

THE SIGNIFICANCE OF MOTIVATION IN THE MODERN WORLD: PROBLEMS AND PROSPECTS

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

MEGUȘ Cristina, student, Specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,

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

e-mail autor: krismegush@gmail.com

Abstract. Nowadays, much attention is paid to the problem of motivating employees. Research methods in this work are the study and analysis of scientific literature: works of authoritative scientists, as well as articles. This problem cannot be ignored, since it concerns any person, regardless of his or her position and industry. In addition, creativity is valued - new technologies are invented every day, which forces businesses to adapt to innovation. Moreover, new technologies mean new methods of work, therefore, in the 21st century, one of the important qualities of an employee is creativity and the desire to put forward new ideas. Nevertheless, it is necessary to create the right atmosphere where a person is ready to show his abilities, as well as to reward him for success. The purpose of this work is to determine the relevance of existing theories of motivation, to change and supplement them, as well as to consider specific actions on the example of the most innovative styles of enterprise management and attitudes towards employees.

Key words: motivation, corporate culture, needs, rewards.

JEL CLASSIFICATION: J5, M12, M14

ВВЕДЕНИЕ. С момента определения такого фактора эффективной работы как мотивация, люди осознали его важность – мотивация является чем-то вроде «внутреннего двигателя», побуждающего человека к более производительному труду, поэтому ученые тщательно изучают данный вопрос, выдвигая новые, более сложные, и вместе с тем больше соответствующие реальности теории. Данная тема не утрачивает свою актуальность, а лишь привлекает все больше внимания, что сподвигает специалистов исследовать этот вопрос.

Целью данного исследования является определение значимости мотивации как компонента продуктивной работы, актуальность и эффективность существующих теорий мотивации персонала, сложность ранжирования мотиваторов в процессе коллективной работы, а также использование мотивации для развития творческих идей сотрудников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. В данной работе были использованы такие методы исследования, как изучение и анализ научной литературы – статьи, а также труды авторитетных ученых. Для начала следует определить понятие исследуемого явления мотивация – процесс побуждения себя и других работать во имя достижения личных и организационных целей.[1] Исходя из вышесказанного разъяснения, можно прийти к выводу, что мотивация является неотъемлемой частью в человеческой жизни: люди постоянно ставят перед собой какие-либо цели, независимо от их масштаба и значимости, и стремятся их достичь. Более того, желание воплотить цели в реальность не всегда относится к чему-то духовному и возвышенному. Самым древним и наиболее простым методом мотивации является метод кнута и пряника. Позднее данный метод мотивации прослеживается в работе основоположника менеджмента Фредерика Тейлора в его знаменитой работе «Принципы научного менеджмента», где работники либо поощрялись повышением заработной платы в случае высокой производительности, или наоборот, несли своего рода наказание в виде отсутствия или урезания вознаграждения [2]. Несомненно, такое воздействие на человека являлось достаточно эффективным до тех пор, пока качество жизни людей не достигло того уровня, когда базисные потребности были удовлетворены. Данное событие сподвигло задуматься, как еще можно поощрять людей на продуктивную работу. Одни из первых теорий

мотивации были обоснованы посредством естественных потребностей человека, в которые помимо физиологических потребностей состояли из социальных и духовных. К примеру, теория Абрахама Маслоу является объектом исследования не только в экономике, но также в психологии и социологии. Пирамида Маслоу, как ее еще называют, объясняет приоритетность тех или иных потребностей, которые, выступая следствием неудовлетворенности, побуждают человека к действию, - иными словами, желание удовлетворить потребность выступает в качестве мотивации. Помимо данной теории существует также теории Д. Мак-Клелланда и Ф. Герцберга – труды этих ученых имеют как сходства, так и отличия, тем не менее, их объединяют в одну категорию содержательных теорий мотивации, а именно базирование на потребностях и связанных с ними факторах, определяющих поведение людей.

