

УДК 331.2

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА В ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кузнецов С.А., старший преподаватель

Мищенко А.В., студент

Нарыкина Д.А., студент.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова», Воронеж.

В последнее время усилилось внимание к мотивации как функции управления, с помощью которой руководство любого предприятия побуждает работников действовать наиболее эффективно для обеспечения производственного процесса в соответствии с намеченным планом. Процесс создания либо реконструкции организационной структуры управления неразрывно связан с разработкой систем управления персоналом, контроля и информационного обеспечения, а люди – это основной источник эффективного развития предприятия.

Мотивация – это деятельность, которая активизирует коллектив предприятия и каждого работающего и побуждает их эффективно трудиться для выполнения целей. Она является базовым психологическим процессом. Это самое важное понятие в подходе к поведению человека на рабочем месте. Знание мотивации необходимо в практической работе по управлению персоналом. Оно помогает при распределении и планировании работ.

Главным приоритетом для российских компаний сейчас является решение проблем, связанных со здоровьем, временем, затраченным сотрудником на работу. Довольно часто в российских организациях работодатели задерживают сотрудников после окончания рабочего дня, из-за чего у работника накапливается утомление от большого объема выполненной работы и, как следствие, постепенно, снижается производительность труда. Исследования показали, что лишь 19% российских компаний регулярно проводят мероприятия, направленные на поддержку сотрудников и членов их семей, 43% компаний делают это периодически, а остальные 38% сейчас планируют внедрение подобных инициатив.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, мотивация и стимулирование персонала.

MOTIVATION AND STIMULATION OF PERSONNEL IN WORK

S. A. Smiths, senior teacher

Mishchenko A.V., student

Narykina D.A., student

The Voronezh state timber university of G. F. Morozova, Voronezh.

Recently the attention to motivation as functions of management by means of which the management of any enterprise induces workers to act most effectively for ensuring production according to the drawn-up plan has amplified. Process of creation or reconstruction of organizational structure of management is inseparably linked with development of systems of human resource management, control and information support, and people are a main source of effective development of the enterprise.

The motivation is an activity which makes active staff of the enterprise and each working and induces them to work effectively for performance of the purposes. It is basic psychological process. This most important concept of approach to behavior of the person in a workplace. Knowledge of motivation is necessary in practical work on human resource management. It helps at distribution and scheduling.

The main priority for Russian companies now is to solve the problems associated with health, time spent by an employee. Quite often in Russian organizations, employers withhold employees after the end of the day, which the

employee accumulates fatigue from a great amount of work done and consequently gradually reduces the productivity. Studies have shown that only 19% of Russian companies regularly hold events to support employees and members of their families, 43% of companies do it periodically, while the remaining 38% are now planning the implementation of such initiatives.

Keywords: motivation, stimulation, motivation and stimulation of personnel.

Мотивация представляет собой процесс стимулирования сотрудников предприятия к продуктивной деятельности. Целью этого процесса являются удовлетворение собственных интересов и потребностей наемных работников и достижение целей организации [4].

Мотивация — совокупность стойких мотивов, определяемых характером личности, ее ценностной ориентацией и направляющей ее деятельностью [5]. Применительно к трудовой деятельности — это стремление к удовлетворению своих индивидуальных потребностей посредством работы, направленной на достижение целей и задач организации, причем под термином «работник» подразумевается сотрудник, как элемент функциональной структуры организации.

Стимул — побудительная причина деятельности и поведения человека, заинтересованного в совершении чего-либо, в получении социального одобрения или неких материальных благ [4]. Стимулирование труда — это мера или комплекс мер, направленных на удовлетворение конкретных потребностей сотрудника. В большинстве случаев этот комплекс мер, прямо или косвенно, направлен на материальное поощрение работника. Иными словами, мотив — это некий сигнал, который побуждает к действию ради достижения результата. А стимул, в свою очередь, выступает в роли цели — объекта деятельности.

Таким образом, мотивация — это процесс внутренних побуждений, стимулирование же — процесс побуждений внешних. С точки зрения процесса управления персоналом представляют ценность те знания и методики, с помощью которых можно управлять процессами мотивации и стимулирования, то есть то, как руководитель может сбалансировать эти процессы и прийти к их оптимальной управляемости [6].

