

MOTIVATING PEOPLE WITHIN THE ORGANISATION

MOTIVAREA PERSONALULUI ÎN CADRUL ORGANIZAȚIEI

CAZAC Cristina, studentă, specialitatea: MRU

Academia de Studii Economice din Moldova,

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: cazac.cristina02@gmail.com

Abstract: *Motivating people within an organisation is a key aspect of business success. The motivation process consists of identifying and satisfying needs, setting goals and achieving them. This paper presents motivational theories such as those of Maslow, Herzberg, McGregor, McClelland, Vroom and Adams as essential tools for understanding and managing employee motivation. However, different generations are motivated by different elements. Each generation, from Silent to Alpha, can be characterised by their motivations and values in the workplace. From setting career goals to seeking meaning and recognition, each generation has unique needs and expectations. Motivational techniques tailored to all of these groups include recognising effort, celebrating team successes, sharing professional development and promoting workplace flexibility. Creating a positive and healthy work environment means understanding and adapting motivational practices to the needs and characteristics of each generation. These practices can help boost employee morale, strengthen the team and improve overall organisational performance.*

Keywords: *motivation, generations, companies, economy, inspiration, confidence, performance*

JEL CLASSIFICATION: J01, J53, J82

INTRODUCERE:

O semnificație majoră în succesul unei organizații este contribuția adusă de către angajații săi. De aceea, motivarea personalului în interiorul organizației este un aspect cheie în prosperarea companiei. Selectarea unor metode de stimulare a angajaților aduce anumite beneficii considerabile precum: creșterea productivității, retenția și satisfacția angajaților, reducerea absenteismului și a fluctuației forței de muncă și desigur îmbunătățirea climei organizaționale.

Cercetarea dată are drept scop identificarea mijloacelor de motivare potrivite fiecărei generații pentru a optimiza implicarea și performanța angajaților în cadrul organizației.

În acest studiu se vor aborda următoarele subiecte:

- Definirea conceptului de motivație
- Prezentarea principalelor teorii motivaționale
- Generațiile prezente pe piața forței de muncă
- Tehnici de motivare a personalului potrivite pentru toate generațiile

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Motivația este un proces psihologic simplu, bazat pe nevoi, stimulente și atingerea obiectivelor. Când o persoană are o nevoie nesatisfăcută, ea acționează pentru a o îndeplini. Din punct de vedere psihologic, motivația reprezintă sistemul total de procese responsabile pentru stimulare. Etapele cheie în procesul de motivare sunt [1]:

- ❖ Identificarea nevoii pe care persoana dorește să o satisfacă.
- ❖ Determinarea modului în care va fi satisfăcută acea nevoie.
- ❖ Stabilirea unui obiectiv și determinarea modului în care va fi atins.
- ❖ Deplasarea în direcția aleasă, întreprinderea acțiunilor planificate.
- ❖ Obținerea rezultatului și împlinirii psihologice.

Teoriile motivaționale sunt esențiale pentru conducerea organizațiilor, conectând principiile psihologice cu practica managerială pentru a îndruma angajații către realizarea obiectivelor companiei. [2]

1. Teoria nevoilor lui Abraham Maslow- Oamenii sunt motivați de satisfacerea anumitor nevoi de bază, cum ar fi nevoia de hrană, siguranță, apartenență, stimă și auto-realizare.

2. Teoria lui Frederick Herzberg (Teoria factorilor de motivare și de igienă) - Factorii de motivare, cum ar fi recunoașterea și responsabilitatea, conduc la satisfacție, în timp ce factorii de igienă, cum ar fi condițiile de muncă și salariul, previn insatisfacția.

3. Teoria X și Teoria Y a lui Douglas McGregor - Teoria X consideră că oamenii sunt leneși și trebuie controlați, în timp ce Teoria Y presupune că oamenii sunt motivați și autodirecționați dacă li se oferă oportunitatea.

4. Teoria necesităților de afiliere, putere și realizare a lui David McClelland - Oamenii sunt motivați de nevoia de a avea relații sociale (afiliere), de a exercita influență și control (putere) și de a atinge obiective personale și profesionale (realizare).

5. Teoria așteptărilor a lui Victor Vroom - Motivația este determinată de așteptările individului cu privire la performanță (expectanța), legătura dintre performanță și recompensă (instrumentalitate) și valoarea recompenselor (valența).

6. Teoria echității a lui John Stacey Adams - Oamenii compară propria lor contribuție și recompensă cu cele ale altora și sunt motivați de a menține echilibrul sau echitatea în aceste relații.

