

УДК 331.101.3

Миусская В. В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Переход страны к рыночной экономике, выход на мировой уровень требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и современных методов управления персоналом.

В этих условиях перед менеджерами предприятий встает ряд вопросов:

- какой должна быть стратегия и тактика современного предприятия;
- как рационально организовать финансовую деятельность предприятия;
- как максимально повысить эффективность управления трудовыми ресурсами и др.

Эти задачи не могут быть эффективно реализованы без создания действенных стимулов к труду и предприимчивости в сочетании с высокой организованностью и дисциплиной.

В последнее время наблюдается тенденция снижения интереса и внимания к проблемам труда, анализу состояния и перспектив развития трудовой активности, хотя оценка состояния дел в сфере труда – необходимое условие правильного выбора направления и методов реализации мероприятий по оздоровлению экономики.

Кризис сферы труда привел к деформированному поведению персонала в сфере производства. Основная особенность работников в том, что кроме выполнения производственных функций, они являются активной составляющей производственного процесса. Работники могут способствовать росту эффективности производства, могут относиться безразлично к результатам деятельности предприятия, на котором работают, а могут противодействовать нововведениям, если они нарушают привычный для них ритм работы.

Для того чтобы успешно управлять персоналом, необходимо четко представлять основные механизмы и закономерности, по которым осуществляется работа с кадрами, на что нужно обратить внимание, иными словами руководителю необходимо владеть современными технологиями управления трудовыми ресурсами.

Одной из основных проблем современной кадровой работы является проблема эффективной мотивации трудовой деятельности.

Над этой проблемой работали такие ученые экономисты как К. Роджерс [1], А. Маслоу [2], В. Штерн [3], Г. Гарднер [4], М. Перре [5], У. Бауманн [6], М. Иванцевич, А. А. Лобанов [7], Э. Парслоу [8], В. Н. Ковалев [9], Еськов А. Л. [10] и др.

Целью данной статьи является анализ, изучение, обобщение и обоснование наиболее действенных методов стимулирования трудовых ресурсов в современных организациях.

Исследования показали, что мотивация труда формируется еще до начала профессиональной трудовой деятельности, в процессе социализации индивидуума путем усвоения им ценностей и норм трудовой морали и этики, а также посредством личного участия в трудовой деятельности в рамках семьи и школы. В это время закладываются основы отношения к труду как ценности, и формируется система ценностей самого труда, развиваются трудовые качества личности: трудолюбие, ответственность, дисциплинированность, инициативность и т. д., приобретаются первичные трудовые навыки. Зная, что побуждает человека к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, учитывая специфику современной экономики, которая постоянно оказывает воздействие на выбор эффективных методов стимулирования, можно сформулировать принцип построения рационального механизма стимулирования с учетом особенностей ведения хозяйственной деятельности организации.

Мотивация – это важнейший фактор результативности работы, процесс стимулирования кого-либо (отдельного человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение целей организации. Мотивация необходима для продуктивного выполнения принятых решений и намеченных работ [11].

Известный японский менеджер Л. Якокка писал: «Когда речь идет о том, чтобы предприятие двигалось вперед, вся суть в мотивации людей».

На Западе существует большое количество теорий мотивации труда.

Теория Д. МакКлелланда делает упор на такие потребности, как власть и успех. Человек, ориентированный на власть, ведет себя откровенно и энергично, стремится отстаивать свою точку зрения и не боится конфликтов. Человек, ориентированный на успех, не склонен к риску, но способен брать ответственность на себя. Таким индивидам необходимо предоставлять самостоятельность и возможность самим доводить дело до конца.

Д. Мак-Грегор (известный ученый в области лидерства) выделяет два основных принципа влияния на поведение людей, которые были положены в основу двух теорий – «теорию Х» и «теорию У».

«Теория Х» основывается на авторитарном типе управления, который предполагает прямое регулирование и жесткий контроль. В соответствии с ней люди не любят работать, их нужно принуждать к труду, постоянно контролировать, направлять их действия, угрожать наказанием. Обычный человек предпочитает ситуацию, когда им руководят, а он выполняет приказания.

«Теория У» базируется на демократических принципах делегирования полномочий, улучшении взаимоотношений, признании того, что мотивацию людей определяет сложная совокупность потребностей и ожиданий.

Руководитель по этой теории предполагает, что работа – это естественное состояние и человека не нужно принуждать к этому, постоянного контроля не требуется (это не единственный способ воздействия), индивид склонен к саморазвитию, самообразованию.

В практике американских фирм («Форд», «Дженерал Моторс») чаще всего используются методы мотивации, связанные с материальным поощрением (вознаграждением), к которым относят оплату труда, участие в распределении прибыли, премии, участие в капитале [12].

