

7.8. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОЦЕНКИ МОТИВАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Юганова М.В., аспирант, кафедра менеджмента организации, «Балтийский государственный университет», «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова», г. Санкт-Петербург; начальник отдела кадров, Санкт-Петербургский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Санкт-Петербург;

Шматко А.Д., д.э.н., профессор, научный руководитель, декан факультета, факультет Международного промышленного менеджмента и коммуникации «Балтийский государственный университет», «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова», г. Санкт-Петербург

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

В организации создание мотивирующей рабочей среды имеет целью получение максимальной отдачи от человеческого капитала организации в условиях такого психологического климата в коллективе. Условия работы, ее содержание, перспективы профессионального и должностного роста, взаимоотношения с непосредственным руководителем и многое другое – это и есть элементы рабочей среды. В статье рассмотрено теоретическое обоснование создания определенных мотивационных уровней среды, формируемой для реализации человеческого потенциала организации.

Формирование инновационной экономики предполагает совершенствование управленческих процессов, ориентированных на реализацию человеческого потенциала компании [2]. Развитие теоретического обеспечения оценки мотивационных предпочтений персонала можно рассматривать в контексте развития научной школы от рассмотрения труда как средства заработка к научному обоснованию системы мотивации персонала [6]. Понимание влияния на производительность человеческого фактора, социального взаимодействия позволили выработать новое направление в менеджменте – концепцию человеческих отношений [8]. В повышение качества человеческих ресурсов как важнейшего ресурса экономического развития инвестируются значительные финансовые средства [9]. В процессе анализа трудовых ресурсов рассматривается комплекс показателей, охватывающих творческий, мотивационный, моральный и психофизиологический потенциал и др. [7, с. 46-47]. Творческий потенциал предполагает выявление и оценку следующих аспектов:

- число рациональных предложений и изобретений, участие в разработке инноваций, профессиональных конкурсах и т.п.;
- объем неиспользованных резервов;
- уровень образования, квалификации, культуры труда;
- стремление работника к расширению профессионального профиля, трудовой карьера;
- интерес к участию в принятии хозяйственных решений, в управлении предприятием, в работе общественных организаций.

Мотивационный потенциал:

- удовлетворенность трудом;
- показатели отношения к труду;
- состояние социально-психологического климата в коллективе;
- текучесть кадров.

Моральный потенциал:

- состояние трудовой дисциплины.

К показателям трудового потенциала относят:

- среднесписочную, явочную численность персонала;
- интегральный коэффициент использования рабочего времени;
- сбалансированность рабочих мест и работающих на предприятии;
- профессионально-квалификационный потенциал;
- структуру персонала по уровню образования;
- структуру персонала по стажу работы;
- функциональную структуру и др.

Психофизиологический потенциал оценивается по следующим величинам:

- половозрастная структура персонала;
- интенсивность, тяжесть труда;
- показатели заболеваемости (общей, профессиональной);
- показатели работоспособности.

Известный немецкий психофизиолог XIX в. Э.Г. Вебер на основании наблюдений вывел закон, согласно которому в рядах ощущений, отличающихся друг от друга по интенсивности, разностный порог возрастает с большим или меньшим приближением пропорционально раздражению.

В рядах ощущений разностный порог чувствительности не постоянен, а возрастает пропорционально раздражению. Относительную разницу в раздражении и разностную чувствительность считают постоянными.

Такое закономерное отношение и называется законом Вебера. На основании этого закона немецкий психофизиолог Г.Т. Фехнер доказал, что порядковая величина ощущений возрастает пропорционально логарифму измерительной величины соответствующего раздражения [5, с. 31-33].

По мнению Фехнера, ощущение начинается, т.е. возникает первый психический процесс там, где различаются материальное и идеальное (рис. 1) [10, с. 60].



Рис. 1. Процесс создания психического образа

Фехнер ввел понятие величины, при которой начинается ощущение, как величины нижнего абсолютного порога (стимула). Рассмотрим ряд отличных друг от друга ощущений n :

$$a_1, a_2, \dots, a_{k-1}, a_k, a_{k+1}, \dots, a_{n-1}, a_n,$$

где a – ощущение; k – порядковый номер ощущения, $k = 1, 2, \dots, k - 1, k, k + 1, n - 1, n$.

Соотношение между областью раздражений b и рядом заметно отличающихся друг от друга ощущений a может быть наглядно представлено при по-

мощи схемы (рис. 2), в которой предполагается по- степенное увеличение интервалов.

