

УДК 331.101.38

## ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© Ильина А.М., Григорьянц И.А.

e-mail: ilyinaanastasiya999@mail.ru

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

В современном менеджменте вопрос мотивации персонала приобретает особую актуальность. Руководитель, желающий добиться высокой производительности труда с помощью эффективной деятельности своих подчинённых, должен позаботиться о наличии для них стимулов трудиться, поэтому главной задачей современного менеджмента является создание таких условий труда, при которых потенциал работников будет использован самым эффективным образом.

Для того, чтобы лучше понять сущность мотивации персонала, необходимо разобраться с понятиями «стимулирование» и «мотивация».

Стимулирование – это процесс воздействия на человека посредством потребностно-значимого для него внешнего предмета (объекта, условий, ситуации и т.д.), побуждающий человека к определённым действиям (например, пребывание в комфортных условиях) [1].

Мотивация (как процесс) – есть процесс эмоционально-чувственного сопоставления образа своей потребности с образом внешнего предмета. Мотивация (как механизм) – внутренний психический механизм человека, который обеспечивает опознание предмета, соответствующего потребности, и запускает направленное поведение по присвоению этого предмета [1].

Мотивация складывается из четырёх аспектов: мотив, потребности, стимул и вознаграждение. Потребность – это непосредственное ощущение человеком физического или психологического недостатка, осознание того, что он в чём-то нуждается. Мотив – это то, что побуждает человека к деятельности «изнутри», это внутреннее побуждение [2]. Важное значение также имеет стимул, и не менее важно видеть разницу между такими понятиями, как мотив и стимул, мотивация и стимулирование. Стимул – это внешнее побуждение к действию. Стимул может стать мотивом в случае его соединения с потребностью. Стимулирование является лишь одним из средств мотивирования. Вознаграждение – это положительный результат, ценность, которую получает человек после выполнения определённой работы. Оно может быть внутренним (чувство самоутверждения, самоуважения) и внешним (признание и уважение коллег, премия, заработная плата, похвала).

Популярные методики мотивации персонала разработаны на базе теорий мотивации. Всего их четыре:

- теория Герцберга;
- теория Тейлора;
- теория Макклелланда;
- теория Маслоу.

Герцберг предлагает воспользоваться внешними и внутренними методами повышения результативности работы предприятия. Внешние методы предполагают создание комфортных условий труда, а внутренние – возникновение у служащего удовлетворения от работы в организации.

Тейлор советует использовать для стимулирования подчинённых их инстинкты и желания удовлетворить физиологические потребности. Он предлагает использовать такие методы:

- оплату в зависимости от выработки или времени работы;
- давление;
- установление минимальных норм выработки;
- чёткие правила выполнения функциональных обязанностей.

Макклелланд выдвигает теорию про виды желаний человека:

- власть;
- успешность;
- принадлежность к определённой касте.

Основная часть служащих рада быть в рядах определённой фирмы и дорожит своим статусом. Лидеры стараются приобрести власть, а одиночки работают на личный результат. Если условно разделить сотрудников по трем категориям, легко найти подход к каждому.

Маслоу предлагает рассматривать работу как возможность персонала удовлетворить свои потребности. Все потребности Маслоу рассматривает в виде иерархии (пирамиды). Он разделяет:

1. Физиологические нужды: еда, вода. Все, что нужно для выживания.
2. Безопасность: чувство защищённости необходимо для поддержки определенного уровня жизни.
3. Любовь: желание нравиться коллегам.
4. Признание: человек хочет иметь определённый статус в коллективе и обществе в целом.
5. Самосовершенствование.

Подводя итог, стоит отметить, что использование в управлении организацией современных методов мотивации персонала позволяет повысить работоспособность и лояльность персонала к организации. Чем больше различных средств для мотивирования, тем лучше будет работать сотрудник, а, следовательно, будет развиваться сама компания.

### Библиографический список

1. Воронков А.Н, Колосова Т.В. Словарь по менеджменту: учебное пособие [Текст]/ А.Н. Воронков, Т.В. Колосова. Нижний Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2013. – 125 с.
2. Кремень В.Г. Философия управления [Текст]/ В.Г. Кремень. Москва: Академия, 2014. – 360 с.
3. Мескон М., Альберт М. Основы менеджмента [Текст]/ М. Мескон, М. Альберт. Москва: Проспект, 2011. – 113 с.