Наиболее эффективным способом материальной мотивации является повышение оплаты труда, и при этом самым основным является определение величины изменения заработной платы. Для того чтобы получить реальную отдачу от сотрудника, размер ожидаемого вознаграждения должен быть существенным, иначе это может вызвать еще большее нежелание выполнять свои служебные обязанности. Некоторые руководители идут по пути наименьшего сопротивления и периодически увеличивают зарплату сотрудникам на незначительные суммы, однако для мотивации более действенным является даже однократное, но значительное увеличение зарплат.

В идеале принятие решения о повышении оплаты труда должно приниматься работодателем по собственной инициативе, однако этого, как правило, не происходит – по крайней мере, в наших условиях. Исходя из этого, требование о пересмотре размера заработной платы становится обычным методом шантажа некоторыми сотрудниками, грозящими уйти с работы. Нередко такой метод срывает, однако о значительном повышении заработной платы речи, в данном случае, быть не может. По этой причине спустя время работник вновь проявляет недовольство своим окладом, так как существует так называемый «эффект привыкания к доходу» [13].

Одним из самых распространенных способов материальной мотивации являются квартальные или ежемесячные премии, а также премия за выслугу лет. Основной прирост процента надбавки за выслугу лет приходится на первые годы работы в компании, когда работник эффективно трудится на благо компании и старается максимально реализовать свой потенциал. С другой стороны, есть риск, что спустя 2–3 года сотрудник, по тем или иным причинам, захочет поменять место работы. Наибольшая стабильность наблюдается у персонала, проработавшего на компанию более 5 лет, тем более что к этому времени надбавка за выслугу лет уже составляет серьезные суммы.

На украинских и российских предприятиях нередко практикуется выдача «премий-призов» – денежного вознаграждения, получаемое сотрудником спонтанно за какие-либо успехи. Есть мнение, что эффект неожиданности должен еще больше вдохновить сотрудников, однако это только вносит путаницу, так как работник перестает понимать, почему в одном случае он получил премию, а в другом – нет. По этой причине лучше поставить в известность сотрудников о тех конкретных ситуациях, когда предусмотрена выдача премиальных. С другой стороны, если премия становится атрибутом ежемесячного дохода (к примеру, как у работников промышленных предприятий), то это также слабо мотивирует их на повышение эффективности труда.

Следующий способ материальной мотивации наиболее распространен в сфере торговли и оказания различных услуг. Это процент от выручки, суть которого заключается в том, что заработок работника не имеет четко обозначенного предела, а зависит от профессионализма работника и его способности стимулировать продажу товаров или услуг. Некоторые компании, также делающие ставку на квалификацию своих сотрудников, в качестве материальной мотивации предусматривают иной способ – премию за профессионализм. Это поощрение назначается по результатам аттестации, оценивающей результаты работы работника и его соответствие занимаемой должности.

В число материальных стимулов входят различные бонусы, однако их фиксированная сумма нередко становится демотивацией. Фиксированная сумма выплаты не способствует желанию приумножить достигнутый результат, так как размер денежного вознаграждения все равно не изменится. Исходя из этого, с целью повышения мотивации рекомендуется использование разветвленной системы платежных бонусов.

Для высшего управленческого звена предусмотрено дополнительное вознаграждение (тантьема), выдаваемое за его вклад в улучшение общих финансовых или хозяйственных показателей, таких как снижение издержек, повышение общей прибыли, и пр. Бонусы могут быть не только личными, но и командными. Командный бонус представляет собой премиальное вознаграждение группы за достижение определенных целей (к примеру, увеличение продаж). При начислении бонусов следует учитывать, что поощрение одного отдела может быть оправдано в конкретных случаях, но для повышения общих показателей этого недостаточно. Все структуры организации, так или иначе, связаны между собой, и поощрение только одной из них может демотивировать другую.

Следует отметить, что при всей эффективности и универсальности денежных поощрений, ограничение только материальной мотивацией не принесет желаемого результата. Члены любого коллектива – это люди с разными жизненными ценностями и установками, к тому же выдачей премий и бонусов способствовать сплочению коллектива достаточно проблематично. Более того, материальные поощрения рассчитываются на основании результатов выполненной работы и могут варьироваться даже у людей, занимающих одинаковое положение в служебной иерархии. Все это нередко вызывает недовольство и мало способствует созданию здоровой атмосферы в коллективе. Во многих случаях просто необходима некая моральная компенсация и уравнивающий фактор, в роли которого выступают методы нематериального поощрения.