При первом приближении, сотрудничество работника и работодателя — взаимовыгодно, но стоит отметить и тот немаловажный факт, что интересы наемного сотрудника и работодателя отличаются. Приоритетом работника выступает достижение личных целей, получение общественно-значимых благ. Для работодателя целью управления мотивацией и стимулированием сотрудников, прежде всего, выступают экономические интересы, достижение финансовых и иных плановых целей, часто интересы работника и работодателя могут быть противопоставлены друг другу. При этом ключевым показателем эффективности организации будут ее экономические результаты, которые определяются количеством и, что главное в условиях рыночной экономики, качеством труда. Объем работы, предоставляемой персоналом своему работодателю, коррелирует с социальными благами,

получаемыми ими взамен. При таких симбиотических отношениях можно говорить об определенном уровне социальной эффективности предприятия. Если этот уровень достаточен, организация находится в устойчивом экономическом положении, получает прибыль, которая в свою очередь, позволяет прямо или косвенно решать социальные задачи и удовлетворять интересы работников.

Таким образом, управление мотивацией и стимулирование персонала, через реализацию личных целей сотрудников, позволяет решать экономические задачи предприятия, повышая его социальную эффективность [8].

При управлении стимулированием и мотивацией персонала необходимо выстраивать два типа стимулов: краткосрочные и долгосрочные. Долгосрочные стимулы должны быть выстроены, исходя из общественных и коммерческих целей организации, долгосрочных целей ее руководства; личных профессиональных, трудовых целей сотрудников, ориентированных на продолжительное сотрудничество и профессиональное развитие.

Иными словами, долгосрочные стимулы связаны с общими целями работника и работодателя, эти стимулы должны ориентировать сотрудника на профессиональное развитие, поддерживая его социальными гарантиями работодателя, возможным карьерным ростом. Краткосрочные стимулы связаны с непосредственной деятельностью сотрудника, с его прямыми обязанностями и должны напрямую влиять на качество его работы.

На сегодняшний день можно выделить две основные концепции теории мотивации: содержательная и процессуальная. Процессуальные теории описывают процесс мотивации, содержательные идентифицируют процессы и стимулы, которые во внутренней (личностной) или внешней (рабочей) среде побуждают к определенному поведению. При этом всех наемных сотрудников можно отнести одной из трех групп по типу мотивации:

1. Работники, ориентированные на материальные ценности.
2. Работники, ориентированные на нематериальные ценности, на содержание труда, его общественную значимость.
3. Работники, чьи ценности сбалансированы. Независимо от группы, к которой можно отнести сотрудника, на его мотивацию оказывают влияние внешние (доход, карьерные достижения, общественное признание, престиж профессии и др.) или внутренние (само-реализация, творчество, самоутверждение и др.) факторы.

Если обобщить примеры в этих группах, то можно сделать вывод о том, что внутренние факторы ориентированы на удовлетворение от имеющихся условий и объектов, а внешние направлены на их приобретение. Так же нельзя не учитывать механизмы формирования мотивации, под которыми понимают совокупность закономерных связей и отношений, обуславливающие процесс усвоения социальных ценностей, норм, правил поведения, выработку специфических ценностных ориентаций и установок в сфере труда. На

формирование мотивации, обусловленной как индивидуальными психосоматическими особенностями человека, так и социокультурной средой, в которой он воспитывался, во многом влияет национальные и региональные особенности трудовой деятельности, качество жизни, семья и социальное окружение, уровень и качество образования. В своей деятельности руководитель организации может применять монетарные меры и немонетарные побудительные системы. Согласно последним исследованиям доход и прямое материальное стимулирование остается наиболее эффективным фактором заинтересованности работников. К монетарным мерам относятся: оплата труда, участие в прибыли, участие сотрудников в капитале. К немонетарным мерам относят: социальные коммуникации, престиж и социальный статус профессии, регулирование рабочего времени, неформальные отношения сотрудников в коллективе, стиль и методы руководства, расположение и качество рабочего пространства, возможность удаленной работы. Стоит отметить, что не все методы одинаково эффективны и применимы к конкретным сотрудникам, использование адресных индивидуальных методов может оказать большее влияние на мотивацию, чем прямое материальное стимулирование.

Немаловажную роль в мотивации сотрудников играет и их непосредственный руководитель. Так начальник, допускающий принципиальные ошибки, при условии верно выработанной стратегии мотивации и стимулирования, может добиться обратного эффекта и потерять команду компетентных специалистов. Наиболее распространенными ошибками руководителей, оказывающих негативное влияние на команду выступают:

1. эгоизм, незаслуженное присвоение результатов работы команды;
2. авторитарность, агрессия по отношению к подчиненным;
3. избегание проблем, уход от ответственности, перекладывание ответственности за принятые решения на подчиненных;
4. вероломство, обман, интриги в коллективе;
5. политика двойных стандартов, игнорирование заслуг одних сотрудников, незаслуженное выделение других;
6. Неспособность учесть все детали, неготовность к взаимозаменяемости и ряд других.