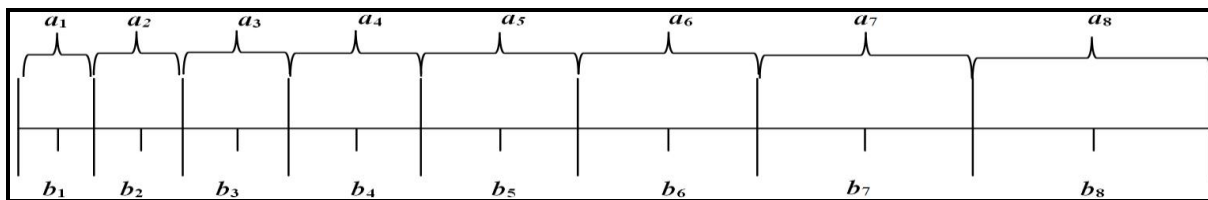


Рис. 2. Соотношение между областью раздражений и ощущениями

Каждому ощущению должно соответствовать раздражение и каждому раздражению – ощущение, а также каждому увеличению или уменьшению **b** должно соответствовать перемещение соответствующего ощущения вперед или назад внутри данного ряда ощущений.

Для определения границ области раздражений выделим раздражения **a₁** и **a_n**, соответствующие крайним ощущениям **b₁** и **b_n**. Для того чтобы вообще появилось ощущение, раздражение **b** должно возвыситься до **b₁**. Если раздражение **b** превышает предел **b_n**, то ощущение **a_n** остается неизменным или совершенно пропадает. Соотношение между раздражением и ощущением зависит от исследования взаимной связи между порядковыми номерами ощущений и раздражений [1]. Рассматриваемый закон показывает, как с возрастанием порядкового номера ощущения изменяется порядковый номер раздражения. Символ **b_k** рассматривается как обозначение раздражения, соответствующее ощущению **a_k**. При этом **b_k** может измениться на конечную малую величину без заметного для лица, принимающего решение (ЛПР), изменения **a_k**. Такое изменение **b_k** может выразиться как в увеличении, так и в уменьшении на постоянную величину, которую обозначим **i_k**. Тогда к ощущению **a_k** следует отнести некоторый интервал раздражений (**b_k + i_k**; **b_k - i_k**). Аналогично ощущению **a_{k+1}** соответствует интервал раздражений (**b_{k+1} + i_{k+1}**; **b_{k+1} - i_{k+1}**), а ощущению **a_{k-1}** интервал раздражений (**b_{k-1} + i_{k-1}**; **b_{k-1} - i_{k-1}**). Интервалы непосредственно граничат друг с другом, поэтому получаем следующие равенства:

$$b_{k-1} + i_{k-1} = b_k - i_k, \quad b_k = b_{k-1} + i_{k-1} + i_k,$$

а также **b_k + i_k = b_{k+1} - i_{k+1}**, **b_{k+1} = b_k + i_k + i_{k+1}**,

где **b** – величина ощущения;

i – разностный порог раздражения **r**.

Таким образом, ряду ощущений **a₁**, **a₂**, ..., **a_{k-1}**, **a_k**, **a_{k+1}**, ..., **a_{n-1}**, **a_n** соответствуют граничащие друг с другом интервалы раздражений **b_k ± i_k**. На основании допущения, что ощущение раздражителя представляет собой накопленную сумму равных приращений ощущения, Фехнер выразил наблюдения Вебера в математической форме. Согласно закону Вебера, отношение порядковых номеров ощущений к порядковым номерам раздражений является постоянной величиной **c**:

$$c = \frac{i_{k-1}}{b_{k-1}} = \frac{i_k}{b_k} = \frac{i_{k+1}}{b_{k+1}}.$$

Имеет место равенство **i_k = cb_k**.

Учитывая ранее выведенные зависимости **b_k + i_k = b_{k+1} - i_{k+1}**, получаем

$$b_{k+1} = b_k \frac{1+c}{1-c} = b_{k-1} \left(\frac{1+c}{1-c} \right)^k.$$

Обозначим измерительное число раздражения:

$$Y = \frac{1+c}{1-c},$$

тогда если **k** и **p** – порядковые номера ощущений (**k > p**), то **b_k = b_pY^{k-p}** и **b_p = r_pY^{p-1}**. Проведя алгебраические преобразования, получим

$$\frac{b_k}{b_p} = \frac{Y^{k-1}}{Y^{p-1}} = Y^{k-p}.$$

Путем логарифмирования преобразуем и получаем выражение:

$$(k - p) \log Y = \log \frac{b_k}{b_p} = \log b_k - \log b_p.$$

Следовательно, разности порядковых номеров двух ощущений прямо пропорциональны разностям логарифмов порядковых номеров соответствующих раздражений. Если принять раздражение **b_p** за единицу меры и передвинуть порядковые числа ощущений, так чтобы вместо **p** стоял ноль, то можно получить закон соотношения:

$$k \log Y = \log b_k,$$

т.е. порядковый номер ощущений возрастает пропорционально логарифму порядкового номера соответствующего раздражителя.

