

**Подгорнова Наталья Алексеевна**

канд. экон. наук, доцент

**Атаянц Гумаиш Борисовна**

студентка

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный

радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина»

г. Рязань, Рязанская область

DOI 10.31483/r-101004

## **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖЕНЩИН В РЕГИОНЕ**

***Аннотация:** в работе рассматриваются особенности мотивации труда российских женщин. Для достижения максимального эффекта от мотивации персонала и создания системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности предприятия необходимо учитывать региональные особенности, демографические, гендерные различия. Проводится анализ мотивационных факторов современных женщин на предприятиях г. Рязани для выработки возможных путей формирования системы мотивации и стимулирования персонала с учетом гендерных особенностей.*

***Ключевые слова:** мотивация труда, гендерные особенности, мотивация женщины, мотивационные факторы.*

Основой любой организации является персонал, от квалификации которого зависит её развитие. Эффективность персонала зависит не только от профессиональных качеств, но и от желания развиваться и приносить пользу конкретной компании, что определяет необходимость в мотивационной системе.

Актуальность работы заключается в том, что для достижения максимального эффекта от мотивации персонала и создания системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности предприятия необходимо учитывать личностные демографические особенности персонала, особенности гендерных различий, региональные особенности. Для этого необходимо выявить основные

мотивационные факторы современных женщин и мужчин на российских предприятиях.

Существует несколько точек зрения на проблему мотивации женщин. Одни специалисты считают, что индивидуальный подход возможен только в небольших компаниях, так как в компаниях с 1500-ным штатом разработать систему мотивации, учитывающую гендерные особенности, очень сложно. Другие специалисты считают, что основной задачей системы мотивации является учет индивидуальных особенностей работников с целью повышения продуктивности каждого.

Из исследований ученых известно, что российские женщины меньше внимания уделяют статусным вещам, но при этом уделяют повышенное внимание своей внешности. По данным исследовательской группы Института психологии РАН, более всего на продуктивность женщин влияют дружеские отношения с коллегами, взаимопомощь, признание работодателем права на личную жизнь. Поэтому необходимо направлять усилия на создание благоприятной, дружеской атмосферы, комфортного психологического климата.

На рязанском промышленном предприятии ABC большое внимание уделяется социальному пакету, успешно реализуется «семейная программа». Руководство предприятия стремится сделать пребывание на работе комфортным и приятным для сотрудников. С этой целью предприятие для своих сотрудников организует бесплатное питание, квалифицированную медицинскую помощь и сертификаты на массаж. Большинство сотрудников компании ABC имеют маленьких детей, поэтому руководство устанавливает для них гибкий рабочий график, оказывает помощь в подборе нянь, организовывает праздники для сотрудников и их детей, организует корпоративные детские сады и ясли.

При анализе мотивационных факторов сотрудников на предприятиях России были выявлены приоритетные: создание благоприятной атмосферы в коллективе, акцент на семейные ценности, развитие коллективистской корпоративной культуры, преобладание горизонтальных передвижений, государственное страхование. Для зарубежной мотивационной практики характерны: создание

благоприятной атмосферы в коллективе, акцент на личный комфорт, поощрение индивидуальных достижений, планирование карьерного роста, дополнительное медицинское страхование внутри фирмы.

В проведенном исследовании на предприятии ABC выявлено, что 38% мужчин и 56% женщин считают, что естественное женское предназначение – быть хранительницей домашнего очага. 58% мужчин и 31% женщин считают, что занятость женщин на работе негативно сказывается на воспитании детей; 40% мужчин и женщин предполагают, что между работой женщин и ростом преступности в обществе имеется прямая зависимость; 50% мужчин и 25% женщин осуждают женщин, работающих ради собственной карьеры. Но при этом 89% опрошенных женщин оценивают свои семейные и профессиональные роли как одинаково значимые. Работе отдают предпочтение женщины, считающие свою профессию престижной.

По мнению ученых О.В. Митиной и В.Ф. Петренко, изучающих профессиональные предпочтения женщин, для российских и американских женщин главным фактором является возможность иметь высшее образование или профессию высокой квалификации, затем у россиянок стоит желание работать в государственном учреждении, что связано с социально-культурными особенностями современного российского общества, а американки указывают фактор наличия желания посвятить свою жизнь карьере. Отличительной особенностью американских женщин выступает их желание реализоваться в качестве руководителя предприятия, организации, учреждения или иметь свой бизнес.

