. – V. 54. – P. 1063–1070.
6. Уорр П. Состояние благополучия // *Энциклопедия по охране и безопасности труда*. URL: <http://base.safework.ru/iloenc> (дата обращения: 30.11.2016).
7. Эрроу К. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. – М.: ГУ ВШЭ, 2004. – 201 с.
8. Балашова Г.К. Опыт применения методики изучения субъективного благополучия в социологическом исследовании // *Социология*. – 2012. – № 35. – С. 57–88.
9. Антонов В.Г., Крылов В.В., Кузьмичев А.Ю. Корпоративное управление. – М.: Форум, 2009. – 288 с.
10. Борисенко Е.Н. Социальная ответственность малого предпринимательства. – М.: Клистар, 2002. – 1047 с.
11. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. – М.: Прогресс, 1985. – Т. 1. – 511 с.
12. Бенгам И. Введение в основания нравственности и законодательства. – М.: РОССПЭН, 1998. – 415 с.
13. Не в деньгах счастье: ученые пришли к неожиданным выводам о факторах счастья. URL: <http://newsme.com.ua/business/1857876/> (дата обращения: 30.11.2016).
14. 23-я волна обследования RLMS-HSE: Репрезентативная выборка, данные по индивидам // Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ, 2015. URL: [https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE\\_2016.pdf](https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE_2016.pdf) (дата обращения: 03.12.2016).
15. Шехтер М.М. Целостность восприятия и обучение опознавательным навыкам // *Вопросы психологии*. – 2015. – № 7. – С. 11–21.
16. Easterlin R. The economics of happiness // *Daedalus*. – 2004. – V. 133. – P. 26–33.
17. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика. – М.: Проспект, 2011. – 688 с.
18. Самуэльсон П., Нордхаус В.Д. Экономика. – М.: Бином: КноРус, 1997. – 800 с.
19. Гамиров Н.В. Мотивация труда менеджеров современного предприятия: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2004. – 192 с.
20. Данилова Н.А., Нуриева Р.Н. Социология и психология управления. Краткий курс. URL: <http://fictionbook.ru/static/trials/00/17/76/00177676.a4.pdf> (дата обращения: 11.12.2016).
21. Рыкова И.Н., Голубева Н.А. Исследование эволюции корпоративной социальной отчетности российских предприятий // *Международный бухгалтерский учет*. – 2010. – № 9. – С. 2–11.

## REFERENCES

1. *Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: obshchestvennye ozhidaniya* [Corporate social responsibility: public expectations]. Moscow, Assotsiatsiya menedzherov Publ., 2003. 100 p.
2. Kovtun N.A., Trushev V.V. Ponyatie sotsialnogo blagopoluchiya [The concept of social welfare]. *Nauchno-izdatelskiy tsentr «Sotsiosfera»*. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnogo-blagopoluchiya-i-ego-obespechenie> (accessed 25 October 2016).
3. Fesenko P.P. Chto takoe psikhologicheskoe blagopoluchie? Kratkiy obzor osnovnykh kontseptsiy [What is psychological well-being? A brief overview of the basic concepts]. *Nauchnye trudy aspirantov i doktorantov*. Moscow, MosGU Publ., 2005. Vol. 46, pp. 35–48.
4. Frolova E.A., Ryzhkova M.V., Kashapova E.R. Sotsialnoe i ekonomicheskoe blagopoluchie sovremennogo informatsionnogo obshchestva [Social and economic well-being of the modern information society]. *Information Society*, 2015, no. 5, pp. 4–12.
5. Watson D., Clark L.A., Tellegen A. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, vol. 54, pp.1063–1070.
6. Uorr P. Sostoyanie blagopoluchiya [Wellbeing state]. *Entsiklopediya po okhrane i besopasnosti truda*. Available at: <http://base.safework.ru/iloenc> (accessed 11 November 2016).
7. Errou K. *Kollektivny vybor i individualnye tsennosti* [Social choice and individual values]. Moscow, GU VSHE Publ., 2004. 201 p.
8. Balashov G.K. Opyt primineniya metodiki izucheniya subektivnogo blagopoluchiya v sotsiologicheskom issledovanii [Experience in using the methods of studying subjective well-being in sociological study]. *Sociology*, 2012, no. 35, pp. 57–88.
9. Antonov V.G., Krylov V.V., Kuzmichev A.Yu. *Korporativnoe upravlenie* [Corporate Governance]. Moscow, Forum Publ., 2009. 288 p.
10. Borisenko E.N. *Sotsialnaya otvetstvennost malogo predprinimatelstva* [Social responsibility of small business]. Moscow, Klistar Publ., 2002. 1047 p.
11. Pigu A. *Ekonomicheskaya teoriya blagosostoyaniya* [Welfare economics]. Moscow, Progress Publ., 1985. Vol. 1, 511 p.

12. Bentam I. *Vvedenie v osnovaniya npravstvennosti i zakonodatelstva* [Introduction to the foundation of morals and legislation]. Moscow, ROSSPEN Publ., 1998. 415 p.
13. *Ne v dengakh schaste: uchenye prishli k neozhidannym vyvodom o faktakh schastiya* [Money doesn't bring happiness: the scientists came to some surprising conclusions about the factors of happiness]. Available at: <http://newsme.com.ua/business/1857876/> (accessed 30 November 2016).
14. *23-ya volna obsledovaniya RLMS-HSE: Reprezentativnaya vyborka, dannye po individam* [23<sup>th</sup> wave RLMS-HSE survey: a representative sample, data on an individual]. Rossiskiy monitoring ekonomicheskogo polozheniya i zdorovya naseleniya NIU VSHE, 2015. Available at: [https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE\\_2016.pdf](https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE_2016.pdf) (accessed 3 December 2016).
15. Shekhter M.M. Tselostnost vospriyatiya i obuchenie opoznavatelnykh navykam [Integrity of perception and identification skills training]. *Voprosy psikhologii*, 2015, no. 7, pp. 11–21.
16. Easterlin R. The economics of happiness. *Daedalus*, 2004, vol. 133, pp. 26–33.
17. Vesnin V.R. *Upravlenie personalom. Teoria i praktika* [Personnel management. Theory and practice]. Moscow, Prospekt Publ., 2011. 688 p.
18. Samuelson P.A., Nordhaus V.D. *Ekonomika* [Economics]. Moscow, Binom Publ., KnoRus Publ., 1997. 800 p.
19. Gamirov N.V. *Motivatsiya truda menedzherov sovremennogo predpriyatiya*. Dis. Kand. nauk [Labor motivation of managers of the modern enterprise. Dr. Diss.]. Moscow, 2004. 192 p.
20. Danilova N.A., Nurieva R.N. *Sotsiologiya i psikhologiya upravleniya. Kratkiy kurs* [Sociology and psychology of management. Brief course]. Available at: <http://fictionbook.ru/static/trials/00/17/76/00177676.a4.pdf> (accessed 11 December 2016).
21. Rykova I.N., Golubeva N.A. Issledovanie evolyutsii korporativnoy sotsialnoy otchetnosti rossiyskikh predpriyatiy [The study of the evolution of corporate social reporting of Russian companies]. *International Accounting*, 2010, no. 9, pp. 2–11.

*Дата поступления 15.02.2017 г.*