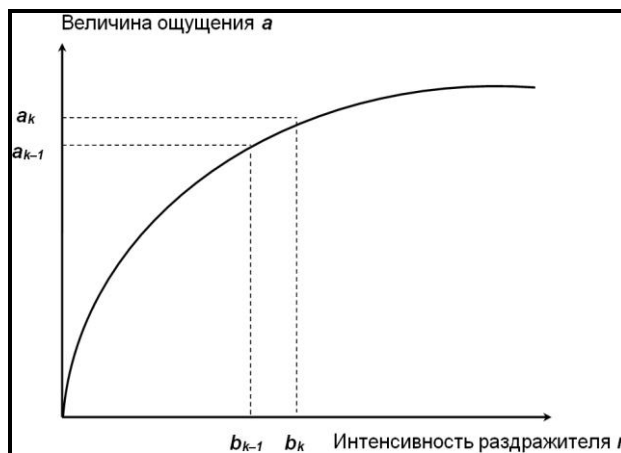


Рис. 3. Основной психофизический закон Вебера–Фехнера

В этом и выражается выведенный Фехнером из закона Вебера основной закон психофизики, из которого следует, что с увеличением интенсивности

раздражителя величина его ощущения растет значительно медленнее, чем сам раздражитель, – по логарифмическому закону (рис. 3).

Максимальный эффект, направленный на достижение целей, побуждающих человека к осуществлению действий, определенных условий, и является целью мотивации, с этим же и используются такие термины, как стимулирование и мотивирование.

Исходя из этого, можно выделить несколько основных понятий процесса мотивации. Это потребность, которая определяет направленность человека, его необходимость для существования, далее это мотивы, это то состояние, действия, которые будут направлены на результат и на конец цели, – то к чему стремится человек для достижения желаемого (рис. 4)?

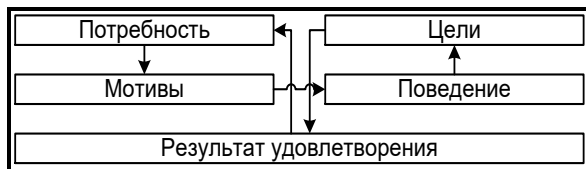


Рис. 4. Мотивационный процесс.

Следовательно, в организации требуется создание такой мотивационной среды, при которой формируется совокупность внутренних и внешних мотиваций, определяющих направленность и величину управляющих воздействий, прилагаемых для достижения целей организации. Эффективную мотивационную среду организации можно разработать в том случае, если определены его мотивационные предпочтения. Для этого необходимо знать механизм мотивации, как возникают различные мотивы, из чего они складываются.

В настоящее время недостаточная мотивация персонала лишает организации возможности реализовать в полной мере, отчего у сотрудников снижается трудовая активность [4]. Известно, что отношение человека к совершаемой им трудовой деятельности определяется как внутренними, так и внешними побуждающими силами. Внутренние силы выражены потребностями, желаниями, стремлениями, интересами и личной системой ценностей. Внешние побуждающие силы представлены средствами экономического и морального воздействия.

Результаты исследования мотивационных предпочтений предпринимателей, опубликованные в [3], содержат следующую ранжированную структуру мотивов с учетом влияния внешних и внутренних факторов (рис. 5). Мотивационные предпочтения чрезвычайно разнообразны. Анализ данных, представленных в [3], позволил авторам ранжировать мотивы по уровням. К первому уровню авторы отнесли потребности в самоуважении, стремление человека познать, справляться с задачами, возможность обрести свободу творчества, уважения окружающих, стремление к знаниям и новому опыту, потребность власти и служения обществу. Если эти чувства не удовлетворяют человека, впоследствии возникают чувства неполноценности. Потребность зависит от возраста человека, молодежь находится в поисках своей профессиональной ни-

ши. В зрелом возрасте приобретает жизненный опыт, уверенность в своих способностях. Ко второму уровню мотивов авторы относят возможность достижения пика творческой самореализации, удовлетворение потребности во влиянии на людей. К мотивам третьего уровня были отнесены потребности во внутреннем комфорте и достижении конкретных и осязаемых результатов своего труда.



Рис. 5. Ранжированная структура мотивов с учетом влияния внешних и внутренних факторов [3]

Имея представления о мотивационных предпочтениях предпринимателя, можно сделать предположения о возможности построения мотивационной среды в организации. Под мотивационной средой организации будем понимать совокупность внутренних и внешних мотиваций, определяющих направленность и величину управляющих воздействий, прилагаемых для достижения целей организации. Мотивационная среда организации, по нашему мнению, будет также состоять из трех уровней. Определяющим фактором первого уровня будут мотивы личного характера, т.е. такие мотивы, которые удовлетворяют высший уровень пирамиды потребностей А. Маслоу: потребности в самореализации и общественном признании. Определяющим фактором второго уровня являются материальные мотивы, способствующие удовлетворению таких потребностей, как стабильное материальное положение и достижение определенного статуса и положения в обществе (потребности более низкого уровня иерархии А. Маслоу – в безопасности). Определяющим фактором мотивов третьего уровня является ощущение внутреннего комфорта и удовлетворенность результатами своего труда в данной организации.