Este esențial să înțelegem cum angajații percep practicile manageriale și de motivare raportate la generația din care fac parte pentru a le oferi oportunități de dezvoltare și pentru a le satisface nevoile personale și profesionale.

Tabel 1. Model generațional larg acceptat:

Generația	Perioada	Vârsta actuală
Generația Tăcută (Silent)	1928-1945	79-96 ani
Generația Baby-Boomers	1946-1964	60-78 ani
Generația X	1965-1980	44-59 ani
Generația Y (Millennials)	1981-1996	28-43 ani
Generația Z	1997-2012	12-27 ani
Generația Alpha	2013-prezent	11 ani

Sursa: Pew Research Center

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Generația Tăcută (Silent Generation):

- Această generație este motivată de stabilitate și securitate. Pentru ei, munca înseamnă în primul rând oportunitatea de a-și asigura un trai confortabil pentru ei și familiile lor. Sunt orientați spre valorile tradiționale și apreciază loialitatea și respectul.

Generația Baby-Boomers:

- Baby-Boomers sunt motivați de recunoaștere și de succesul în carieră. Pentru ei, muncă este o modalitate de a-și demonstra competența și de a se distinge în domeniul lor de activitate. Valorizează realizările profesionale și sunt predispuși să investească mult timp și efort în munca lor.

- Există o tensiune semnificativă între ei și generațiile mai tinere, deoarece membrii generației Baby Boom așteaptă și de la alții ca să aibă aceeași etică în muncă și să lucreze același număr de ore.[3]

Generația X:

- Au fost crescuți în umbra influenței Generației Baby Boomers și sunt prima generație care și-au făcut „to do list”. Tind să fie sceptici față de relațiile ierarhice și se așteaptă ca managerii să le obțină respectul. [3]

- Această generație este motivată de echilibru între viața profesională și cea personală. Ei caută flexibilitate în muncă și apreciază posibilitatea de a avea control asupra propriului program și a vieții lor. Pentru ei, munca este un mijloc de a-și asigura independența și stabilitatea financiară, fără a sacrifica timpul petrecut cu familia și hobby-urile.

Generația Y (Millennials):

- Este motivată de semnificație și de impactul pe care îl au în lume. Ei caută satisfacție în muncă prin implicare în proiecte și activități care îi ajută să-și exprime valorile și să contribuie la schimbare și progres. Apreciind tehnologia și inovația, această generație caută mediul de lucru potrivit, care să le ofere oportunități de dezvoltare și creștere personală.

- Au un optimism dus până la extrem și chiar așteptări nerealiste, de cele mai multe ori. Consideră că sunt scutiți în a respecta regulile. Sunt o generație de mentalități inteligente și dezvoltate care adesea par de neînțelese. [3]

Generația Z:

- Generația Z este motivată de diversitate și de provocările care îi ajută să-și dezvolte abilitățile și să-și exploreze interesele. Pentru aceștia, munca trebuie să fie dinamică și interesantă, oferindu-le oportunități de a învăța și de a se adapta la schimbările rapide din lumea modernă. Valorizează echitatea și incluziunea și sunt atrași de mediile de lucru care promovează diversitatea și colaborarea.

- Prima generație care s-a născut în era digitală, unde informațiile sunt accesibile instantaneu și permanent. Acești indivizi sunt pasionați de tehnologie și îndrăgostiți de mediul online. Ei apreciază autonomia și sunt reticenți în fața autorității, pe care adesea o contestă.

Generația Alpha:

- Având în vedere că Generația Alpha este încă tânără, motivațiile lor la serviciu nu sunt încă pe deplin cunoscute. Cu toate acestea, se anticipează că vor fi motivați de oportunități de creștere și de învățare, precum și de mediile de lucru care încurajează creativitatea și inovația.

TEHNICI DE MOTIVARE A PERSONALULUI POTRIVITE PENTRU TOATE GENERAȚIILE

Recunoașterea și aprecierea muncii angajaților de către superiori - Atunci când angajații se simt valorizați și apreciați pentru contribuția lor la organizație, sunt mai predispuși să ofere totul pentru succesul companiei.

Cultivarea unei culturi a respectului și a ajutorului reciproc - Atunci când angajații se simt respectați și sprijiniți de colegii și de management, se dezvoltă o atmosferă pozitivă și productivă.

Sărbătorirea succeselor și realizărilor în echipă - Prin recunoașterea și celebrarea împreună a succeselor, angajații se simt apreciați și încurajați să continue să depună eforturi pentru obținerea rezultatelor. [5]

Stabilirea unor planuri și scopuri comune în organizație - Atunci când toți angajații lucrează împreună către aceleași obiective, se întărește coeziunea și spiritul de echipă.

