



УДК 316.342.6

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКА НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (на примере г. Саратова)

Е. М. Малиц

Саратовский государственный университет
E-mail: malic-elena@yandex.ru

В статье рассматриваются мотивационные ориентации работников в современных российских условиях. Особое внимание уделяется изучению стимулирования труда работника, а также типам трудового поведения.

Ключевые слова: мотивация, типы трудового поведения.

The Main Aspects of Worker Motivation on the Modern Enterprise (at the Example of Saratov)

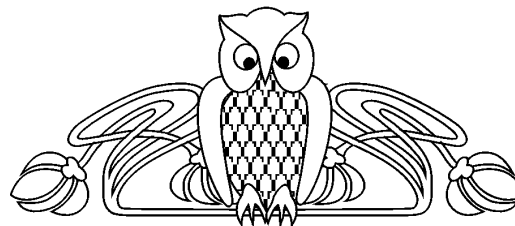
E. M. Malic

The article considers motivational orientation of workers in modern situation of Russian economics. Particular attention is paid to studying the work stimulation of workers and types of their work behaviour.

Key words: motivation, types of work behaviour.

Изменения, возникшие в 90-х гг. XX в. после распада СССР, уже более 20 лет затрагивают все сферы жизни человека и служат причинами их трансформации. Россия получила официальный статус страны с рыночной экономикой. Произошли качественные изменения в отношениях собственности, в экономических и социальных институтах, способах распределения ресурсов и т. д. Продиктованные историческими событиями правила и нормы привели к изменениям в мотивационных, ценностных ориентациях населения. Среда обитания рыночной экономики – конкуренция, создание которой требует необходимых условий, новых законов и их четкого исполнения. Что касается кадрового вопроса, это, в первую очередь, создание новой мотивационной структуры, ориентированной на психологию рыночного типа. Как показывает зарубежный опыт, особенностью управления персоналом при переходе к рынку является возрастание роли личности работника.

Сегодня современные руководители (особенно в экономических центрах) все большее внимание уделяют проблеме эффективности труда, изучают трудовое поведение сотрудников. Это не может быть сделано без проработки тем мотивации, стимулирования и т. д. Все чаще персонал зачисляют в стратегический ресурс, в который выгодно вкладывать деньги. Руководители всех звеньев обучаются на тренингах по управлению персоналом (так, например, посредством телевизионного канала «Успех» можно обучаться, не выходя из дома: передачи «Ваш успешный бизнес», «Управление как искусство», «Как выжить в офисе» созданы именно для этого)¹,



читают специализированную литературу² и т. д. В нашей работе проведено изучение мотивационных ориентаций сотрудников, работающих на промышленных предприятиях в современных экономических условиях, на примере г. Саратова.

В первую очередь, обратимся к теории вопроса. Проблематика мотивации является в последние несколько лет одной из самых популярных тем для изучения и постоянно находится в зоне теоретической рефлексии и эмпирической практики исследователей.

Термин «мотивация» (movere) с латинского языка переводится как «изложение мотивов, изъяснение, оправдание»³; в английском языке мотивация (motivation) – это «побуждение, движущая сила»⁴. В толковом словаре Ефремовой термин «мотивация» расшифровывается как «наличие причинно-следственной связи между чем-либо (поступками, действиями, явлениями)»⁵. Философский энциклопедический словарь рассматривает этот процесс как «систему внутренних факторов, вызывающих и направляющих ориентированное на достижение цели поведение человека или животного»⁶; Толковый словарь «Инновационная деятельность» мотивацию неразрывно связывает с потребностями, удовлетворение которых служит мотивом к действию⁷. Специалисты, называемые сегодня эйчарами (HR – human resources – человеческие ресурсы) и занимающиеся управлением персоналом, мотивацию рассматривают как «инструмент для побуждения индивидуума к деятельности для достижения целей организации и/или личных целей»⁸. В нашей работе мы будем использовать определение понятия «мотивация», которое представлено в Социологическом словаре: «осмысление индивидом ситуации, выбор и оценка различных моделей поведения, их предполагаемых результатов и формирование на этой основе мотивов; относительно стабильная система мотивов, определяющая поведение данного субъекта»⁹.

