

**MOTIVAREA ANGAJAȚILOR :
TRĂSĂTURI, TENDINȚE ȘI FORME ÎN REALITATEA ACTUALĂ
EMPLOYEE MOTIVATION:
FEATURES, TRENDS AND FORMS IN THE CURRENT REALITY**

RENIȚĂ MIHAELA, studentă, Specialitatea: REI,
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: renita.mihaela@ase.md.

Abstract: *Motivation can be defined as the process of selecting, guiding and maintaining human behavior according to certain needs and aspirations. At the company, institution or organization level, it can be defined as the forces activated by an employee, through which his behavior is initiated and triggered. Human behavior is determined by certain objectives, realized by the individual as goals. They vary from case to case. The task of the manager - as a catalytic element of the group - is to activate and identify the motives of the employees in particular, to direct them towards a successful work, using appropriate incentives (motivational factors).*

The companies' experiences of motivating employees are related to the organizational culture, and the methods and techniques implemented are aimed at stimulating the potential of employees and increasing their productivity depending on their interests and objectives.

Keywords: *motivation, employees, manager, company, efficiency, productivity.*

JEL Classification: M12, J24, M54

Orice companie, instituție dorește să aibă succes. Resursele umane reprezintă forța motrice a succesului unei companii sau instituții. Fiecare angajat își are rolul său, iar eficiența lui este direct proporțională cu succesul unei companii și a unei instituții din toate domeniile de activitate. Managerii sunt capabili să stimuleze potențialul angajaților săi, să inducă starea de productivitate pe termen lung a acestora. Șansele sunt distribuite în egală măsură în funcție de tacticile stimulente aplicate de către manageri. În acest fel, salariatul va aduce o plus-valoare în companie sau instituție și va fi determinat să lucreze pe termen lung, sau chiar pentru toată viața.

Menirea managerului este de a identifica valorile, obiectivele și interesele angajaților săi și de a le oferi oportunitatea ca aceștia să reușească să le îmbine armonios cu activitatea și sarcinile de la locul de muncă.

Motivarea personalului a devenit un subiect de cercetare la nivel de cunoaștere și, prin urmare, de oferire a soluțiilor practice dovedite de către cercetători interesați de acest subiect. Subiectul motivării angajaților este prezentat în cartea „Fundamentele managementului organizației”, scrisă de Eugen Burduș și Gheorghică Căprărescu. Cartea ilustrează categoriile motivației; motivația pozitivă/negativă, etc. În lucrarea „Fundamentele managementului organizației”, scrisă de Burduș E. și Popa I. cele mai relevante informații despre motivația angajaților, cuprind descieri formelor motivării; interdependența dintre motivație și performanță. Cartea „Managementul resurselor umane” de Alic Bîrcă, vizează motivația din perspectiva recompenselor, trăsăturilor noi și vechi ale recompensării personalului. Ghidul practic „Motivarea personalului: provocări și soluții”, elaborate

de Elena Levința-Perciun, Tamara Gheorghită și Anși Shundi este un îndrumar pentru managerii din serviciul public.

Toate aceste lucrări au servit drept suport cercetării prezente. În ceea ce privește metoda de cercetare primordială utilizată este cea centrată pe culegerea de informații din surse veridice. Datorită analizării informațiilor, este posibilă crearea unei imagini per ansamblu despre interdependența motivării angajaților de cadrul managerial.

Formele de bază, sub care poate fi identificată motivația sunt: motivația pozitivă și negativă, unde pune accent pe pe efectele laudei și recompensei sau cu cele ale penalizării; în funcție de natura mijloacelor utilizate se disting: motivația economică și moral-spirituală; intrinsecă și extrinsecă - generate de surse interne sau externe ale individului; cognitivă și afectivă- generate de nevoia de a ști sau de a obține recunoaștere, aprobarea altor persoane.[1,483-488]

Scopul major în asigurarea unei performanțe mai bune la locul de muncă depinde foarte mult de angajat, adică de nivelul aptitudinilor sale, a abilităților, a înțelegerii sarcinii sau a șanselor, nu doar de motivația acestuia. [2,351]

Satisfacția profesională este direct proporțională cu motivația angajaților. Ea reprezintă sentimentul de reușită sau realizare a angajatului la locul de muncă. În general, aceasta este percepută ca fiind direct legată de productivitatea și bunăstarea personală. Satisfacția în muncă este factorul cheie care conduce la recunoaștere, salariu așteptat, promovare și atingerea altor obiective care duc la un sentiment de împlinire.