Таким образом, для формирования правильной мотивации и стимулирования сотрудников, компетентному руководителю необходимо придерживаться ряда четких правил:

1. определить цель работы и роль конкретного сотрудника в команде;
2. сформировать краткосрочные и долгосрочные планы для этого сотрудника в организации;
3. выбрать верные методы стимулирования, учитывая внешние и внутренние факторы мотивации;

4. вести себя достойно, воспитывать команду и конкретных сотрудников, избегать типичных управленческих ошибок.

В различных странах делают разные акценты в системах мотивации и стимулирования персонала. Так, например, в Японии акцент сделан в большей мере на нематериальное стимулирование и высокие гарантии. Так, главной чертой менталитета японцев является преданность и уважение к старшим, и организация в которой работает сотрудник, становится для него второй семьей. Японцы остаются на одном предприятии вплоть до выхода на пенсию, но дополнительное материальное стимулирование конечно тоже присутствует и представлено, например, в выдаче кредита самой организацией сотруднику за небольшие и очень выгодные проценты, за счет чего компания утверждается сама и полностью способствует росту персонала не только карьерному, но и личностному.

В США акцентируют внимание на заработную плату, сокращение, увольнение, конкуренцию, денежное вознаграждение. Мотивация сопровождается постоянным влиянием и воздействием из вне и направлена на привлечение внешних и исчерпаемых средств, таких как льготы, денежные средства и т.д.

Если сравнивать японские и американские системы стимулирования, то наглядно видно, насколько они отличаются. Целью компании в Японии является утверждение сотрудника внутри рабочей среды, развитие внутренней сознательности, необходимость коллективу и организации. А американские компании нацелены только на получение прибыли и почти не развивают систему стимулирования внутри компании, не ориентированы на личностное развитие своих сотрудников, начинают задумываться о коллективе, только в трудное для компании время.

Главным приоритетом для российских компаний сейчас является решение проблем, связанных со здоровьем, временем, затраченным сотрудником на работу. Довольно часто в российских организациях работодатели задерживают сотрудников после окончания рабочего дня, из-за чего у работника накапливается утомление от большого объема выполненной работы и, как следствие, постепенно, снижается производительность труда. Исследования показали, что лишь 19% российских компаний регулярно проводят мероприятия, направленные на поддержку сотрудников и членов их семей, 43% компаний делают это периодически, а остальные 38% сейчас планируют внедрение подобных инициатив [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что главным отличием российских и зарубежных компаний является применение больше материального стимулирование персонала, в то время как вторые увеличивают долю нематериальных стимулов. Понимание ценности организации, удовлетворения потребностей сотрудников может увеличить трудоспособность коллектива в разы. Научно доказан факт, что самым лучшим мотивирующим к эффективной и продуктивной работе средством, является заинтересованность в свое трудовой деятельности. Однако, как

правило, заинтересованность в работе встает на первое место как мотивирующий фактор в человеческой деятельности тогда, когда наблюдается в целом достаточно высокий уровень жизни. В противном случае на первый план выходят факторы материального стимулирования. Фактически в соответствии в очередностью удовлетворения потребностей по пирамиде А. Маслоу, потребности в уважении и творчестве в трудовой деятельности наступают уже после решения проблем со стабильным заработком, жильем и уверенностью в завтрашнем дне. Можно сделать вывод о том, что высокая заинтересованность сотрудников российских организаций в денежном вознаграждении и, соответственно, приоритетность материального стимулирования в российских организациях связана как раз с недостаточно высоким качеством жизни и неуверенностью в стабильности экономики в долгосрочной перспективе.

Список литературы:

1. MOTIVATION AND INCENTIVES FOR EMPLOYEES IN BUSINESS, Kuznetsov S.A. Лесотехнический журнал. 2012. № 1. С. 122-130.
2. НЕДОСТАТКИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ В РОССИИ КАК СЛЕДСТВИЕ НЕСОВЕРШЕННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ, Кузнецов С.А. Современные проблемы науки и образования. 2011. № 6. С. 207.
3. АНАЛИЗ УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ - ВАЖНЕЙШЕГО СТИМУЛИРУЮЩЕГО ФАКТОРА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Кузнецов С.А. Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. 2011. № 4. С. 13-18.
4. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В РОССИИ Болгова Т.Ю., Болгова М.В., Кузнецов С.А. Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2013. № 1. С. 262-265.