Promovarea echilibrului dintre viața profesională și viața privată - Oferirea unor programe flexibile de lucru și a unor beneficii care să faciliteze gestionarea responsabilităților personale contribuie la satisfacția și loialitatea angajaților. [4]

Oferirea unui pachet financiar motivant - Salariile și beneficiile competitive, precum și posibilitatea de avansare în carieră, sunt factori importanți pentru a menține angajații motivați și implicați în organizație. [4]

Investirea în dezvoltare profesională și personală - Oferirea oportunităților de învățare și dezvoltare îi ajută pe angajați să-și îmbunătățească abilitățile și să avanseze în carieră, ceea ce îi motivează să rămână angajați loiali și dedicați.

Utilizarea aplicațiilor care facilitează procesul de digitalizare - Prin implementarea unor soluții digitale inovative și eficiente, se optimizează procesele de lucru și se sporește eficiența și productivitatea. [5]

Îmbunătățirea relațiilor cu șeful/managerul direct - O comunicare deschisă și o relație de încredere între angajați și conducere contribuie la stimularea implicării și loialității angajaților.

Oferirea unor bonusuri și oportunități pentru promovare - Prin oferirea de beneficii și oportunități de avansare, se recunoaște efortul și contribuția angajaților la succesul organizației. [5]

Îmbunătățirea relațiilor și colaborării în cadrul echipei - Prin încurajarea comunicării și colaborării între membrii echipei, se stimulează schimbul de idei și inovația, contribuind astfel la îmbunătățirea performanței organizaționale.

Promovarea flexibilității la locul de muncă - Oferirea de programe flexibile de lucru și de opțiuni de lucru la distanță permite angajaților să-și gestioneze mai bine echilibrul între viața profesională și cea personală, ceea ce contribuie la satisfacția și angajamentul lor față de organizație.

Crearea unui mediu de lucru plăcut și sănătos - Oferirea de spații de lucru confortabile și sigure, precum și promovarea unui stil de viață sănătos și a unor practici de lucru echilibrate, contribuie la creșterea satisfacției și angajamentului angajaților în organizație.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI:

În concluzie, companiile de succes înțeleg că resursele umane sunt fundamentale și recunosc importanța unui climat motivațional adecvat, care să echilibreze obiectivele angajaților cu cele ale organizației. Managerii trebuie să adapteze stimulii pentru a încuraja angajații să-și atingă propriile obiective și să integreze nevoile acestora în strategiile companiei.

Pentru manageri, coordonarea angajaților poate fi o sarcină dificilă, dată fiind complexitatea și imprevizibilitatea comportamentului acestora la locul de muncă. O provocare majoră este legată de alinierea motivelor angajaților cu obiectivele organizaționale. Atunci când comportamentul angajaților contribuie la realizarea obiectivelor companiei și generează satisfacție personală și recunoaștere din partea organizației, se creează o legătură puternică între motivare și succesul organizațional.

BIBLIOGRAFIE:

1. Мотивация: что это, какая бывает и от чего зависит [accesat 8 martie] Disponibil: <https://timeweb.com/ru/community/articles/motivaciya-chto-eto-kakaya-byvaet-i-ot-chego-zavisit>
2. Cum ne motivam angajatii? Teorii motivationale [accesat 8 martie] Disponibil: <https://www.linkedin.com/pulse/cum-ne-motivam-angajatii-teorii-motivationale-daniela-alexe/?originalSubdomain=ro>
3. O analiză a comportamentului profesional a celor 4 generații: Baby- Boomers, generația X, Y (Millennials) și generația Z [accesat 8 martie] Disponibil: https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-25216625-spune-din-generatie-esti-spun-cum-muncesti-analiza-comportamentului-profesional-celor-4-generatii-baby-boomers-generatia-millennials-generatia.htm
4. Navigating the Generation Gap: How to Motivate Employees of All Ages [accesat 8 martie] Disponibil: <https://corporatetraining.usf.edu/blog/navigating-the-generation-gap-how-to-motivate-employees-of-all-ages>
5. De ce este importantă motivarea angajaților și cum să o îmbunătățim [accesat 8 martie] Disponibil: <https://leaveboard.com/ro/resurse-umane/motivarea-angajatilor/>

Coordonator Științific: BAIEȘU MARINA, dr. conf. univ,
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: + 373 79518724
e-mail: mbaiesu@yahoo.com