

Золотарева Юлия Владимировна

канд. социол. наук, доцент, заведующая кафедрой
Филиал ГБОУ ВО «Ставропольский государственный
педагогический институт» в г. Ессентуки

г. Ессентуки, Ставропольский край

Айрих Генрих Евгеньевич

аспирант

ЧОУ ВО «Ессентукский институт управления,
бизнеса и права»

г. Ессентуки, Ставропольский край

МОТИВАЦИЯ КАК ЦЕННОСТНЫЙ ФЕНОМЕН В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

***Аннотация:** в статье предпринята попытка систематизировать теории мотивации и на основе анализа доказать необходимость использования в современной системе управления персоналом мотивационные механизмы. Мотивация может быть как материальной, так и нематериальной. И в современной системе управления персоналом все больше возрастает роль нематериальной системы вознаграждения.*

***Ключевые слова:** мотивация, мотив, стимул, вознаграждение, потребности.*

Мотивация самая распространенная тема в экономических, социологических и психологических работах теоретиков и практиков. Еще в древности проблема мотивации и стимулирования интересовала все экономические, социальные и политические институты. Разные трактовки относительно этого понятия и его сущность настолько дифференцированы, что невозможно определить эталонный вариант. Нет ни одной науки, которая бы не рассматривала этот термин и его содержание. Это не просто некий способ повысить эффективность труда, это целая система и механизм, посредством которого людей нацеливают на результат. Мотивация связана с категорией стимул. Довольно часто их рассмат-

ривают как синонимы, однако, с течением времени эволюционировали подходы к мотивации и обращаясь к различным литературным источникам можно четко заявить, что это категории абсолютно разные, однако переплетающиеся в системе управления персоналом.

Во внешней среде происходят институциональные изменения, которые меняют и саму сущность рабочего, служащего, индивида. Кроме того на позиционирование личности в социальном пространстве, также отношение его к труду и к деятельности зависит от факторов внутренней и внешней среды, которая находится в постоянном движении.

Проблемы трудовой мотивации сохраняются на современных предприятиях, организациях, особенно они ярко выражены на государственной службе, где довольно сложно оценить результаты труда. Мотивация государственных служащих – это центральная проблема, сопровождающаяся спорами как на уровне отдела, организации, так и на уровне высших структур управления. Для успешного продвижения деятельности и значимости государственного служащего необходимо создать условия, в которых он испытывает удовлетворение, выполняя возложенные на него функции и обязанности. Именно мотивация и ее механизмы позволяют создать комфортные условия, в которых государственный служащий будет стремиться достичь поставленных перед ним целей и задач. Если мотивационные механизмы не устраивают сотрудника государственной службы, то невозможно достичь высокой результативности выполнения работ, и кроме того, довольно сложно ожидать построения высокоэффективных команд, создания корпоративной культуры и формирования положительного имиджа государственного служащего.

Актуальность исследования вопросов мотивации персонала и в частности государственного служащего подтверждается многочисленными исследованиями теоретиков и практиков, которые постоянно предпринимают попытки усовершенствовать механизмы мотивации, создать идеальную схему мотивации, а также разработать методологическую базу мотивации персонала.

В работах известных исследователей в сфере управления организационными структурами и группами, таких как Герцберг Ф, Маслоу А., Альдерфер К., Дуглас Мак Клеланд, Фоллетт М.П., Мэйо Э., прослеживается большой интерес к мотивации персонала. Среди российских исследователей можем выделить трактовки таких известных деятелей как Леонтьев А.Н., Магомед-Эминов Ш., Асеев В.Г., Якобсон П.М., Файзуллаев А.А., Узнадзе Д.Н. [1].

Все выше перечисленные теоретики и практики представили свой взгляд на мотивацию и по разному трактуют ее структуру.

Сложные схемы соотношения интересов, потребностей, мотивов, стимулов представлены в работах А. Смита и Д. Рикардо. Но в центре внимания этих авторов стоит система экономических интересов. В теории праздного класса Т. Веблен продемонстрировал, что потребности дифференцируются в зависимости от принадлежности личности к той или иной страте и как следствие и формирование мотивационного механизма должно исходить из этой теории.

Такие популярные авторы учебников как Э.М. Коротков, Е.А. Уткин, Л.Д. Гительман, А.Я. Кибанов, Ю.Д. Красовский, С.И. Самыгин акцентируют внимание на формирование идеальной системы управления персоналом, в рамках которой высокопродуктивный индивид готов качественно выполнять возложенные на него задания, ориентируясь на благоприятную производственную структуру предприятия. Они исходят из того, что сам сотрудник ответственный и среда, в которой он работает, является благоприятной для достижения целей.

Мотивация человека может быть представлена как циклический процесс непрерывного взаимного воздействия и преобразования, в котором субъект действия и ситуация взаимно влияют друг на друга и результатом которого является реально наблюдаемое поведение. С этой точки зрения мотивация представляет собой процесс непрерывного выбора и принятия решений на основе взвешивания поведенческих альтернатив.