Со временем были разработаны еще три теории – теория ожидания, теория справедливости и модель Портера-Лоулера – которые были отнесены к группе процессуальных теорий мотивации. Их главное отличие состоит в том, что по данным теориям поведение человека объясняется не только желанием удовлетворить потребность, но также и восприятием и ожиданием конкретного индивидуума относительно ситуации и от возможных последствий, которые могут возникнуть при выборе того или иного стиля поведения.[1]

Тем не менее, современный мир стремительно развивается: сейчас большинство людей не заботятся о поиске пропитания и жилища, поэтому мотивирование через первичные потребности становится невозможным. В каком направлении тогда стоит думать? На сегодняшний день у большего количества людей появилась возможность получить образование, более того, многие тяготеют к знаниям независимо от того, учатся ли они в высшем учебном заведении и по какой специальности. Развитие информационных технологий позволило человечеству получать доступ к необъятному количеству информации, из-за чего в людях появилось желание раскрыть свой потенциал не только в одном направлении, используя традиционные методы решения задач, а почти во всех его интересующих, прибегая к творческому и даже инновационному подходу. Такое изменение в действиях человека способствовало тому, что тактика мотивирования персонала стала видоизменяться, подстраиваясь под современные условия.

Кроме того, одной из важных проблем в процессе развития и совершенствования производственного процесса стала сложность определения соответствующего вознаграждения при работе в команде. Действительно, когда люди занимаются командной работой трудно оценить вклад каждого члена группы. Более того, представляет также сложность определения неформального руководителя, который в действительности мотивирует работников на достижение цели.

Эти две причины – стремление к воплощению идей и необходимость эффективной работы в команде – способствовало развитию и видоизменению отношения управляющих к методам мотивации. К примеру, рассмотрим корпоративную культуру всемирно известной компании Google: число сотрудников в 2020 году превысило 127 тысяч [4], где большинство являются талантливыми специалистами в своей области. Как управляющим, а также HR-отделу удастся не только привлечь выдающихся рабочих, но в то же время и удержать их? Особенность культуры Google — ориентация на повышение эффективности работы сотрудников, именно поэтому руководство не остерегается нетрадиционных, новаторских методов работы. Так, в компании стремятся создать такую рабочую среду, которая бы ассоциировалась у сотрудника с «серыми скучными» стенами, а доброжелательную и располагающую не только на эффективную работу, но также и на рождение и развитие каких-либо идей. Что касается новых предложений, то у каждого работающего в компании есть возможность высказать свое мнение непосредственно топ-менеджеру, что говорит о несоблюдении строгого вертикального разделения труда. Плюс ко всему, приветствуется нестандартное решение ежедневных задач – следствием данного отношения стало признание компании Google как одной из самых насыщенных инновациями предприятий. Более того, большое внимание уделяется нуждам человека: здание компании представляет собой небольшой «город», в котором работники могут пообедать, отдохнуть в лаунж-зоне, занимаясь на беговой дорожке или играя в

настольный теннис.[3] Данные условия труда, несомненно, привлекут человека, стремящегося выполнять работу не только качественно, но и с творческим подходом, развивая и предлагая новые идеи и предложения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Таким образом, исследования в области теорий мотивации не прекращаются и до сих пор – с течением времени потребности и нужды человека изменяют свою приоритетность: на первый план выходят не только получение средств к существованию, но ощущение удовольствия от выполняемой работы, развитие своих творческих идей и талантов, признание общества и взаимодействие в команде. Именно поэтому предприятия улучшают свои HR-отделы для более детального и полномасштабного исследования путей мотивирования своих сотрудников, благодаря чему появляется больше данных для детального изучения и совершенствования уже существующих теорий или выдвижение новых.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. МЕСКОН М., «Основы менеджмента», М. Альберт, Ф. Хедоури, 2006 г.
2. ТЕЙЛОР Ф., «Принципы научного управления», 1991 г., выпуск 1.
3. *Корпоративная культура Google: как в компании удерживают лучших сотрудников*,
<https://hurma.work/ru/blog/korporativnaya-kultura-google-kak-v-kompanii-uderzhivayut-luchshih-sotrudnikov/>
4. *Google (компания)*,
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_\(%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_(%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F))

Conducător științific: DOROGAIA Irina, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dorogaia.irina.ion@ase.md