Также спецификой именно женской профессиональной мотивации в России является тот факт, что женщины намного чаще проявляют пассивность при планировании собственной карьеры, так как в большей степени они живут сегодняшним днем и в меньшей степени будущим. Это подтверждается данными исследований, проведенными В.Г. Горчаковой, согласно которым только 20% из общего числа женщин в нашей стране имеют устойчивую тенденцию к профессиональной карьере.

По данным исследования, проведенного А.И. Пеньковым, среди сфер жизни, наиболее преобладающих ценностей, женщины ведущими сферами жизни назвали обучение и образование, увлечения; общественная и профессиональная жизнь были отмечены как менее значимые.

Данные исследовательские результаты опровергли традиционные представления о том, что для женщин наиболее значима семейная жизнь. Объяснение этому, с точки зрения Е.П. Ильина, возможно, следует искать в перестройке психологии человека в переживаемый нами период «дикого капитализма» с соответствующими ему ценностями.

В качестве базы для выявления мотивационных факторов женщин промышленного предприятия ABC г. Рязани выбрана теория потребностей А. Маслоу.

Респондентами выступили 157 женщин предприятия ABC г. Рязани в возрасте от 22 до 57, со средним специальным и высшим образованием.

Для проведения анкетирования в качестве мотивационных факторов выбраны следующие: 1) возможность выбора времени отпуска; 2) приятное окружение; 3) режим работы, совместимый с жизнью семьи; 4) экономические льготы; 5) возможность выбирать рабочий график; 6) строгое определение должностных обязанностей; 7) безопасность должности; 8) перспектива определенной карьеры; 9) организация серьезная и прочная; 10) социальные льготы; 11) высокая компетентность и эффективность; 12) уважение как личности; 13) престиж организации; 14) возможность повышения и продвижения; 15) уважение за качество работы; 16) высокая зарплата; 17) убежденность в полезности и значимости своей работы; 18) публичная похвала начальника; 19) свобода в работе; 20) реальные возможности образования и личного развития; 21) должность со значительной ответственностью; 22) удовольствие от хорошей работы.

Респондентам предлагалось выбрать те факторы, которые они считают для себя наиболее важными. Результаты общего анализа полученных данных представлены на рисунке 1.