Чтобы более точно раскрыть содержание понятия «мотивации работников», нам следует познакомиться с другими понятиями, неразрывно с ним связанными: «мотив», «стимул (стимулирование)», «потребность», «интерес». Термин «мотив» применяется для определения тех причин, которые обуславливают определенное поведение, действия и деятельность людей¹⁰. Потребность характеризует то, что нужно субъекту для его



нормального существования, жизнедеятельности, интерес, в свою очередь, отвечает на вопрос, как действовать, чтобы иметь необходимые ресурсы, возможности для удовлетворения потребностей? Интересы и потребности зависят от личных качеств индивида, его способностей, характера, образовательного и культурного уровня, материального обеспечения, социального статуса и окружения. На поведение человека также влияет и внешнее воздействие – стимулирование. Стимул – это то, что человек желал бы получить в результате определенных его действий, направленных на удовлетворение его потребностей и интересов; система стимулирования – это совокупность внешних стимулов, воздействие которых активизирует деятельность человека для достижения поставленных целей (личных и/или организации)¹¹.

Теории мотивации делятся на две категории: содержательные и процессуальные. Содержательные теории базируются на потребностях и связанных с ними факторах, определяющих поведение людей. Процессуальные теории рассматривают мотивацию как анализ человеком распределения усилий для достижения различных целей и то, как он выбирает конкретный вид поведения. Процессуальные теории не отрицают существования потребностей, но предполагают, что поведение людей определяются не только ими, но и функцией их восприятия и ожиданий, связанных с данной ситуацией и возможными последствиями выбранного ими типа поведения¹².

Наиболее распространенными содержательными теориями мотивации являются теории А. Маслоу, Д. Макклелланда и Ф. Херцберга¹³. Основными процессуальными теориями мотивации являются: теория ожиданий, теория справедливости, модель мотивации Портера – Лоулера¹⁴. В современном менеджменте предпринимаются активные попытки пересмотра классических теорий мотиваций с целью их приспособления к

нынешним экономическим условиям. Проблема мотивации и стимулирования имеет свою историю и в нашей стране. Во времена СССР постоянно шли эксперименты в этой области, положительные результаты которых стремились тиражировать по всей стране. Сегодня мотивация персонала довольно широко рассматривается в научной и публицистической литературе. В статьях, как правило, доступным языком объясняется важность этой проблематики и значимость ее для оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала и т. д., а также предлагаются экспресс-методы для построения более гибкой и результативной мотивационной структуры.

Определенную помощь в изучении мотивации персонала руководителям могут оказать социологические исследования. В данной работе использованы результаты опроса, проведенного автором для изучения трудовых отношений в январе 2012 г. на наиболее типичных для г. Саратова промышленных предприятиях¹⁵.

Итак, как правило, регулирование организационно-трудового поведения означает правильную работу с мотивацией сотрудников компании. В это же время стимулирование является внешней стороной мотивации. Рассмотрим значимость различных стимулов для работников г. Саратова. В нашей работе мы разделяем стимулы на материальные и нематериальные. Материальные, в свою очередь, делятся на денежные (зарботная плата) и неденежные, состоящие из социальных (социальный пакет, гарантия стабильной занятости и т. п.) и функциональных (условия труда) стимулов. Нематериальные стимулы состоят из социально-психологических (дружеская атмосфера в рабочем коллективе, взаимопонимание с начальством) и творчески-профессиональных (содержание работы, возможность самореализации, возможность получать новые знания, возможность карьерного роста, полезность работы для окружающих) (табл. 1).

