

Коршунов Александр Павлович, Магистрант
Уральский государственный экономический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ
ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ
RESEARCH OF MOTIVATIONAL STRATEGIES
FOR EMPLOYEES OF THE ORGANIZATION

Аннотация. В данной статье рассмотрены методы и инструменты исследования мотивационных стратегий сотрудников организации, сделан обзор современных подходов к мотивации, а также классических мотивационных теорий. Представлены рекомендации по внедрению современных мотивационных стратегий

Abstract. This article discusses methods and tools for researching the motivational strategies of employees of an organization, provides an overview of modern approaches to motivation, as well as classical motivational theories. Recommendations on the implementation of modern motivational strategies are presented

Ключевые слова: Стратегия, мотивация, методы и инструменты исследования, сотрудники компании, классические теории мотивации

Keywords: Strategy, motivation, research methods and tools, company employees, classical theories of motivation

Понимание классических мотивационных теорий углубляет навыки руководителя в отношении управления персоналом. Это позволяет разрабатывать обоснованные и структурированные программы мотивации сотрудников, учитывающие различные аспекты человеческой природы. Разберем какие идеи прославленных психологов Абрахама Маслоу, Фредерика Герцберга и Дэвида Макклелланда стоит учитывать в управленческой практике.

А.Маслоу предложил обществу пирамиду человеческих потребностей – в зависимости от степени удовлетворения своих потребностей одни члены коллектива могут придавать больше значения базовым потребностям (наличие работы как таковое; заработная плата, достаточная для оплаты счетов и поддержания базового уровня жизни), а другие – стремятся к самореализации. Таким образом только после того, как человек удовлетворит физиологические потребности, а также потребность в безопасности и защите можно говорить о появлении в нем желания стремиться к большим вершинам. В противном случае, даже если у человека есть возможность выражать себя и блистать с творческими проектами, он не будет стремиться этого делать, например, если не испытывает уверенности, взаимодействуя с коллегами или встречается со страхом осуждения (незакрытая потребность в безопасности).

Вместе с тем, согласно мотивационной теории Д.Макклелланда, известны три вида движущих человеком сил: потребность в достижении целей; власть; принадлежность к группе и социальные связи. Расскажем об инструментах, помогающих стимулировать эти три вида мотивации:

1. Мотивация достижения – сотруднику ставятся четкие и измеримые цели с конкретными сроками, преимущественно сложные задачи, требующие преодоления.
2. Мотивация власти – сотруднику предоставляется возможность занимать лидерскую позицию; они допускаются до принятия ключевых решений, которые могут повлиять на дальнейшую стратегию действий; поощряется выполнение задач, связанных с управлением, организацией или координацией работы команды.
3. Мотивация принадлежности – сотрудники привлекаются для командной работы, предполагающей большой объем сотрудничества и взаимодействия.



Двухфакторная теория мотивации Ф.Герцберга разделяет виды мотиваторов по следующему принципу:

1. Гигиенические факторы снимают неудовлетворенность человека. К гигиеническим факторам можно отнести: уровень заработной платы, отношения с руководством и коллегами, график и режим работы, соблюдение принципов охраны труда на рабочих местах.

Обеспечение базовых потребностей сотрудников заключается в предоставлении достойной заработной платы, честных и прозрачных механизмов премирования, справедливых внутренних правил компании и создании ряда других условий.

Важно отметить, что отсутствие должных условий вызывает демотивацию, а их наличие только устраняет неудовлетворенность, но не влияет на рост мотивации сотрудников.

2. Мотивирующие факторы вдохновляют на достижения. Речь идет о смысле, который сотрудники обнаруживают для себя в работе: возможность роста, интересная и значимая работа, признание достижений. Такие условия приводят к тому, что сотрудники начинают получать удовольствие от работы и рассматривают ее как способ реализации своих целей.

Современные исследования мотивационных стратегий для сотрудников организации направлено на анализ методов и инструментов, которые стимулируют работников, а также оценку их эффективности. Это помогает разработать систему мотивации, которая будет соответствовать потребностям сотрудников и целям компании. Некоторые методы исследования мотивационных стратегий:

☐ Опросы сотрудников. Измеряют удовлетворённость работой, интересы к продвижению по службе, планы остаться в компании.

☐ Фокус-группы. Позволяют сотрудникам поделиться тем, что их волнует в работе и мотивирует прилагать больше усилий.

☐ Тестирование. Помогает выяснить, что нравится и мотивирует сотрудников, что доставляет удовольствие на работе.

☐ Наблюдение. Позволяет оценить вовлечённость и инициативность сотрудников во время трудовых процессов.

☐ Анализ KPI и показателей эффективности. Изучается, насколько мотивационные программы влияют на производительность и вовлечённость сотрудников.

Обзор современных подходов к мотивации. Программы мотивации сотрудников уже не ограничиваются односложным подходом, например, предоставлением щедрой денежной компенсации. Успешные компании составляют комплексные программы, учитывающие как материальные, так и нематериальные факторы.

Среди них, например:

☐ Инструменты финансовой мотивации: конкурентоспособная заработная плата, премии за достижения, бонусы при выполнении показателей эффективности.

☐ Программы корпоративных скидок как на услуги компании, так и на услуги ее партнеров.

☐ Признание заслуг – как один на один, так и на коллективных собраниях.

☐ Предоставление возможностей для профессионального и личного роста, обучения и повышения квалификации.