Рассмотрим определения, которые связаны с категорией «мотивация». Мотивация направляет человека к деятельности и исходит из личности. Мотивы формируются в личности, и находятся под воздействием факторов макро и

микроокружения. Человеческое поведение и стремление к чему-либо определено не одним мотивом, а совокупностью между собой взаимосвязанных мотивов. Процесс, который подталкивает человека к действиям называется мотивацией. Исследование природы мотивации дает возможность управленцам понять на какие рычаги действовать, чтобы побудить к активной и содержательной деятельности.

При возникновении мотива, не важно какой масштаб он имеет, прослеживается взаимосвязь с категорией «потребность». Потребность – это некие: неудовлетворенность, недостаток, дискомфорт, которые необходимо устранить. Потребность также возникает внутри индивида и требует своего удовлетворения. Но наличие потребности или возможность ощутить ее наличие еще не является фактом действий и стремлений, чтобы человек начал предпринимать попытки ее реализации необходим мотив. Мотив – это побуждающая ситуация к действию. Сочетание потребностей и мотивов дает шанс начать движение с целью устранения недостатка и получения желаемого.

Анализируя такие категории как «мотив» и «стимул» следует подчеркнуть, что они диаметрально противоположны, хотя во многих теоретических рассуждениях между ними ставят знак равенства. Стимул (от латинского *stimulus* – стрекало, погонялка) – по аналогии с мотивом, также означает побуждение к действию, но при этом стимулы выполняют роль рычагов воздействия или носителей «раздражения» из внешней среды, вызывающих действие определенных мотивов [2].

Стимул подкрепляет мотив и подводит к состоянию ее реализации. Стимулы также весьма дифференцированы. Они могут выражаться материальными компонентами, моделью поведения определенных личностей, содержанием выполняемой работы, вхождением в репрезентативные группы людей. Из этого следует вывод, что мотив – это внутренний компонент, а стимул внешний, в симбиозе они формируют мотивацию как некий алгоритм действий.

Мотивация труда – побуждение индивида к совершению определенного количества операций, которые принесут положительный эффект для организа-

ционной структуры любого социального института. Мотивация в рамках организаций представляет собой механизм, который позволяет сосредоточить все усилия индивида на выполнении определенного вида работ, которые принесут ему эффект и естественно самой организации. Мотивация это сложная схема, которая не только преследует реализацию одностороннего интереса со стороны владельца субъекта управления или руководителя конкретной организации или группы людей, но и обеспечивает удовлетворение со стороны наемного сотрудника, который должен не только получать удовлетворение от процесса выполнения каких либо работ, но и понимать, что в завершении всего этого процесса его ждет вознаграждение в различных аспектах.

Отсюда четкий вывод – мотивация имеет два направления: одно из них – это создание условий, в которых можно констатировать удовлетворение трудом, другое направление – это моделирование поведения человека, способного обеспечить желаемый результат. В совокупности эти два направления приведут к желаемому экономическому эффекту. Однако стоит понимать, что все люди, работающие в одном коллективе или в одной системе создания благ имеют разные взгляды на содержание процесса мотивации. Если высшее звено управленческого аппарата понимает как создать эффективное поле для достижения результата, то совпадение мотивов работника (служащего) и руководителя приведет к положительному результату. Вывод такой, мотивация всегда побуждает к деятельности, но может быть как созидательной, так и разрушительной. Поэтому основная задача руководителей в системе кадрового маркетинга выявить потенциал сотрудника и затем уже подбирать исходя из его возможностей систему стимулов.

Эффективность деятельности кадрового маркетинга любой организации зависит от грамотно сформированного процесса мотивации. Если руководство будет проводить исследование мотивационной природы человека, то можно построить идеальную модель взаимодействия всех субъектов в организации и добиться эффективных результатов. Подбирая адекватные стимулы, которые со-

относятся с потребностями личности можно сформировать объективную модель успешного позиционирования организации.

С мотивацией переплетаются такие категории как: потребности, побуждение, вознаграждение, ценности, мотивы, стимулы.

Потребности представляют собой ощущение недостатка в чем-либо. Если имеется диссонанс между потребностями и внешними условиями, в которых происходит деятельность личности, то возникает потребность устранить это положение дел. Данное состояние можно изменить либо с позиции самого сотрудника, который мотивирует себя на самообразование, на расширение спектра освоения новых компетенций, знаний и умений; либо со стороны руководителя, который попытается изменить условия труда. Если ни тот ни другой в системе взаимодействия не меняется, то о результативном и эффективном труде не придется говорить [3].