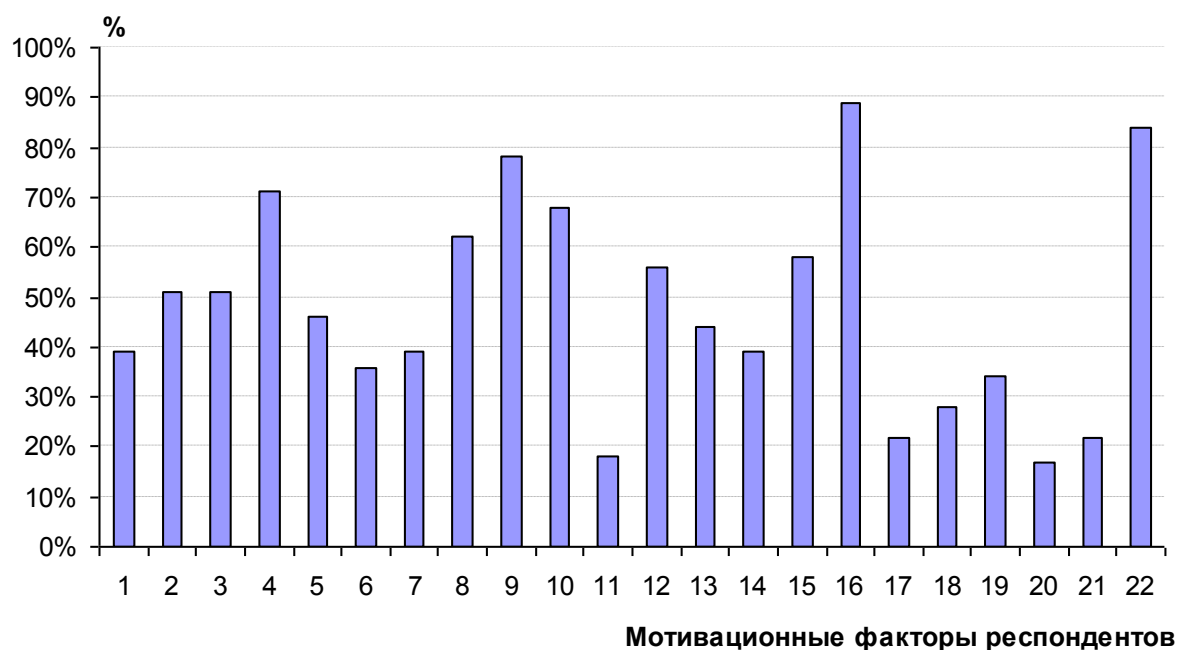


Рис. 1. Мотивационные факторы респондентов

Результаты ранжированных факторов по степени популярности: 1) удовольствие от хорошей работы (84%); 2) высокая зарплата (89%); 3) экономические льготы (71%); 4) организация серьезная и прочная (78%); 5) перспектива определенной карьеры (62%); 6) социальные льготы (68%); 7) уважение рассмотренных индивидов как личностей (56%); 8) уважение за качество работы (58%); 9) режим работы, совместимый с жизнью семьи и приятное окружение (51%); 10) престиж организации (44%); 11) возможность выбирать рабочий график (46%); 12) возможность выбора времени отпуска, безопасность должности и возможность повышения и продвижения (39%); 13) свобода в работе (34%); 14) строгое определение должностных обязанностей (36%); 15) публичная похвала начальника (28%); 16) должность со значительной ответственностью и убежденность в полезности и значимости своей работы (22%); 17) высокая компетентность и эффективность (18%); 18) реальные возможности образования и личного развития (17%).

Результаты опроса мотивационных факторов респондентов разных возрастных категорий и с разным уровнем образования представлены на рисунках 2 и 3.

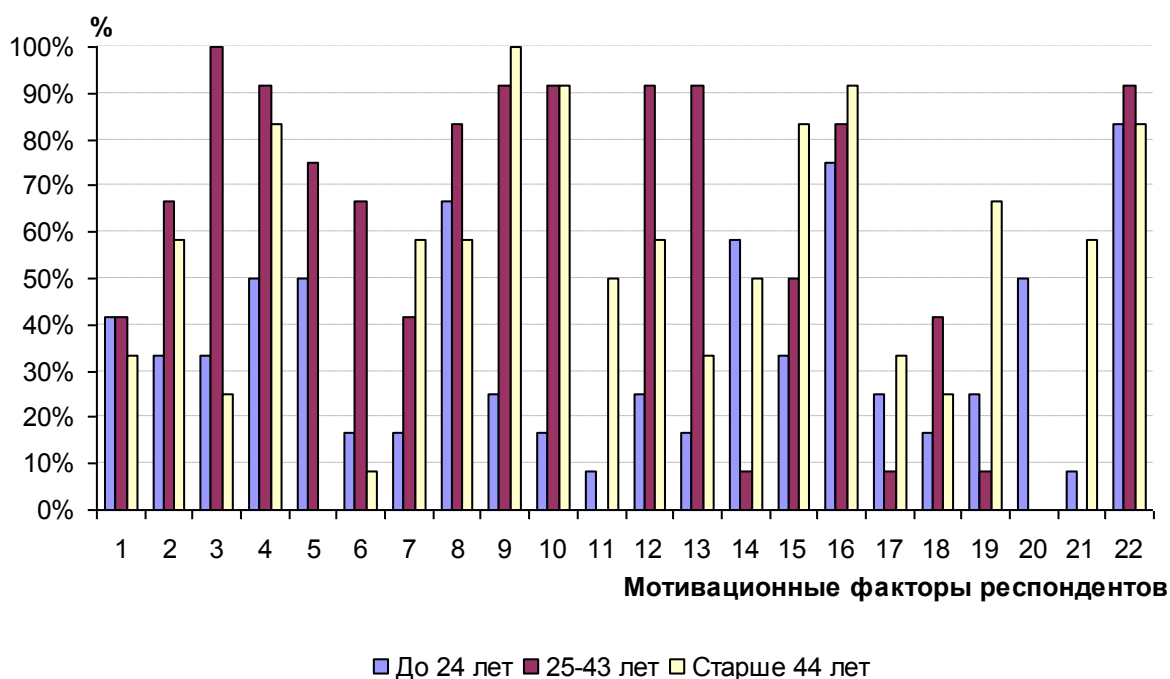


Рис. 2. Мотивационные факторы респондентов разных возрастных категорий

На графике представлены значительные колебания в распределении мотивационных факторов, что обусловлено возрастными особенностями респондентов, их семейным положением и личными профессиональными качествами.