☐ Программы наставничества и коучинга, позволяющие раскрывать сильные стороны сотрудников.

☐ Право работать по свободному или гибкому графику, а также выбирать между форматами офисной или удаленной работы.

☐ Уважение к личному времени сотрудников, исключение переработок.

☐ Сильная корпоративная культура и ценности компании, соответствующие ценностям сотрудников.

☐ Нематериальные привилегии: дополнительные дни отпуска по случаю важных дат или в связи с характером выполняемой работы, медицинская страховка, бесплатное питание или частичная компенсация затрат на него.



Иными словами, сегодня бизнес стремится к комплексным решениям, объединяющим материальные стимулы, возможности для развития и уважение к человеческим потребностям. Такой подход способствует не только повышению мотивацию сотрудников, но и росту их продуктивности, лояльности и удовлетворенности.

Понимание механизмов внутренней и внешней мотивации – ключ к управлению эффективностью. Внутренняя мотивация рождается из внутренних стимулов, которые представляют ценность для человека. Речь идет, например, о чувстве удовлетворения, возникающем после завершения проекта или выполнения поручения. Внешняя мотивация, соответственно, обусловлена внешними факторами, например, финансовыми или материальными стимулами, признанием коллег и руководства или наказаниями. В этой связи стоит понимать два аспекта:

1. Форма и объем вознаграждения зависят от другого человека.
2. Под воздействием внешних стимулов люди действуют, чтобы получить вознаграждение.

Правильный баланс внутренней и внешней мотивации имеет решающее значение для построения сильной и устойчивой команды. В то время как внешнее вознаграждение мотивирует на краткосрочные действия, внутренняя мотивация дает более устойчивые результаты в долгосрочной перспективе. Однако сложность заключается в том, что выявление внутренних источников мотивации сотрудников требует от руководителя повышенной эмпатии и умения выстраивать качественное взаимодействие с подчиненными. То, что будет работать для одного сотрудника, окажется бесполезным для другого, поэтому предстоит проявлять индивидуальный подход к членам команды.

Приведем некоторые примеры вариантов личных устремлений, понимание которых поможет найти правильный путь к мотивации сотрудников:

- ☐ Стремление к знаниям и самосовершенствованию.
- ☐ Удовольствие от обучения и решения сложных задач.
- ☐ Возможность почувствовать собственную значимость.
- ☐ Самостоятельность и автономия.
- ☐ Уважение к ценностям и миссии компании.
- ☐ Участие в проектах, которые приносят пользу обществу.
- ☐ Потребность получать прилив энергии при достижении амбициозных целей.
- ☐ Творческое удовлетворение от нахождения нестандартных решений.

При внедрении мотивационных стратегий рекомендуется:

- ☐ Учитывать индивидуальные различия сотрудников. Разрабатывать разнообразные стимулы, которые будут привлекательны для разных работников.
- ☐ Обеспечить прозрачность и коммуникацию. Регулярные информирования и обсуждения помогут сотрудникам понять, какие возможности и поощрения они могут ожидать.

- ☐ Интегрировать мотивационную систему в общую корпоративную культуру. Выбранные методы и подходы к мотивации должны поддерживать и укреплять основные ценности и миссию организации.

- ☐ Проводить мониторинг и оценку результатов. Регулярный анализ удовлетворённости сотрудников и обратная связь помогут определить эффективность системы мотивации и необходимость внесения корректировок.

Таким образом, чтобы повысить мотивацию персонала, необходимо применять разнообразные и персонализированные стратегии, учитывающие личные потребности каждого сотрудника. Понимание потребностей сотрудников, которое приходит с общением в формате индивидуальных встреч или опросов, поможет адаптировать стратегии мотивационных программ.



Список литературы:

1. Акбашева, Д. М. Мотивация трудовой деятельности как система управления персоналом / Д. М. Акбашева // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – № 50. – С. 655-661.
2. Волкодав, В. А. Теоретические основы исследований системы мотивации персонала / В. А. Волкодав // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – №5. – С. 761-770.
3. Гончарова, Д. С. Сравнительный анализ содержательных и процессуальных теорий мотивации / Д. С. Гончарова // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – № 49. – С. 543-546.
4. Иличкина, Д. А. Концепции мотивации персонала: содержательные и процессуальные теории / Д. А. Иличкина // Россия молодая: Сборник материалов XIV Всероссийской НПК. – Кемерово, 2022. – С. 842-844.
5. Кудряшов, В. С. Современные теории мотивации и методы стимулирования персонала / В. С. Кудряшов // Экономика и управление народным хозяйством. – 2022. – № 17. – С. 25-32.
6. Масленкова, Б. И. Содержательные и процессуальные теории мотивации труда / Б.И. Масленкова // Инновационные научные исследования. – 2022. – № 11. – С. 85-93.
7. Разборова, В. А. Формирование эффективной системы мотивации персонала организации / В. А. Разборова // Научно-исследовательский центр «Technical Innovations». – 2021. – № 7. – С. 101-105.
8. Шаркевич, Д. Н. Совершенствование мотивации персонала посредством вложений в человеческий капитал / Д. Н. Шаркевич // Экономические науки. – 2020. – № 193. – С. 462-466.
9. Юрченко, О. В. Мотивация персонала как фактор повышения эффективности функционирования организации / О. В. Юрченко // Modern Science. – 2022. – № 1. – С. 89-92.

