

Евтушенко Зоя Алексеевна

студентка

Захарова Лина Николаевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-МОТИВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ

Аннотация: в статье рассмотрены институционально-мотивационные механизмы трудовой активности персонала, а также различные аспекты применения методов мотивации в институциональной экономике.

Ключевые слова: мотивация, мотив, стимулирование, персонал, институционально-мотивационные механизмы.

Исследований активности в экономических процессах, которые демонстрировали бы варианты осуществления создания структур и механизмов современной экономики, на сегодняшний день практически не проводится.

Вопрос, который касается увеличения заинтересованности сотрудников в итоговом результате собственной деятельности, является актуальным как для нашего государства, так и для всех других стран. Поскольку успешно проведенная мотивация персонала – залог успеха всего предприятия. Необходимо определиться с ключевыми теориями и понятиями мотивации.

Мотивация персонала представляет собой внутренний процесс, который осуществляется в компании. Цель данного процесса заключается в том, чтобы побудить каждого сотрудника ориентировать свою деятельность на конечный результат.

Мотивация, в свою очередь, является важнейшим элементом системы управления персоналом. Следуя словам Е.П. Ильина, можно отметить, что для того, чтобы человек сдвинулся с мёртвой точки и начал что-либо делать, необходимо каким-то образом заинтересовать, дать ему веру в то, что эти действия ему жизненно необходимы [5, с. 42]. В связи с этим управленцы должны

мотивировать каждого исполнителя. На представленной иллюстрации можно увидеть основные функции управления.

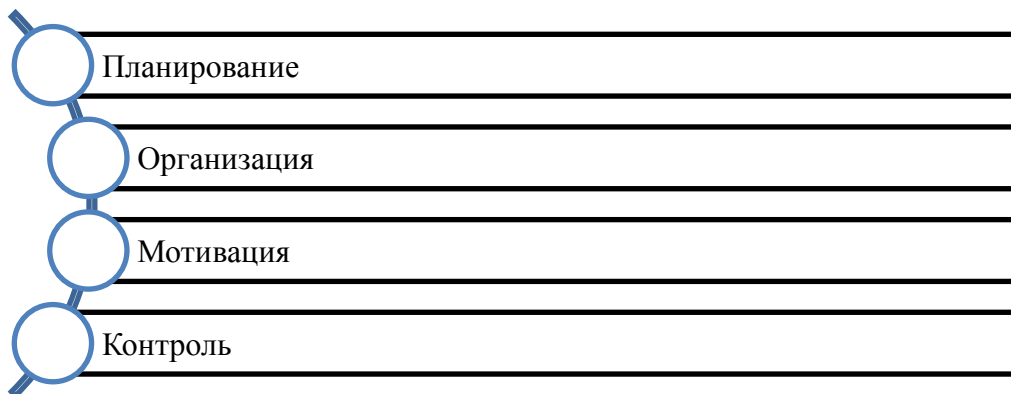


Рис. 1. Базовые функции менеджмента

Понятие «мотивация» пока не получило единого определения. Авторы по-разному ее характеризуют, учитывая свое научное направление.

Мотив в широком своем понимании – все стимулирующее человека на более активное поведение: цели, инстинкты, эмоции и пр. [8, с. 35].

Т.Ф. Бурнс вывел теорию, гласящую о нахождении мотива в самом человеке [2, с. 41]. Если говорить иначе, то мотив – что-то совершенное, которое находится в сознании человека, это насыщенное энергией представление предмета, который очень важен и необходим [1, с. 41].

По мнению Г.Г. Зайцева, понятие «мотивация» является стимулированием к интенсивной деятельности группы, коллектива, личности, которое имеет связь с удовлетворением различных потребностей [3, с. 44].

Кроме того, исследователи западных стран Э. Шейн, Ф. Хедоури, М. Мескон выяснили, что мотивация побуждает людей совершать те или иные действия, способствующие достижению целей как личностных, так и общих для всей организации [10, с. 51].

Следовательно, в ходе процесса анализа настоящих подходов к дефиниции «мотивация» были выявлены общие и различные принципы данного процесса, а также движущие силы, способствующие побуждению людей к действиям.