Помимо системы морального стимулирования труда на современных предприятиях все чаще прибегают к использованию системы нематериального стимулирования труда, которая предполагает комплекс мер, направленных на повышение трудовой активности людей и как следствие повышение эффективности труда и его качества.

Основная сложность применения систем нематериальной мотивации заключается в том, что для каждого конкретного коллектива необходима определенная корректировка стандартных схем. Существуют общие принципы, действенные в большинстве случаев, однако чтобы мотивация была действительно эффективной, следует подстраивать ее под интересы конкретных работников. Получается, что, сколько людей – столько и способов мотивации следовало бы предусмотреть, так как даже восприятие одних и тех же ситуаций у работников совершенно разное. Для одного сотрудника весомой мотивацией может служить словесное поощрение начальства, а для другого это выглядит естественным признанием его хорошей работы. Индивидуализация систем и способов мотивации, конечно же, не представляется возможной, особенно если в подчинении находится большое количество сотрудников. По этой причине многие руководители ограничиваются усредненными моделями мотивации, с учетом того положения, которое занимает работник, и его основных потребностей.

Наиболее простые схемы применимы к работникам низшего звена, выполняющим какие-либо вспомогательные функции. С увеличением степени ответственности сотрудника растут требования к эффективности его работы, соответственно, особое внимание уделяется мотивации управленческого звена компании. Для менеджеров среднего и высшего звена обычно вырабатываются свои методы мотивации (как материальной, так и нематериальной), так как от их организаторских способностей напрямую зависит работа других людей.

Системы мотивации для людей, занимающих разную ступень должностной иерархии, должны быть различны и по той причине, что в зависимости от продвижения по служебной лестнице, у человека меняются и критерии к мотивации.

Нематериальная мотивация включает в себя системы поощрения, не предполагающие выдачу сотрудникам материальных и безналичных средств. Это отнюдь не означает, что компаниям не потребуется вкладывать финансовые средства в реализацию методов нематериальной мотивации. Для серьезных компаний недопустимо наличие субъективных факторов при определении мотивации и механизмов поощрения. Основопологающим принципом должна являться максимальная объективность и прозрачность, а критерии оценок работы сотрудников нужно определить изначально и проинформировать о них персонал. Если механизмы поощрения постоянно варьируются без каких-либо оснований, это будет дезорганизовывать работу сотрудников и вызывать недовольство.

Цель нематериальной мотивации достаточно проста: повысить заинтересованность сотрудника в своей работе, которая отразится на повышении производительности труда и, соответственно, на увеличении прибыли предприятия. Нематериальная мотивация в виде участия в совместных корпоративных мероприятиях способствует формированию здоровой атмосферы в коллективе, что также отражается на общей работоспособности персонала и на его желании внести свой вклад в общее дело. Однако помимо формального подхода к использованию нематериальной мотивации лишь с целью последующего получения прибыли, многие руководители делают основную ставку на воспитание корпоративного духа в коллективе и на повышение самооценки сотрудников.

Методы нематериальной мотивации могут применяться к конкретному сотруднику либо реализовываться безадресно. К адресной нематериальной мотивации относится, в частности, поздравление сотрудника с днем рождения от руководства и членов коллектива. Это могут быть также различные формы поощрения в виде подарков по важному поводу и материальная помощь в случаях тяжелой болезни или смерти родственников сотрудника. К адресной мотивации относится также словесное поощрение работника за качественно выполненную работу. Практика показывает, что оценка работы, прозвучавшая из уст руководителя, очень позитивно отражается на лояльности и общем рабочем настрое работника. Особенно важна адресная нематериальная мотивация для новых сотрудников, еще не успевших привыкнуть к методам работы руководителя и к коллективу. Поощрение может быть высказано как при личной беседе, так и на общем собрании членов коллектива. Следует учесть, что адресная мотивация конкретных сотрудников не должна входить в привычку, так как это снизит эффективность ее воздействия, а также не быть излишне субъективной. Если сотрудники постоянно слышат похвалу в отношении одних и тех же своих коллег, то это никак не способствует повышению заинтересованности в работе. Методами адресной нематериальной мотивации руководителям следует манипулировать очень осторожно, чтобы не создавать неравенства в коллективе.

К безадресной мотивации относится проведение совместных корпоративных мероприятий, а также предоставление различных льгот – социального пакета. На сегодняшний день соцпакет является одним из самых эффективных способов мотивации сотрудников: это организация бесплатного питания, медицинская страховка, оплата транспорта и мобильной связи, льготные или бесплатные путевки в санаторий по состоянию здоровья, а также возможность повысить квалификацию или пройти обучение за счет фирмы.