Таблица 1

Уровень значимости различных стимулов для работников

Стимулы	Средний взвешенный балл	Рейтинг
1. Размер заработной платы	69,2	1
2. Дружеская атмосфера в рабочем коллективе	68,4	2
3. Условия труда	67,6	3
4. Содержание работы	61,2	5
5. Возможность карьерного роста	45,2	10
6. Гарантия стабильной занятости	68,4	2
7. Социальный пакет	67,6	3
8. Возможность самореализации	55,0	9
9. Полезность работы для окружающих	57,8	8
10. Возможность получать новые знания	59,4	7
11. Взаимопонимание с начальством	65,8	4
12. Престиж организации	60,4	6



Из приведенных данных видно, что стимулы, вошедшие в тройку лидеров, – как материальные, так и нематериальные. Рейтинг возглавляет размер заработной платы (средний взвешенный балл – 69,2); второе место занимают сразу два стимула, относящиеся к социально-психологическим (дружеская атмосфера в рабочем коллективе) и к материальным (гарантия стабильной занятости) – по 68,4 балла; на третьем месте по значимости – условия труда и социальный пакет (67,6 балла). Менее всего важны стимулы, которые имеют творческо-профессиональный характер: возможность карьерного роста (10-е место со средним взвешенным баллом 45,2), возможность самореализации (9-е место, 55,0 балла), полезность работы для окружающих (8-е место, 57,8 балла).

Рассмотрим особенности влияния социально-демографических характеристик работников на значимость наиболее важных стимулов. Материальное вознаграждение важнее всего (мы рассматриваем распределение по варианту ответа «очень важно») среди работников старших возрастных групп: 50–57 лет (88,9%) и 58–65 лет (80%). Наименее важен размер заработной платы для самой молодой возрастной группы (18–25 лет, 40%) и для респондентов среднего возраста (42–49 лет, 66,7%).

Значимость денежного вознаграждения зависит от уровня дохода респондента: чем выше материальный уровень работника, тем меньше ориентируется он на материальные стимулы. Так, значимее всего размер заработной платы для сотрудников, которые оценивают свой доход как «мы едва сводим концы с концами, денег хватает только на питание» (92,8%); 75% респондентов, которым дохода «хватает на питание, но покупка одежды вызывает затруднение», отметили, что им очень важен размер заработной платы; 70,6% опрошенных, которым «доходов хватает на питание и одежду, но для покупки вещей длительного пользования (телевизор, холодильник) приходится брать займы», также отметили этот вариант и только 57% сотрудников, у которых «покупка вещей длительного пользования не вызывает затруднений, затруднительна покупка действительно дорогих вещей», заявили, что материальное стимулирование в денежной форме для них очень важно.

Вместе с тем для респондентов с высоким уровнем дохода более значимой становится дружеская атмосфера в рабочем коллективе (вариант ответа «очень важно» отметили 71,4% респондента этой категории); менее всего значима дружеская атмосфера для категории сотрудников, которым «доходов хватает на питание и одежду, но для покупки вещей длительного пользования (телевизор, холодильник) приходится брать займы» (58,8%).

Также результаты анализа показали гендерное различие в отношении значимости как среди стимулов-лидеров, так и среди стимулов-аутсайдеров. Для работников женского пола дружеская атмосфера в коллективе на 8,7% значимее, чем для представителей противоположного пола (70 и

61,3% соответственно, рассматриваем распределение ответов по варианту «очень важно»), а также на 10,4% важнее творческо-профессиональный стимул – возможность самореализации (65,2 и 54,8% соответственно). На 10,7% важнее для работников-мужчин размер заработной платы (66,7 и 77,3%), на 9,4% – стабильность занятости (72,4 и 81,8%).

Итак, материальные стимулы (уровень заработной платы) значимее для работников-мужчин и для респондентов с наименьшим доходом, а социально-психологические – для женской части и для сотрудников с высокими доходами. Также один из самых непопулярных стимулов, относящийся к творческо-профессиональным, – возможность самореализации, важнее для женщин-сотрудников промышленных предприятий.

Таким образом, если рассматривать наши результаты исходя из пирамиды потребностей А. Маслоу¹⁶, то для большинства респондентов значимы стимулы, связанные с удовлетворением потребностей низшего уровня: физиологических, потребностей в безопасности, в любви, в причастности к группе. По данной теории появлению одной потребности обычно предшествует удовлетворение другой, более насущной. Следовательно, саратовцы все еще не удовлетворили потребности низшего уровня и не могут задумываться о потребностях более высокого уровня. Необходимо отметить, что такие потребности (в удовлетворении чувства собственного достоинства, в самореализации) характерны для мотивационной ориентации экономики рыночного типа.