Таким образом, важнейшими факторами для девушек в возрасте до 24 лет выступают такие, как удовольствие от хорошей работы, высокая зарплата и перспектива определенной карьеры.

Для женщин в возрасте до 43 лет важнейшим фактором является режим работы, совместимый с жизнью семьи. Равнозначными факторами для женщин этой возрастной категории являются экономические льготы, серьезная организация, престиж организации и пр. Кроме того, 149 из 157 опрошенных респондентов называют один из значимых факторов – удовольствие от хорошей работы.

Для женщин в возрасте свыше 44 лет приоритетными являются следующие факторы: серьезная организация, социальные льготы и высокая зарплата.

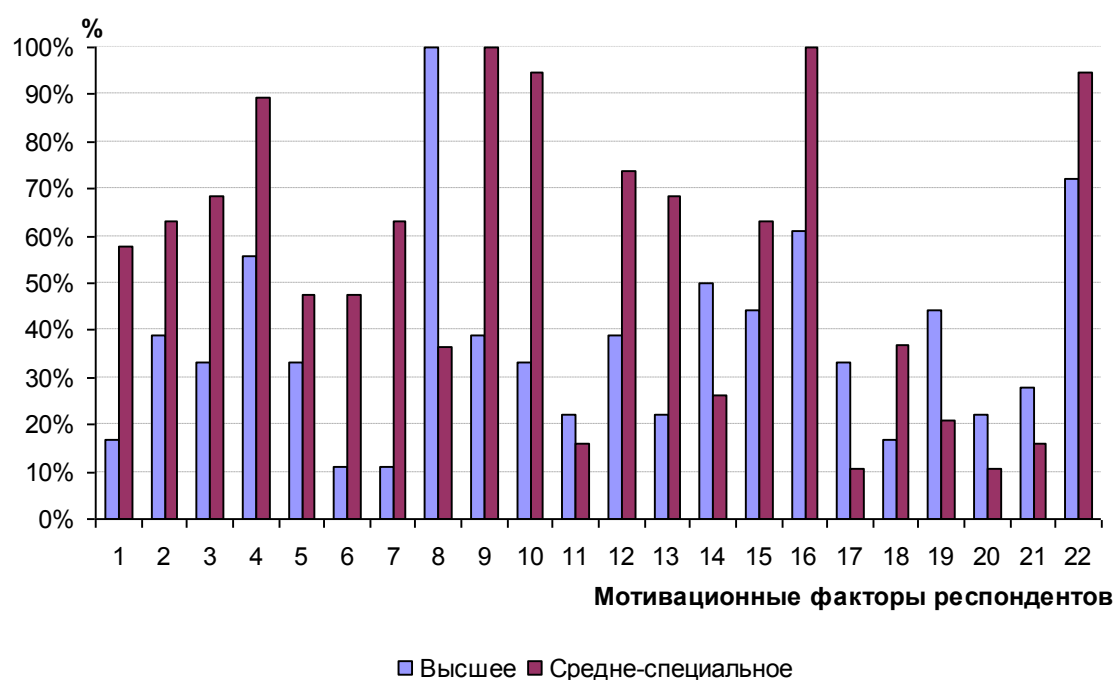


Рис. 3. Мотивационные факторы респондентов с разным уровнем образования

На основании гистограммы на рисунке 3 можно сделать вывод о полярных расхождениях во взглядах на мотивацию со стороны рабочих, имеющих средне-специальное образование и служащих, имеющих высшее образование.

Для женщин с высшим образованием наиболее значимыми факторами стали перспектива определенной карьеры, удовольствие от хорошей работы, высокая зарплата, серьезная организация.

Для женщин со средним специальным образованием картина выглядит иначе: ведущие роли играют серьезность организации и высокая зарплата, далее следует такой мотивационный фактор как «социальные льготы».

Таким образом, можно сделать вывод, что мотивационная сфера личности меняется в зависимости от возраста и необходимо учитывать особенности каждой отдельно взятой возрастной категории и по возможности применять индивидуальный подход.

