

Мотивация персонала: сущность и особенности

Прикуль Татьяна Владимировна

студентка

Гуманитарный университет, Екатеринбург, Россия

E-mail: t_prikul@mail.ru

Мотивация как побуждение работников к определенным видам и формам активности является важнейшим инструментом управления персоналом.

Мотивация – складывается из внутренних (мотив) и внешних (стимул) побудительных причин, толкающих работников к определенному типу поведения. Грамотно продуманная система внешнего стимулирования должна создавать и повышать внутреннюю мотивацию сотрудников организации к хорошей, результативной работе.

Одним из самых первых методов воздействия на людей с целью получения желаемого результата был и до сих пор используемый метод материального мотивирования, суть которого состоит в том, что имеющиеся потребности человек удовлетворит с помощью заработанных денег. Данной тактики придерживаются представители экономического подхода к управлению персоналом, полагающие, что результативность и качество труда напрямую связаны с материальным вознаграждением. Но с появлением работ Э. Мэйо, разработки содержательных (пирамида А. Маслоу, двухфакторная модель Герцберга, теория Маклелланда) и ситуационных (теория справедливости, теория ожиданий и др.) теорий мотивации все очевидней становился факт, что не все в этой жизни делают деньги. Возник нематериальный подход к мотивированию.

В наше время уже недостаточно предложить только высокий оклад и хорошие бонусы, чтобы заполучить интересующего фирму специалиста или эффективно мотивировать имеющихся сотрудников. В лексиконе современного работника накрепко закрепились такие понятия как: карьерный рост, самостоятельность, возможность развивать свои способности, ответственность, хороший климат в коллективе, признание достижений и многие другие. Нет, деньги не стали менее интересны работникам, просто они перестали быть единственным мотивационным фактором.

Интересно заметить, что в отличие от западного мира повышение зарплаты на 10-15% при переходе расценивается российскими кандидатами как совершенно недостаточное и не достойное внимания. Действительно, современные нестабильные условия с растущей инфляцией и общим удорожанием жизни заставляет соискателей более трепетно относиться к росту своего благосостояния. В связи с чем, соискатели часто озвучивают цифру как минимум на 30-40% превышающую его нынешнюю зарплату.

Отбросив все-таки тему денег, можно говорить о нескольких причинах, которые могут подвигнуть человека к смене работы, либо, наоборот, к нежеланию ее терять. На основе этих причин, мы выделим три базовых средства мотивирования.

Во-первых, это, конечно же, амбиции человека, которые он хочет реализовать. Мотивацией для работника с потребностью к успеху соответственно станет карьерный рост, ответственность, инициатива, конкретное поощрение. Людям с потребностью в общении, причастности нужна работа в группе, команде, возможность наставничества, здоровый, доброжелательный климат в коллективе. Креативным работникам нужна свобода действий, возможность творить, развивать свои способности. Данный фактор связан с психологическими, личностными особенностями человека, его психотипом.

Немаловажным моментом при принятии решения о смене работы является национальное происхождение компании. Грубо все компании можно разделить на такие

типы, как «западная» или «российская». «Западные» считаются более престижными, надежными, основательными, поэтому привлекают больше внимания кандидатов.

Кроме того, важным мотиватором является информация об организации, сложившееся о ней представление, как в обществе, так и в среде бизнеса. Этот факт толкает руководителей к формированию о своей компании положительного общественного мнения. Главы компаний стремятся зарекомендовать себя как эффективных и справедливых руководителей, работодателей, партнеров. Безусловно, возможность работать в компании со сложившимся брэндом, пользующейся популярностью у покупателей гораздо приятнее и престижнее, пусть даже с меньшей зарплатой. Сам факт причастности к солидной, известной компании является серьезным мотивационным фактором.

Итак, нами были выделены два типа мотивирования: материальное и нематериальное. В реальной практике руководитель сочетает каждый из обозначенных подходов, то лишая премии, то увеличивая зарплату, то объявляя благодарность, то наделяя ответственностью. Главное – важно четко понимать, какой результат необходимо получить. Нужно осознавать, обеспечит ли реально используемый стимул побуждение работника к планируемому результату. Поэтому мотивация, как и в целом управление персоналом является не только наукой, но и искусством.