Таким образом, рассматриваемая совокупность внутренних и внешних мотиваций персонала, определяющих величину управляющих воздействий, должна соотноситься не только с мотивационными предпочтениями работников самой организации, но и учитывать мотивационные предпочтения предпринимателя.

Мотивационная среда, организованная с учетом подобных требований, способна быть фактором повышения человеческого потенциала организации.

Литература

1. Барыкин С.Е. Особенности шкалы сравнения критериев при организации подрядных торгов (конкурсов) в строительстве [Текст] / С.Е. Барыкин, И.И. Константинов // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии : сб. науч. тр. 15-й Междунар. науч.-практ. конф. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2013. – 489 с.
2. Иванов О.И. и др. Формирование инновационной составляющей человеческого потенциала экономики Северо-Запада России [Текст] / О.И. Иванов, С.А. Иванов, А.Д. Шматко // Проблемы современной экономики. – 2011. – №1. – С. 209-214.
3. Кетько Н.В. Исследование мотивационных предпочтений предпринимателей в целях развития малого бизнеса [Текст] / Н.В. Кетько, О.Е. Акимова // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – №9. – С. 27-38.
4. Коновалова О.С. Господдержка предпринимательства как основа формирования мотивационной среды развития предпринимательской деятельности в России [Текст] / О.С. Коновалова, О.Е. Акимова // Изв. Волгоградского гос. техн. ун-та. – 2016. – №7. – С. 18-23.
5. Липпс Г.Ф. Основы психофизики [Текст] : пер. с нем. / Г.Ф. Липпс. – 2-е изд. – М. : КомКнига, 2012. – 112 с.
6. Маршев В.И. История управленческой мысли [Текст] / В.И. Маршев ; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2016. – С. 511-521.
7. Молчанова Л.Н. Анализ трудовых ресурсов [Текст] : учеб. пособие / Л.Н. Молчанова. – СПб. : ПЭИПК, 2013.
8. Награманова Т.И. Проблемы стимулирования и мотивации в управлении персоналом [Текст] / Т.И. Награманова // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №3.
9. Никифорова С.В. и др. Разработка экономического и нормативно-правового механизма привлечения ВУЗами средств работодателей [Текст] : отчет о НИР (заключит.) / С.В. Никифорова, Н.В. Афанасьева, А.Д. Шматко, С.А. Иванов, Ю.И. Растова ; Гос. образоват. учрежд. выс. проф. образов. «Сев.-Зап. гос. заочн. техн. ун-т» (ГОУВПО «СЗТУ») ; рук-ль С.В. Никифорова ; №ГР 01200953428 ; инв. №02201258415. – СПб., 2011. – 407 с.
10. Психология [Текст] : учеб. / В.М. Аллахвердов, С.И. Богданова [и др.] ; отв. ред. А.А. Крылов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2012. – 752 с.

Ключевые слова

Мотивация; человеческий потенциал; мотивационные предпочтения; внешние и внутренние факторы; стимулирование; управление персоналом.

Юганова Мария Валентиновна

Шматко Алексей Дмитриевич

РЕЦЕНЗИЯ

Статья аспиранта Югановой Марии Валентиновны и декана факультета международного промышленного менеджмента и коммуникации ФГБОУ ВО «Балтийский государственный университет» «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова», доктора экономических наук, профессора Шматко Алексея Дмитриевича посвящена исследованию научного обоснования процесса поощрения работников в зависимости от вклада в работу организации в рамках формирования системы стимулирующих воздействий на персонал и созданию мотивационной среды организации. Актуальность проблемы обусловлена приоритетной ролью человеческого фактора в построении экономики знаний в России на основе человеческого потенциала.

Авторы применяют оригинальный подход, глубоко проводя исследования научного вопроса стимулирующих воздействий и рассматривая основной закон психофизики, связывающий увеличение интенсивности раздражителя и ощущения работника. Авторами изучена роль мотивации в организации, внутренние и внешние факторы и показано, что мотивация является главным управляющим звеном любого руководителя компании. В статье авторами предложен новый взгляд на понятие мотивационной среды, которая могла бы применяться с учетом специфики организации в наше время.

Научная статья Югановой Марии Валентиновны и доктора экономических наук, профессора Шматко Алексея Дмитриевича «Теоретическое обоснование оценки мотивационных предпочтений персонала организации» соответствует всем требованиям и может быть рекомендована к публикации в журнале Аудит и финансовый анализ.

Шамина Л.К., д.э.н., зав. кафедрой «Менеджмент» Санкт-Петербургского филиала Финансового университета,

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