Еще одна категория в мотивационной схеме – это интерес. Интерес – это стремление удовлетворить имеющуюся потребность. Отсутствие интереса является пагубным явлением, поскольку такое состояние не будет мотивировать к деятельности ни при каких условиях. Интерес – двигатель к результативности. Интересы формируются либо самим человеком, либо средой, в которой он находится. Интерес является экономической категорией, поскольку способствует повышению производительности любой экономической системы.

Категория «побуждение» во многих теоретических воззрениях связана с категорией «потребность», порой и тождественна. Человек осознает цель и движется к ней, имея потребности и интересы и зная, что в завершении процесса движения он получит вознаграждение. Если вознаграждение не будет получено, или оно не будет соответствовать потребностям личности, то следующий раз индивид не будет побуждать себя к деятельности.

Следовательно «вознаграждение» еще одна категория, которую исследуют ученые различных сфер деятельности. Вознаграждение – это то, что человек воспринимает важным и ценным для себя. Вознаграждение имеет двойственную природу. Внутреннее вознаграждение представляет собой получение удо-

вольствия от самого процесса выполнения видов работ, которое выражается в результате в виде законченного процесса создания чего-либо. Как правило, творчество и все виды его деятельности приносят истинное удовлетворение, поскольку в процессе создания продукта человек получает наслаждение. Внешнее вознаграждение представляет собой стимулы в виде заработной платы, премий, бонусов, льгот, привилегий, продвижение по службе и многое другое.

Ценности также являются элементом, который интересует исследователей в сфере кадрового маркетинга. Ценности – это потребности людей, выработанные, обобщенные и общепринятые в результате их взаимодействия и взаимного согласования. Ценности обеспечивают объективную оценку всего того, что происходит в действительности.

Мотив представляет собой внутреннее желание, которое может трансформироваться в более объективное явление, как потребность. Именно потребность требует реализации в отличие от категорий – желания и мечты. Мотив является точкой отправления для реализации для поставленной задачи.

Мотивирование также является более объективным процессом достижения результатов. Если о мотивации больше рассуждают, вырабатывая определенные схемы, модели, системы, то мотивирование это уже процесс реализации мотивационных идей и воззрений.

Стимулы – это раздражители или рычаги влияния, которые вызывают определенные мотивы, это возможность получения средств удовлетворения своих потребностей за выполнение определенных действий [4]. В качестве стимулов могут выступать действия других людей, отдельные предметы, обещания, носители обещаний и возможностей. Дифференциация реакции на стимулы у разных групп людей, и особенно у отдельно взятых личностей, сильно отличается от восприятия, ценностей, воспитания.

Стимулирование – это процесс, в котором система стимулов оказывает воздействие на индивида, выполняющего определенные виды работ. Стимулы внешние инструменты, как материального содержания, так и нематериальной природы.

Стимулирование как система представляет собой совокупность таких составляющих как: условия труда, особенности жизнедеятельности человека, применяемые стимулы со стороны руководства, результаты выполнения работ. Однозначным выводом является обеспечение корреляции между стимулами и мотивацией.

Современная система мотивации сложный процесс, так как действительно проблематично провести глубинные исследования истинных потребностей человека и определить для него эффективную систему вознаграждений. Кроме того, необходимо создать условия, в которых индивид разделяет корпоративные ценности организации, тогда и на систему стимулирования и процесс мотивации он будет реагировать адекватно. Сотрудник должен чувствовать себя частью организации, ощущать свою значимость в процессе создания продукта, идей, услуг, как на микро, так и на макроуровне.

В стране происходят постоянные преобразования в различных областях и секторах народного хозяйства и управления, поэтому невозможно создать идеальный механизм мотивации или систему мотивационного механизма. Однако разработка методологических основ даст возможность понять истинную природу мотивации и грамотно подобрать стимулы. Игнорировать эту проблему и положение дел невозможно, в противном случае как образ российского специалиста, так и в целом организационных структур никогда не будет конкурентоспособным.

Для успешной реализации мотивационного механизма в рамках кадровой службы необходимо грамотно использовать приемы мотивации персонала, ориентированные на работу, на человека, на организацию.

Мотивация главнейший инструмент управления персоналом, это часть трудового процесса, результатом которого будет экономическая и социальная эффективность принятых решений и реализованных задач во всех сферах народного хозяйства.

Список литературы

1. Борисова Я.Г. Понятие «мотивация» в теориях психологии и менеджмента / Я.Г. Борисова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.b17.ru/article/39692/> (дата обращения: 30.11.2024).
2. Надбаева В.М. Мотивация инновационной деятельности / В.М. Надбаева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://masters.donntu.org/2004/fem/nedbaeva/diss/> (дата обращения: 30.11.2024).
3. Мотивация в менеджменте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://discovered.com.ua/management/motivaciya-v-menedzhmente/> (дата обращения: 30.11.2024).
4. Якокка Л. Функция менеджмента – мотивация / Л. Якокка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/189/13.pdf> (дата обращения: 30.11.2024).