Отношение женщины к труду менялось с течением времени, и в настоящий момент возможность совмещения работы с жизнью семьи стоит лишь на 9 месте в общем рейтинге. Для молодых девушек решающую роль при выборе места работы играет возможность продвижения по карьерной лестнице и высокая зарплата. Для женщин в возрасте до 44 лет наиболее популярным является

совмещение режима работы с жизнью семьи. В возрасте свыше 44 лет 100% респондентов отметили серьезность организации, что говорит об их стремлении к стабильности. Примечательно, что самым популярным ответом среди всех возрастных групп стал фактор «удовольствие от хорошей работы», что свидетельствует о желании приносить пользу людям.

Женщины, имеющие высшее образование, оказались более амбициозны, и 100% опрошенных важнейшим фактором назвали «перспективу определенной карьеры». Это расходится с результатами исследования О.В. Митиной и В.Ф. Петренко и указывает на определенные сходства российских и американских женщин. Возможно, это обусловлено доступом женщин к профессиям, которые прежде считались сугубо мужскими.

Мотивация представляет собой сложный, неизученный до конца процесс воздействия на работников, тесно связанный с пониманием его потребностей и механизмов воздействия на каждого отдельно взятого индивида.

Формирование системы мотивации на предприятии является инструментом для повышения эффективности сотрудников. На предприятии необходимо внедрять систему поощрения для женщин, включающую полную или частичную оплату путевок для детей или всей семьи, абонементы в косметический салон, дисконтные карты на косметику и товары для дома.

К сожалению, в российских компаниях эффективность управления человеческим фактором крайне низкая. Возможно, это связано с тем, что опыт зарубежных коллег необходимо адаптировать под реалии современной России. Как правило, высокая рентабельность предприятий достигается за счет снижения издержек или увеличения объемов, то есть за счет экстенсивных факторов.

Применение мотивационных методик, учитывающих гендерные особенности, позволит добиться максимальной отдачи от сотрудников.

Исследование мотивационных факторов женщин на предприятие ABC показало, что наиболее значимыми являются: удовольствие от хорошей работы, высокая зарплата, экономические льготы. Таким образом, можно сделать вывод,



что для современных женщин ведущую роль играют нематериальные потребности, что подтверждают исследования российских ученых.

Эффективная система мотивации должна учитывать особенности темперамента женщин и способствовать максимальному повышению эффективности каждого сотрудника.

В настоящее время российская практика мотивации ориентирована в большей степени на материальную составляющую, что в корне неверно. Опыт зарубежных корпораций в этом отношении более ценен, так как в их случае акцент делается на создание комфортных условий труда, чтобы хотелось идти на работу и выкладываться на 100%.

При построении системы мотивации и стимулирования важно учитывать гендерные особенности персонала организации, так как мужчины и женщины по-разному относятся к рабочему процессу, а следовательно, мотивирующие факторы у них различаются [4].

Главной особенностью мотивации труда женщины являются приоритетность таких ценностей, как дом, семья, личная жизнь и т. д. Поэтому для женщин программа мотивации и стимулирования трудовой деятельности должна быть ориентирована на семью, безопасность, уверенность в завтрашнем дне и материальную обеспеченность. Ведь женщины более чувствительны к условиям труда (в том числе к взаимоотношениям в коллективе) [4].

Также при разработке программы мотивации для сотрудников-женщин необходимо учитывать и региональные особенности: виды рабочих мест, традиционные для данного региона, систему общественного транспорта в регионе, уровень «семейной» инфраструктуры поблизости от мест работы (дошкольные образовательные учреждения, школы, спорткомплексы, учреждения дополнительного образования, магазины и т. п.), наконец, традиционный национальный колорит региона и вытекающие из него культурные особенности.

Для российских компаний учет этих факторов вполне возможен благодаря национальному менталитету с традиционным уважением к женщине – матери, труженице, продолжательнице рода [4].

### ***Список литературы***

1. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник / А.Я. Кибанов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 440 с.
3. Кибанова Л.Н. Управление персоналом: учебное пособие / Л.Н. Кибанова, А.Я. Кибанов. – М.: КноРус, 2020. – 201 с.
4. Ковшикова Е.В. Мотивация труда женщины в современной России: региональный аспект / Е.В. Ковшикова, А.А. Александрова / Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: Политология и социология. – 2016. №1. – С. 44–46.
5. Шапиро С.А. Мотивация трудовой деятельности: учеб.-метод. пособие / С.А. Шапиро – М.: Альфа-Пресс, 2014. – 331 с.