Сейчас, с развитием новых тенденций работы на предприятии, появляется необходимость в использовании более современных методов нематериальной мотивации.

К ним можно отнести создание оптимальных условий труда для сотрудников: установку нового компьютерного оборудования, создание удобных рабочих зон для персонала, улучшение дизайна помещений, установку современных систем кондиционирования и отопления и пр. Что касается безадресной мотивации, то необходимо возобновить забытые методы нематериальной мотивации, такие как выдача всему персоналу спецодежды, в зависимости от выполняемой работы, а также различной атрибутики фирмы при проведении мероприятий (к примеру, футболки с логотипом фирмы).

Важнейшим инструментом нематериальной мотивации являются корпоративные праздники, особенно с привлечением членов семьи сотрудников. Они позволяют создать положительную психологическую атмосферу и укрепляют командные отношения. С этой же целью следует организовывать team-building, который позволяет укрепить сплоченность коллектива посредством совместных поездок в дома отдыха или в санатории, участие в экскурсиях и общих мероприятиях. Презентации и другие акции, направленные на демонстрацию успехов фирмы, также должны проходить с участием членов коллектива для формирования у них чувства сопричастности к общему делу.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости использования методов как материального, так и нематериального поощрения для успешной деятельности любой бизнес-структуры. Существующие на сегодняшний день механизмы мотивации далеки от идеала, но они действенны и продолжают активно использоваться на практике. В частности, для повышения эффективности материальной мотивации следует сопоставлять показатели материального стимулирования с целями бизнеса и предусматривать системы поощрений не за реализацию конкретных задач, а за выполнение общих планов. В действительности же предпочтение отдается материальному поощрению конкретных сотрудников и рабочих групп, так как считается, что этими методами легче управлять мотивационными механизмами.

К основным недостаткам применяемых методов нематериальной мотивации можно отнести усредненный подход к работникам без учета индивидуальных потребностей. По всей видимости, многими работодателями значимость нематериальной мотивации еще до конца не осознана, однако к осознанию важности этих методов любой думающий руководитель, так или иначе, придет. Ведь причины неудач компании на рынке предлагаемых товаров и услуг, снижение уровня продаж и количества потенциальных клиентов порой кроются не в ошибочных экономических расчетах, а в недостаточной мотивации сотрудников компании. Поэтому необходимо усвоить, что путь к эффективному управлению персоналом лежит через понимание его мотивации. Зная, что побуждает человека к действиям, какие мотивы лежат в основе его поведения, можно разработать эффективную систему форм и методов управления потенциалом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Роджерс К. Клиентоцентрированная терапия / К. Роджерс. – М. : Рефл-бук, 1997. – 316 с.
2. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 351 с.
3. Штерн В. Дифференциальная психология и ее методические основы / В. Штерн. – М. : Просвещение, 1998. – 335 с.
4. Гарднер Г. Г. Множественный интеллект. Теория и практика / Г. Г. Гарднер. – New-York, 1993. – 22 с.
5. Абабков В. А. Адаптация к стрессу. Основы теории, диагностики, терапии / В. А. Абабков, М. А. Перре. – СПб. : Речь, 2004. – 166 с.
6. Бауманн У. Клиническая психология / У. Бауманн, М. Перре. – СПб. : Питер, 2006. – 1621 с.
7. Иванцевич Д. М. Человеческие ресурсы управления / Д. М. Иванцевич, А. А. Лобанов. – М. : Дело, 1993. – 198 с.
8. Парслоу Э. Коучинг в обучении: Практические методы и техники / Э. Парслоу, М. Рэй ; пер. с англ. А. Маслов. – СПб. : ПИТЕР, 2006. – 203 с.
9. Ковалёв В. Н. Использование долевого принципа оплаты труда персонала в мотивационном механизме предприятий / В. Н. Ковалёв, Е. А. Атаева, В. А. Фролов // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії : зб. наук. праць. – Краматорськ : ДДМА, 2009. – № 2 (16). – С. 161–166.
10. Еськов А. Л. Управление рабочим временем на крупном промышленном предприятии: проблемы и пути их реализации / А. Л. Еськов. – Донецк : ИЭПИ НАН Украины, 2000. – 263 с.
11. Андреев В. В. Проблемы мотивации руководителей и специалистов на промышленных предприятиях / В. В. Андреев // Управление персоналом. – 1998. – № 10. – С. 10.
12. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной компании) : пер. с англ. / Х. Виссема. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 385 с.
13. Основы управления персоналом : учеб. для вузов / Б. М. Генкин, Г. А. Кононова, В. И. Кочетков и др. ; под ред. Б. М. Генкина. – М. : Высш. шк., 1996. – 383 с.