Процесс мотивации более подробно рассмотрен в работе О.А. Страховой, где выделяются такие элементы, как стимул, потребность и мотив, за которыми следует награда [9, с. 49].

Персонал, который хорошо мотивирован, представляет собой ключ к успеху различных фирм. Следует подчеркнуть, что сфера услуг ужесточена тем, что сотрудники представляют собой не только непосредственных представителей организации, но также и часть конкретной услуги. Когда потребитель смотрит на деятельность персонала, он создает представление о деятельности всего предприятия. И в случае, когда сотрудники являются недостаточно мотивированными исполнять собственную трудовую деятельность продуктивно и качественно, имидж компании на рынке значительно уменьшается.

Из этого следует вывод о прямой зависимости качества предоставляемых субъектом хозяйствования услуг от мотивации. Чтобы сделать работников более мотивированными, нужны программы, элементы мотивации, которые могут быть реализованы. Помимо этого, требуется разработка соответствующих систем и их совершенствование.

Существуют различные методы стимулирования сотрудников к результативному труду. А выбрать тот или иной метод довольно сложно. Вся суть в том, что каждое предприятие работает по индивидуальному графику, значит, на разные коллективы могут обладать воздействием разные методы и формы мотивации работников к труду.

Выделяется подход, согласно которому формируются три пути мотивации рабочей силы к труду. Они включают: организационно-административный, экономический и социально-психологический. Рассмотрим каждый из них подробно.

Экономический состоит из финансового стимулирования к труду. В качестве примера можно привести выделение работнику премий в заранее установленных процентных размерах [4, с. 22]. Исследователи последних десятилетий утверждали, что данный метод сам по себе является одним из самых эффективных, однако у него есть ряд особенностей.

Для начала необходимо отметить существование некой синхронности с работами, которые ведут к премии. Материальная премия вероятна в том случае, если рабочий выполняет объём труда быстрее обозначенного периода. Однако при отсутствии конкретной цели данный метод превращается в обычную зарплату и в «данное», которое есть у всех. Важно также подробно разъяснять рабочим, благодаря каким действиям они могут получить денежную премию, это конкретизирует цель и покажет, чьи принципы действительно достойны поощрения.

С иной точки зрения, важен соревновательный элемент в премировании, который проявлялся бы в подведении промежуточных результатов и сравнительном анализе работы различных коллективов. Это позволит рабочим осознать, где им необходимо скорректировать свой труд, чтобы добиться премирования и обогнать своих конкурентов на предприятии.

Помимо вышеуказанного стоит понимать, что премирование не является элементом систематического поощрения работника, оно может применяться только при определённых обстоятельствах. Получая ежемесячную надбавку, работник станет воспринимать её как необходимость и обязательство со стороны работодателя, а не как поощрение за его исключительные усилия по сравнению с усилиями других.

Также персонал предприятия должен знать, за какие заслуги можно получить прибавку к зарплате. Условно говоря, если рабочие получили надбавку в абстрактной категории без обозначения конкретных действий, приведших к поощрению, они просто не поймут, за что им дали надбавку. Это вводит людей в заблуждение и туманит возможные последующие достижения. Подобная практика сокращает доверие к администрации предприятия и понижает в глазах рабочих его профпригодность.

Очевидным важнейшим пунктом для оказания сильного мотивирующего эффекта является взаимосвязь между суммой надбавки и характером выполненных работ. Для избегания недопонимания надбавка должна быть выплачена сразу же за выполненную работу, чтобы не породить недопонимания и мнения

о том, что она является данностью, а не премией за исключительный труд [6, с. 58].