Рассмотрим типологию трудового поведения, отталкиваясь от классификации, предложенной Г. Н. Соколовой¹⁷, то есть в зависимости от степени проявления рыночных характеристик – дорыночной, псевдорыночной и рыночной. Дорыночный тип характеризуется формулами «минимум дохода ценой минимума трудовых затрат», «мало работать и мало зарабатывать, но иметь много свободного времени»; индивиды, которые относятся к этому типу, ориентированы на малозатратный способ экономического поведения. Дорыночный тип базируется на ценностях стабильности социального положения, работы по возможностям и в целом пассивно-адаптивной формы трудовой мотивации. Псевдорыночный – «мало работать, но много зарабатывать» – тип экономического поведения реализуется в условиях переходной экономики. Рыночный тип экономического поведения характеризуется формулой «много работать и, соответственно, много зарабатывать» (табл. 2).

Мы видим из приведенных данных, что большинство опрошенных работников (71,6%) выбрали рыночный тип «много работать и, соответственно, много зарабатывать»; 20,4% – псевдорыночный тип; и дорыночный – 2,8% сотрудников. А теперь посмотрим, как возраст влияет на стиль трудового поведения работников (табл. 3).



Таблица 2

Предпочитаемый тип трудового поведения работников

Стили работы	Показатели		
	Частота	%	Валидный %
Много работать и, соответственно, много зарабатывать	49	71,6	75,7
Мало работать, но много зарабатывать	15	20,4	21,5
Мало работать и мало зарабатывать, но иметь много свободного времени	2	2,6	2,8
Затрудняюсь ответить	4	5,4	–
Итого	74	100,0	100,0

Таблица 3

Влияния возраста на тип трудового поведения работников, %

Возраст	Типы трудового поведения		
	Много работать и, соответственно, много зарабатывать	Мало работать, но много зарабатывать	Мало работать и мало зарабатывать, но иметь много свободного времени
18–25	100,0	–	–
26–33	70,0	30,0	–
34–41	52,9	35,3	11,8
42–49	88,8	11,2	–
50–57	100,0	–	–
58–65	77,8	22,2	–

Рыночный тип (много работать и, соответственно, много зарабатывать) выбрали все представители возрастных групп 18–25 и 50–57 лет (по 100%). Наиболее популярен псевдорыночный тип среди работников возрастных групп 34–41 год (35,3%) и 26–33 года (30%), также выбрали этот тип 11,2% опрошенных средней возрастной группы (42–49 лет). Дорыночный тип значим только для представителей возрастного интервала 34–41 год (11,8%).

Таким образом, рыночный тип трудового поведения является наиболее популярным среди работников самой молодой возрастной группы (18–25 лет) и предпенсионной (50–57 лет). Старшая возрастная группа скорее всего руководствуется установками советской эпохи – ответственность к трудовому процессу и привычка работать в полную силу. Представители молодой группы работников росли в переходном этапе в новых экономической и политической ситуациях и уже впитали ценности рыночной экономики, которые можно охарактеризовать поговоркой «из пруда не выловишь и рыбки из пруда» и сводящиеся к тому, что чтобы занять свое место в жизни, необходимо проявлять инициативу, гибкость и мобильность. Представители среднего поколения застали аномию, время, когда в обществе распались одни ценности и нормы, а новые еще не возникли, и когда люди жили «кто как мог», «кому на что наглости хватало» (это ярко показано в известном телесериале «Бригада» 2002 г. и фильме «Жмурки» 2005 г.) и как могли приспособивались. Позицию самой старшей возрастной группы можно объяснить (исходя из характеристики периода зре-

лости, предложенной Д. Бромлеем) тем, что для этой возрастной группы характерен постепенный отход от активной трудовой и социальной жизни¹⁸. Объединяет всех тех, кто выбрал тип трудового поведения «много работать и, соответственно, много зарабатывать» (а таких более 70%), робкое желание ощущать чувство справедливости: эквивалентность вклада и отдачи – «сколько наработал, столько и получил»¹⁹.

