

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Чернова Полина Сергеевна*

Магистрант

polina.veryaskina.99@mail.ru

*ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»,
г. Саранск, Россия

Аннотация:

Статья посвящена изучению теоретических аспектов мотивационной стратегии организации. В статье рассматриваются понятия и виды мотивационных стратегий организации. Вопросы о методических подходах и процессах разработки мотивационной стратегии, которые применяются в современных организациях.

Ключевые слова:

мотивация, стратегия, мотивационная стратегия, виды мотивационной стратегии, функции мотивационной стратегии, методы мотивации, подходы мотивационной стратегии

УДК 331.101.3

Для цитирования: Чернова П.С. Теоретические аспекты мотивационной стратегии организации / П.С. Чернова // Контентус. – 2023. – № 75. – Т.6. – С. 99 – 105.

В настоящее время построение грамотного мотивационного управления персоналом считается одной из самых трудоемких утилитарных задач менеджмента организацией. Высокая текучесть кадров, низкое качество труда, высокий процент ошибок сотрудников, халатное отношение к трудовой деятельности, негативные условия для самореализации кадрового потенциала, и многое другое. Все перечисленные условия представлены в качестве индикаторов неэффективной мотивационной системы. Система мотивации труда – это сложный комплекс, где многочисленные элементы непосредственно связаны друг с другом.

Мотивация персонала является основным средством по обеспечению оптимальным использованием ресурсов, а также

мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Она представляет собой совокупность факторов, которые побуждают человека к активности. Такими факторами, в частности, выступают мотивы, стимулы, потребности, которые влияют на поведение человека.

На данный момент существует множество понятий термина «мотивация» сформулированные учеными в сфере экономики, в данной статье приведем некоторые из них:

Мотивация – это базовый компонент самосознания работника, определяющий его отношение и поведение в труде, его реакции на конкретные условия работы. (Герчиков В. И.) [2]

Мотивация – это побуждение человека к действию для достижения его личных целей и целей организации. (Лукашевич В. В.) [2]

Основной целью процесса мотивации является получение максимальной отдачи от потребления имеющихся трудовых ресурсов. Это позволяет улучшить общую результативность и прибыльность деятельности любого предприятия, в том числе торгового сектора.

Мотивационную стратегию, можно представить, как определенный план действий, который реализуется организацией, а основной задачей является стимулирование сотрудников на эффективное выполнение своих трудовых обязанностей, с целью максимального удовлетворения потребностей, как работодателя, так и работников организации [1].

Мотивационная стратегия, в основном, как было описано выше направлена на персонал и реализуется в одном направлении со стороны руководства, для улучшения трудоспособности работников, а также как способ привлечения более квалифицированных кадров и их удержание. Значение мотивационной стратегии организации представлено в целях на рисунке 1.

В большинстве организаций, существует проблема с текучестью кадров. Работодатель, при формировании мотивационной стратегии должен учитывать данный фактор, а также как удерживать сотрудников и какими способами.



Рисунок 1 – Цели разработки мотивационной стратегии организации

Мотивационная стратегия в любой организации является ключевой составляющей менеджмента кадрового состава. Исходя из представленных целей на рисунке 1, можно выделить перечень следующих функций для реализации мотивационной стратегии:

1. Создание и поддержка системы обратной связи между всеми подразделениями организации;
2. Стимулирование повышения классификации работников;
3. Стимулирование работников организации, трудящихся с наибольшей эффективностью;
4. Проведение отбора наиболее трудолюбивых и способных сотрудников;
5. Стимулирование сотрудников на действия в интересах организации.

В современной организации функции мотивационной стратегии выражаются в разнообразных формах, но сводятся к одной цели, побуждая сотрудников к выполнению определенных действий в рамках выполняемой трудовой деятельности.

Для достижения поставленных целей можно воспользоваться определенными механизмами мотивационной стратегии, а именно внутреннего и внешнего побуждения и внешнего принуждения. В зависимости от заложенного механизма выделяют типы и виды мотивационных стратегий.

В зависимости от мотивов, выделяют следующие виды мотивационной стратегии:

1. Мотивационная стратегия, основанная на внутреннем, внешнем побуждении и внешнем принуждении
2. Мотивационная стратегия, основанная на внешнем побуждении и принуждении;
3. Мотивационная стратегия, основанная только на принуждении;
4. Мотивационная стратегия, основанная на внутреннем и внешнем побуждении;
5. Мотивационная стратегия, основанная на внутреннем побуждении и принуждении.

Таким образом, формирование эффективной мотивационной стратегии является основным направлением в управлении любой организации. Мотивационная стратегия представляет собой оптимальный инструмент для управления и оптимизации рабочего процесса в каждой организации в любой сфере деятельности. По мнению Ф. Герцберга основными мотивационными факторами являются:

- Содержание труда;
- Отношение к работнику;

– Возможности для удовлетворения потребностей в достижении, развитии, статусе, социальной реализации.

