

МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сарсембаева Даяна Бауыржановна, Шаймерденова Томирис Сериковна

dakoska_2002@mail.ru, tshaymerdenova@mail.ru

студенты 2-го курса специальности «Менеджмент»

ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, Нур-султан, Казахстан

Научный руководитель – А.Жунусова

На сегодняшний день мотивация стала одним из необходимых элементов для достижения поставленных целей предприятия. Система мотивации персонала на каждом предприятии должна быть индивидуальной в части конфигурации, поскольку она формируется, исходя из целей бизнеса. Именно бизнес-цель конкретной компании определяет, как оптимально сочетать материальные и нематериальные инструменты мотивации персонала для ее реализации. Мотивация, таким образом, должна быть подчинена цели деятельности компании, как и ее корпоративная культура. Все структуры и процессы управления должны быть построены на этом.

Однако, уполномоченные лица, поддаваясь всеобщему конформизму, используют шаблонные пути стимулирования персонала, что зачастую приводит лишь к негативным последствиям.

Совместная деятельность сотрудников в компании должна основываться на совмещении существующих разновидностей мотивации, а не довольствоваться только базовыми. Поэтому современному обществу нужно на основе прошлого опыта использовать уже имеющиеся способы побуждения работников к деятельности, так и идти в ногу со временем, учитывая изменяющиеся потребности людей.

В работе, как с новыми, так и с уже действующими сотрудниками стоит учитывать, что тип ведущей мотивации обычно сохраняется на протяжении всей жизни. На него накладываются характер человека, его цели, требования, которые он предъявляет к компании и к себе лично, а также особенности поколения, к которому он принадлежит. О трендах связанных с этими особенностями и способах стимулирования сотрудников рассмотрим далее:

Мотивация «От» сменяется мотивацией «К»

Мотивация «От» — отличительная черта поколений, переживших серьезные потрясения и живших в сложных социально-экономических условиях.

Но сегодня в числе соискателей все больше тех, кто вырос в относительно стабильное время, — представителей поколения Z (рожденные в 2000–2010 годах). Этим людям свойственна мотивация «К». Они сфокусированы на своих целях, их волнует то, что они получают, чего достигнут. В модели Ф. Герцберга (мотивационно-гигиенических факторов) когда люди недовольны - они недовольны условиями работы (зарплатой, начальником, местом работы и др.), но если работа нравится - то не "гигиеной", а интересной творческой работой, отличным коллективом и пр. Разница исключительно во внутреннем побуждении.

Соискатели не боятся пробовать что-то новое

Несколько лет назад в числе соискателей в основном были люди поколения X (1963–1984 годы рождения). Их мотивировали такие факторы, как надежность, стабильность, официальное трудоустройство, белая зарплата. Однако с каждым годом среди кандидатов появляется все больше людей последующих поколений, в особенности Z. Они не боятся изменений, легко расстаются с одной работой и переходят на другую, отвечающую их внутренним целям. На первое место выходит потребность в самовыражении и саморазвитии. В компании каждый руководитель проговаривает с подчиненными их профессиональные и личные цели. Важно, чтобы у каждого сотрудника было желание узнавать что-то новое, интересное, прокачивать компетенции, учиться достигать результата быстрее.

Стереотипное мышление о том, что молодые специалисты не обладают большим опытом, по сравнению с работниками со стажем, на наш взгляд не должно ущемлять права новоиспеченного сотрудника и сказываться на его заработной плате. Именно это на начальном этапе даст чувство важности и приверженности участия в рабочем процессе организации и привет к наибольшей его эффективности. Ведь инновационные взгляды молодых работников могут вывести компанию на новый уровень.

Принимая во внимание исследования не только отечественных, но и зарубежных действующих специалистов, мы считаем, что данная проблема не может оставаться без внимания, ввиду того, что это может привести к негативным последствиям, которые являются причиной стагнации на предприятии.

Одним из аспектов, которому следует уделять особое внимание, является хорошо подобранный социальный пакет. Так как при поиске работы, кандидаты в первую очередь обращают на него внимание.

Кандидаты становятся более открытыми

Люди поколения X на собеседовании пытаются показать себя с лучшей стороны, чаще говорят то, что от них хотят услышать, намеренно создавая положительный образ. Поколение Z, наоборот, не старается понравиться рекрутеру, работодателю, а говорит как есть и оценивает работу по принципу: «заниматься этим или нет», «нравится ли мне эта компания», «получу ли я здесь то, что хочу».

Релокация сотрудников

У поколения X отказ от переезда в другой город был связан со страхом потери стабильности, хорошей зарплаты. Сегодня тенденция строго противоположная. У людей нет привязанности к определенному месту работы, они стали лояльнее относиться к переезду в другой город и даже страну. Их привлекают новая должность, новые интересные задачи, более высокая зарплата.

Повышается спрос на удаленную работу

С каждым годом повышается доля дистанционно работающих сотрудников. Для соискателей это возможность быть частью команды и при этом чувствовать себя свободными и мобильными, путешествовать по разным городам и странам, открывать для себя что-то новое, знакомиться с интересными людьми и зарабатывать деньги. Для работодателей — привлекать нужных специалистов без «привязки» к офису, находить сотрудников для решения конкретных задач, экономить на накладных расходах [1].

Спрос на удаленную работу повышается, не потому что новое поколение такое, а потому что это стало возможным с учетом развития технологий управления и коммуникаций.

Следующий фактор, на который также следует обратить внимание – это индивидуальный подход к каждому сотруднику. Так как не всегда материальные ценности способны его заинтересовать. На примере американской модели мотивации, мы выяснили, что у них существует своя философия управления и мотивирования персоналом. Несмотря на гибкость системы оплаты труда, для американской модели мотивации присущ нематериальный способ мотивации. Такие как: курсы повышения квалификации, бесплатные обеды, корпоративные праздники, совместные поездки. Так на пример в компании «Google», можно заметить, что люди благодаря свободному графику, а также комфортабельной обстановке и одежде, подобранной на свой вкус, показывают наилучшую конкурентно- работоспособность [2].

В конце 2019 года в компании «Microsoft» в Японии провели эксперимент по сокращению рабочей недели до 4 дней, что привело к повышению продуктивности на 40%. Это также привело к резкому снижению числа больничных, сотрудники брали на 25,4% меньше отгулов, это также позитивно отразилось на окружающей среде, так как было использовано на 58,7% меньше бумаги, использование электричества уменьшилось на 23,1%.

Казахстан мог бы практиковать модели мотивации зарубежных стран, таких как Япония и США. Если же изначально мы не сможем прийти к четырехдневной рабочей неделе, то мы

предлагаем внедрить 30 минутные перерывы в течение всего рабочего дня, не исключая и не забирая время обеденного перерыва [3].

Мы также предлагаем на рабочих местах установить комнаты отдыха, в которых могут быть установлены настольный теннис, дартс и другие виды развлечений, можно даже оборудовать определённое количество спальных мест, благодаря которым сотрудники смогут отвлечься и это может способствовать нахождению новых путей решения задач.

Подводя итог, можно отметить, что совокупность методов мотивационного подхода может основываться на абсолютно разных комбинациях, при выборе которых значительное внимание уделяется каждому сотруднику индивидуально. Мы считаем, что перенимая зарубежный опыт, а также привнося новшества у наших отечественных предприятий есть все шансы на повышение эффективности труда.

Список использованных источников:

1. Сообщество менеджеров: <https://www.e-executive.ru/>
2. Эксперимент Microsoft по сокращению рабочей недели до 4 дней: <https://habr.com/ru/company/pochtov/blog/474386/> (28.03.2020)
2. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>