De asemenea, asigurarea unei forțe de muncă bine motivate, competente și angajate se realizează prin recompense. Managementul recompenselor prevede implementarea unor strategii, politici și sisteme de recompense care permit organizațiilor să-și îndeplinească obiectivele prin recrutarea și menținerea angajaților necesari, precum și prin motivarea corespunzătoare a acestora.[3,297] Angajații sunt apreciați conform aptitudinilor, competențelor și contribuțiilor aduse în organizație. Se disting trăsături noi și vechi ale managementului recompenselor. [3,299]

Trăsături vechi	Trăsături noi
Accent pe recompensele financiare	Accent pe recompense totală
Remunerarea în funcție de performanță	Remunerarea în funcție de contribuție
Centrat pe post	Centrat pe angajat
Sisteme de salarizare birocratice	Sisteme de salarizare flexibile

Managementul recompenselor depinde de stadiul de dezvoltare al organizației, mărimea și structura acesteia. De asemenea el mai depinde de cadrul legislativ, syndicate, presiunile sociale, economice, situația pieței forței de muncă.

În anul 2011 a fost realizat un studiu privind identificarea factorilor motivaționali ai funcționarilor publici din Republica Moldova. [5,30] Conform rezultatelor obținute, cei mai importanți 5 factori motivaționali au fost: 1. Salariul rezonabil pentru munca depusă; 2. Relațiile armonioase cu șeful și colegii; 3. Activitatea interesantă la locul de muncă; 4. Pensia decentă; 5. Siguranța păstrării locului de muncă.

Compania Google aplică strategii specifice pentru motivarea angajaților săi. Managerii oferă gustări și mese în cantină, excursii anuale la schi. Filosofia din spatele unor astfel de avantaje este de a determina angajații să interacționeze. Interacțiunea informală încurajează munca în echipă. O modalitate prin care compania face acest lucru este organizarea de competiții de dans și de fotbal cu premii pentru câștigători. O altă parte a obiectivului Google este de a-i face pe angajații săi să se simtă împliniți la locul de muncă. Există scaune de masaj, mese de tenis, jocuri video, biciclete, canapele și scutere care fac parte din mobilierul din birourile Google. În orice caz, când vine vorba de afaceri serioase, se pune mare accent pe implicarea angajaților. [4, 38]

Motivarea angajaților este foarte importantă pentru fiecare companie datorită beneficiilor pe care le aduce companiei. Angajații motivați caută în mod proactiv soluții noi pentru a elimina provocările și pentru a atinge obiectivele. Când angajații sunt motivați și implicați, se gândesc la idei inovatoare care ar putea ajuta la optimizarea performanței afacerii. Ei nu așteaptă feedback și adesea își evaluează corect propria activitate, contribuind la creșterea succesului companiei.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. BURDUȘ E., Căprărescu G. ,Fundamentele managementului organizației, Editura Economică, 1999, 507 pagini.
2. BURDUȘ E., POPA I. , Fundamentele managementului organizației, Editura Pro Universitaria, 2018, 159 pagini.
3. BÎRCĂ A., Managementul resurselor umane, Departamentul Editorial- Poligrafic al A.S.E.M., 2005, 522 pagini.
4. COTTON D. FALVEY D., KENT S., Intermediate Market Leader. Bussines English Course Book., 176 pagini.
5. LEVINȚA-PERCIUN E., GHEORGHÎȚA T., SHUNDI A., Ghid practic pentru managerii din servicii publice. Motivarea personalului: provocări și soluții, 2012, 43 pagini.

Coordonator științific: DODU-GUGEA Larisa, dr., conf. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova
St. M. Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, Chișinău 2005,
e-mail:dodu-gugea.larisa@ase.md.