Существует несколько основополагающих подходов при выборе мотивационной стратегии:

1. Стимулирование. Стимулирование представляет собой внешнее воздействие со стороны руководства на работника с целью побуждения его к деятельности, которая направлена на достижение главной цели и задач организации. Например, материальные, моральные, коллективные и индивидуальные, а также антистимулы (негативные стимулы) – применяются в качестве наказания.

2. Мотивирование через саму работу (интересная работа, приносящая удовольствие, приравнивается к качественному выполнению).

3. Систематическая связь с менеджером [4].

Разработка мотивационной стратегии организации – это трудоемкий процесс, который включает в себя ряд этапов от формирования цели, до реализации самого мероприятия. Однако, мотивационная стратегия, также представляет собой многогранный и сложный процесс, который индивидуален в каждой организации.

При выборе и разработке мотивационной стратегии необходимо учитывать определенные принципы, а именно доступность, постепенность, осязаемость, своевременность, комплексность.

Разработка мотивационной стратегии в современных организациях должна состоять из следующих этапов:

1. Постановка основной цели мотивации персонала, т.е. каких результатов старается достичь организация, и за что она может простимулировать работников.

2. Определение стратегических альтернатив мотивации персонала. Это необходимо для большей вариативности в стимулировании сотрудников для достижения конкретной цели организации с минимальными затратами.

3. Выбор методов и инструментов мотивации персонала. В зависимости от выбранной мотивационной стратегии осуществляется подбор более подходящих методов и приемов для наилучшей ее реализации. Основными методами для всех видов организаций являются:

– экономические (материальные) методы – денежное, альтернативное вознаграждение, а также система штрафов;

– социально-психологические (нематериальные) методы – социальные, моральные, психологические, организационные стимулы.

При организации мотивационной стратегии, как правило, используют одновременно несколько методов и их комбинаций, для более эффективного управления.

4. Формирование плана реализации мотивационной стратегии. Все принимаемые стратегические решения должны описываться в документе, где четко прописаны методы, которые будут применяться для стимулирования труда работника, сформирована система оплаты трудовой деятельности, где прописываются конкретные задачи по практическим умениям для работника.

5. Реализация мотивационной стратегии организации и необходимость ее корректировки в процессе. Непосредственная реализация стратегии в рамках организации.

При реализации мотивационной стратегии, в организации необходимо учитывать и полагаться на два основных фактора, а именно исследование и оценку наиболее эффективной мотивационной и стимулирующей составляющей. Анализ и оценка реализуемой стратегии являются одним из основных факторов мотивационной стратегии.

В процессе непосредственного внедрения мотивационной стратегии, не только ее результативность напрямую влияет на все составляющие трудового коллектива, но и мотивации от нового внедрения, также влияют на успешную реализацию данной стратегии.

Основными факторами положительного внедрения и реализации мотивационной стратегии могут быть predeterminedены повышение различных показателей, таких как уровень работоспособности, эффективность подразделений, увеличение финансовых показателей.

Неактуальная мотивационная стратегия, может привести к отсутствию мотивации, желания у подчиненных выполнять наиболее эффективно рабочие задачи и цели организации.

Таким образом, мотивационная стратегия в организациях любого уровня является ключевым механизмом в развитии компании, ее эффективности в выполнении поставленных целей и задач. Мотивационная стратегия является «двигателем» рабочего процесса, и правильное ее применение будет способствовать наибольшей вовлеченности сотрудников в выполнении основных задач организации.

Список использованных источников

- 1 **Адамская Л.В.** Мотивация и стимулирование в управлении персоналом / Л. В. Адамская. – Текст : непосредственный // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – № 4 (17). – С. 17-19.
- 2 **Ахмерова А.М.** Эволюция форм мотивации труда / А. М. Ахмерова. – Текст : непосредственный // Инновации и инвестиции. – 2019. – №9. – С. 43-49.
- 3 **Васина М.В.** Теоретические основы понятия стратегия / М. В. Васина. – Текст : электронный // Успехи современной науки. – 2017. – №1. – С. 124-126. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28386245> (дата обращения: 05.03.2023).
- 4 **Касьяненко О.А.** Мотивация трудовой деятельности / О. А. Касьяненко. – Текст : непосредственный // Менеджмент. – 2019. – №4. – С. 92-99.
- 5 **Кобозева Е.М.** Мотивация персонала и ее основные методы / Е. М. Кобозева, Р. М. Бутаева. – Текст : непосредственный // Colloquium-journal. – 2019. – № 13 (37). – С. 138-141.

THEORETICAL ASPECTS OF THE ORGANIZATION'S MOTIVATIONAL STRATEGY

Chernova Polina Sergeevna**

Master's student

polina.veryaskina.99@mail.ru

**National Research Mordovia State University,
Saransk, Russia

Abstract:

The article is devoted to the study of theoretical aspects of the motivational strategy of the organization. The article discusses the concepts and types of motivational strategies of the organization. Questions about methodological approaches and processes of developing a motivational strategy that are used in modern organizations.

Keywords:

motivation, strategy, motivational strategy, types of motivational strategy, functions of motivational strategy, methods of motivation, motivational strategy approaches