Организационно-управленческий метод мотивации работников к выполнению работы, иначе называемый «императивным». Основанием является заключение не только о соблюдении законов, Трудового кодекса РФ, но и о беспорном выполнении распоряжений руководства предприятия. В некоторых случаях на многих предприятиях руководство команды намеренно создает неформальное общение с сотрудниками, что через некоторое время приводит к потере управленческого авторитета и приказов в глазах подчиненных. В результате качество работы на предприятии значительно снижается, а отсутствие взаимодействия между подчиненными и руководством приводит к значительному ухудшению показателей деятельности предприятия. Каждая компания должна сформулировать иерархию определенного четко определенного уровня каждого должностного лица, кто перед кем отчитывается, и описать результаты деятельности компании в целом. Только тогда работа каждого звена в этой системе будет хорошо скоординирована и поставленные задачи будут выполнены быстро и без задержек.

Сложнейшими методами на практике можно назвать морально-психологические, однако их важнейшим преимуществом является настоящая и самая высокая эффективность с точки зрения увеличения трудовых показателей. Данная мысль выдвинута в ходе анализа результативности различных методов.

Этот метод позволяет достичь длительного и устойчивого понимания работника необходимости трудиться качественно. Для этого работодатель обязан выполнить следующие задачи: сформировать атмосферу ответственности работника за выполнение своих обязанностей, способствовать формированию понимания важности в общих для фирмы масштабах, а также идеологически обосновать гордость за проделанный труд в организации.

При профессиональном включении в работу организации этого метода будет наблюдаться улучшение психологического климата. Сотрудники начнут верить в свои созидательные способности, осуществлять выработку свежих идей,

которые позволят модернизировать производственный процесс в долгосрочной перспективе при условии поддержания этого климата соответствующими специалистами.

Специфика поведения сотрудников является социально-психологическим методом мотивации. Иногда психологический климат между подчиненными важнее мотивации прошлого. Создание комфортных условий труда и атмосферы позитивного общения между сотрудниками позволяет повысить показатели профессиональной деятельности качественно и количественно. Кроме того, благоприятный психологический климат среди сотрудников позволяет избежать текучести кадров [7, с. 59].

Мотивация является главным рычагом в управлении сотрудниками любой компании, поскольку, по сути, она выступает как непосредственная причина их поведения. Объединение работников для достижения общих целей предприятия, интересов отдельного работника и предприятия в целом является важной задачей управления персоналом. Если изменить объем работы, уровень образования и повысить социальные ожидания сотрудников, то роль мотивации по мнению руководства затрудняет поддержание такого типа управления.

Проведение анализа неоинституционализма показало его серьёзные различия с традиционными подходами. Согласно ему, экономические институты базируются на природном потенциале мотивации, так как при чётких указаниях способствуют стимулу рабочих осуществлять свои функции значительно качественнее. Вместе с этим данный подход показывает, что существуют и особенности его применения в производственной сфере, в качестве таковых можно привести предпринимательскую и трудовую активность как формального, так и неформального характера.

Структура механизма формирования институтов включает правила, которые были выработаны в ходе человеческой истории с целью ограничения деятельности человека как товаропроизводителя, наёмного рабочего и конечного потребителя, которые осуществляют реализацию конкретных достижений своими средствами в рамках экономических процессов.

Список литературы

1. Баранов М.А. Управление процессами мотивационного характера / М.А. Баранов // Социология. – 2019. – №6. – С. 41–43.
2. Бурнс Т.Ф. Культура менеджмента / Т.Ф. Бурнс. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 385 с.
3. Зайцев Г. Управление кадрами в организации: персональный менеджмент / Г. Зайцев. – СПб.: Питер, 2019. – 248 с.
4. Захарченко В.В. Мотивы и стимулы / В.В. Захарченко // Управление персоналом. – 2020. – №8. – С. 22–26.
5. Ильин Е.П. Мотивы и мотивация / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2019. – 371 с.
6. Калашник И.А. Основные теории мотивации / И.А. Калашник. – М.: Знание, 2019. – 312 с.
7. Кричевский Р.Л. Психология деловых отношений / Р.Л. Кричевский. – М.: Статут, 2020. – 410 с.
8. Магура М. Секреты мотивации / М. Магура. – М.: Знание, 2019. – 315 с.
9. Страхова О.А. Организационное поведение: лидерство и личная эффективность руководителя / О.А. Страхова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 180 с.
10. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – М.: Знание, 2019. – 305 с.