Итак, исследование современных мотивационных ориентаций трудового поведения говорит нам о том, что саратовские работники находятся на стадии удовлетворения насущных потребностей. Совместно на предприятиях работают сотрудники, рожденные в 50-х и 90-х гг. XX в., проходившие этап социализации в разных ценностных системах координат и политических строях. Большинство из них выбирают формулу трудовой деятельности «много работать и, соответственно, много зарабатывать», которая объединяет их в желании справедливого отношения к ним и их труду. В настоящее время экономическая действительность рыночных преобразований не может полностью удовлетворить данную потребность, а это говорит о том, что основное условие рыночной системы – конкуренция – в настоящей действительности не реализуется и находится в переходном, кризисном этапе.

Примечания

- ¹ См.: Телевизионный канал «Успех». URL: <http://www.uspeh-tv.ru/> (дата обращения: 21.11.2012).
- ² Например, журналы «Финансовый менеджмент»,



- «Российский журнал менеджмента», «HR – Human Resources», «Стратегический менеджмент», «Директор», «Генеральный директор», «Кадровый менеджмент».
- ³ Чудинов А. Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. URL: <http://enc-dic.com/fwords/Motivacija-23573.html> (дата обращения: 21.11.2012).
- ⁴ Англо-русский онлайн словарь «YOUR ENGLISH». URL: <http://dic.your-english.ru/word/motivation> (дата обращения: 23.11.2012).
- ⁵ Толковый словарь Ефремовой. URL: <http://enc-dic.com/efremova/Motivacija-47317.html> (дата обращения: 21.11.2012).
- ⁶ Философский энциклопедический словарь. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2755/%D0%9C%D0%9E%D0%A2%D0%98%D0%92%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF (дата обращения: 21.11.2012).
- ⁷ См.: Толковый словарь «Инновационная деятельность» / ред. В. И. Суслов. Новосибирск, 2008. С. 224.
- ⁸ Мотивационные модели и их применение в современных организациях. URL: <http://student.zoomru.ru/men/motivacionnye-modeli-i-ih-primenenie/77273.632008.s1.html> (дата обращения: 20.11.2012).
- ⁹ Социологический словарь. URL: <http://enc-dic.com/sociology/Motivacija-4188.html> (дата обращения: 23.11.2012).
- ¹⁰ См.: Соколова Г. Н. Социология труда. Минск, 2002. С. 145.
- ¹¹ См.: Соколова Г. Н. Социология труда. С. 145 ; Социальные проблемы формирования рынка труда : информ. бюллетень. Саратов, 2005. С. 46.
- ¹² См.: Аширов А. Д. Трудовая мотивация. М., 2005 ; Беляева И. Ф., Катульский Е. Д., Магун В. С. Мотивация трудовой деятельности и некоторые направления перестройки системы управления трудом // Ключевой вопрос социологии труда. М., 1988.
- ¹³ См.: Маслоу А. Мотивация и Личность. СПб., 2006 ; Макклелланд Д. Мотивация человека. СПб., 2007 ; Херцберг Ф., Моснер Б. Мотивация к работе. М., 2007.
- ¹⁴ См.: Шелдрейк Дж. Теория менеджмента : от тейлоризма до японизации / пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. СПб., 2001.
- ¹⁵ Анкетирование проходило по целевой гнездовой многоступенчатой 50%-ной выборке. Выборочная совокупность исследования составила 74 респондента в возрасте от 18 до 65 лет, из них 59,5% мужчин и 40,5% женщин.
- ¹⁶ См.: Маслоу А. Указ. соч.
- ¹⁷ См.: Соколова Г. Н. Экономическая социология. Минск, 1995. С. 162–164.
- ¹⁸ См.: Малкина-Пых И. Г. Справочник практического психолога. М., 2006. URL: http://www.modernlib.ru/books/irina_malkina-pih/vozrastnie_krizisi/read_3/ (дата обращения: 20.11.2012).
- ¹⁹ См.: Хьюсман Р. Фактор справедливости. М., 1992.