

# ОСНОВНЫЕ МОТИВИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ДЛЯ СОИСКАТЕЛЕЙ

Авторы: Карпушкина Маргарита Александровна (Российский государственный социальный университет)

Аннотация: В статье рассматриваются основные методы по работе с корпоративной системой мотивации на малом предприятии. Особое внимание уделяется анализу основных мотивирующих факторов. Рассматриваются первичные и вторичные потребности и их влияние на мотивацию человека. Даны рекомендации по совершенствованию системы мотивации персонала руководителям малых предприятий.

Ключевые слова: потребности, управление персоналом, малое предприятие, корпоративная система мотивации

Annotation: The article discusses the basic methods for working with the corporate motivation system in a small enterprise. Particular attention is paid to the analysis of the main motivating factors. Primary and secondary needs and their impact on human motivation are considered. Recommendations are given on improving the system of personnel motivation for managers of small enterprises.

Keywords: needs, personnel management, small enterprise, corporate motivation system

Корпоративная система мотивации - проект, который достаточно редко встречается в небольших организациях. И тем не менее, внедрение такой системы способствует более слаженной и проактивной работе сотрудников в том числе и малых предприятий. Момент мотивирования сотрудников имеет существенную роль в менеджменте как в теоретической, так и в практической форме. Дефиниция мотивирования в качестве важнейшего управленческого функционала представлена М.Х. Месконом: «мотивирование представляет собой побуждение себя и других к деятельности для осуществления индивидуальной и коллективной цели».<sup>[1]</sup>

Между двумя вакансиями, предложенными малыми организациями с корпоративной системой и без, соискатель более вероятно выберет ту компанию, где потребностям и пожеланиям сотрудника уделяется внимание. Другими словами, соискатель, помимо зарплаты всегда надеется получать и другие виды вознаграждения. Примерами таких вознаграждений могут послужить дополнительное медобслуживание, возможность удаленной работы, компенсация обедов и прочее.

Для того, чтобы ответить на вопрос, какие методы являются самыми эффективными для побуждения персонала к повышению своих качественных и/ или количественных показателей работы, разумнее всего спросить об этом самих сотрудников. С той целью, для выявления самых эффективных методов мотивации руководители или специалисты по работе с персоналом проводят специальное анкетирование, где посредством нескольких видов опросов выявляются потребности. Выделяются различные мотивационные определения, а их информация позволяет определять мотивирование в качестве процесса стимулирования труда персонала,

обеспечиваемого со стороны компании и направленного на достижение определенной цели. Основа в мотивировании – это мотив, рассматривающийся в качестве импульса, позволяющего индивиду начинать действовать определенным образом. Мотив в жизнедеятельности индивида будет возникать на основании потребности и нужды, испытываемой индивидом.<sup>[2]</sup>

Потребности можно разделять на группы на первичных и вторичных. Совокупность первичных потребностей являются врожденными физиологическими потребностями индивида в еде, сне, отдыхе и т.д. Вторичная потребность является психологической по собственной сущности потребностью в уважении, успешности, властных полномочиях, богатстве и т.д.<sup>[3]</sup>

Потребность индивида будет определять его поведенческие особенности, а таким образом, это – поведенческий мотив. Когда индивиды ощущают какие-то потребности, у них появляются стремления к достижению определенных целей, при помощи которых люди могут удовлетворять представленные потребности. Когда индивиды достигают поставленных целей, их потребности могут удовлетворяться полным или частичным образом.

Потребность будет удовлетворена при помощи ценности, которая представляет собой объект, удовлетворяющий потребности.

Разумеется, потребности персонала очень разнятся в зависимости от вида услуг, которые компания представляет на рынке. Также имеет значение, насколько конкурентоспособна каждая позиция в компании и какова зарплатная вилка по каждой из позиций. Специалисты, имеющие более богатый опыт в более узкой специализации, ценятся на ранке выше и имеют возможность выбирать наиболее выгодное предложение.

Логично будет отметить, что одними из самых важных мотивирующих факторов будут те, которые в основном не предлагают малые предприятия. Такими факторами могут быть: дополнительная оплата питания или его организация на территории или в непосредственной близости от предприятия, предоставление медицинской страховки, проведение корпоративных культурных мероприятий и поездок с целью обучения и сплочения коллектива.

Помимо материальных мотивирующих факторов, также высоко ценятся и простые, общечеловеческие ценности, такие как доброжелательное отношение руководства, приятная атмосфера в коллективе, совместные проекты и взаимовыручка. О таких факторах сложно узнать, лишь ознакомившись с описанием вакансии. Для этого необходимо обязательно лично присутствовать на предприятии и даже познакомиться с сотрудниками компании. Их отзывы могут стать решающим фактором при принятии решения о трудоустройстве.

Таким образом, одной из основных задач мотивационной системы является проработка основных факторов, привлекающих в компанию соискателей

Список используемых источников

1. Верещагина Л. А., Карелина И. М. Психология потребностей и мотивация персонала; Гуманитарный центр - Москва, 2013. - 156 с.
2. Закирьянова Л.Р. Материальное стимулирование персонала предприятий в современных условиях / Л.Р. Закирьянова // Молодежь и наука. 2017. № 3. С. 64.
3. Мескон, М. Основы менеджмента/М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.- М., 1993.-720 с.

[1] Мескон, М. Основы менеджмента/М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.- М., 1993.-720 с.

[2] Верещагина Л. А., Карелина И. М. Психология потребностей и мотивация персонала; Гуманитарный центр - Москва, 2013. - 156 с.

[3] Закирьянова Л.Р. Материальное стимулирование персонала предприятий в современных условиях / Л.Р. Закирьянова // Молодежь и наука. 2017. № 3. С. 64.