



Мотивация — это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Человека побуждает к активным действиям, в том числе и к труду, необходимость удовлетворения различных потребностей. Под потребностями понимается его внутреннее состояние, отражающее физиологический или психологический дефицит чего-либо, который вызывает ощущение дискомфорта. Последнее влияет на чувства, поведение и мышление людей.

Потребности нельзя непосредственно увидеть и измерить. Об их существовании окружающим можно узнать только по поведению людей, причем зачастую лишь в определенной ситуации. Нужно иметь в виду, что, хотя в каждый данный момент обычно доминирует одна какая-то потребность, деятельность человека стимулируется не только ею, но и многими другими, которые порой трудно идентифицировать.

По происхождению потребности могут быть врожденными и приобретенными в результате воспитания. По характеру бывают естественными (в пище, воде и т.п.) и социальными (в признании, славе). Исходя из содержания — материальными и нематериальными.

Рост интереса к корпоративной культуре, ставший тенденцией современного бизнеса, абсолютно не случаен. Несмотря на то, что формированию в компании корпоративной культуры и внедрению корпоративных ценностей зачастую не уделяется должного внимания, многие руководители понимают важность этих понятий, в первую очередь в контексте создания в организации эффективной системы мотивации персонала. Корпоративная культура может по праву считаться действенным инструментом мотивации персонала. Данные исследований подтверждают факт, что до 85% мотивации сотрудника зависит от стабильности компании, места в организации, возможностей карьерного роста, оцененности коллегами и руководством. Именно корпоративная культура позволяет работодателю сформировать в компании крепкий коллектив, команду сотрудников, с удовольствием делающих общее дело.

Развитие таких элементов корпоративной культуры как миссия компании, цели, имидж, корпоративные ценности напрямую связано со стимулированием

нематериальной мотивации сотрудников. Корпоративная культура играет мотивирующую роль, если она разделяется всеми сотрудниками и руководством организации. Именно она побуждает людей к совершению определенных действий, поддержанию существующих норм. Корпоративная культура может существовать в компании в двух основных формах: формальной и неформальной. Формальная организационная культура представлена тем, что закреплено в официальных документах: инструкциями, правилами поведения и так далее. Неформальная же культура – это в первую очередь ценности, традиции и неписанные правила. Такой системой нельзя управлять, так как она не зависит от административных решений. Именно поэтому формирование корпоративной культуры, как правило, начинается с определения миссии компании и ее базовых ценностей. На базе этих важнейших составляющих формулируются стандарты поведения, традиции и символика. Программа мотивации, в свою очередь, основывается на базовых ценностях. Являясь эффективным административным инструментом, корпоративная культура направлена на поддержание интереса персонала, формирование лояльного отношения к компании. Основными элементами корпоративной культуры, выступающими в качестве мотивационных факторов можно считать миссию и цели компании, видение организации, ценностную систему, нормы и правила поведения, процедуры и поведенческие ритуалы, коммуникационные каналы.

корпоративные ценности – это определенный набор мировоззренческих позиций и установок. Они могут быть направлены как непосредственно на самого сотрудника, так и на коллектив и компанию в целом. В любом случае, они выражаются личностными качествами сотрудника. Корпоративные ценности компании напрямую влияют на лояльность и преданность персонала конкретной организации. В случае, когда ценности компании совпадают с ценностями любого сотрудника, мотивация персонала неизбежно повышается. В противоположной ситуации: когда эгоистические тенденции превалируют над ценностным отношением работника, даже высокий уровень профессионализма персонала не способен поддерживать эффективность работы персонала компании. Любому работодателю, стремящемуся к повышению мотивации своих сотрудников, следует обратить внимание на то, что трудности могут возникнуть с сотрудниками двух типов: работники, у которых личностная мотивация еще не сформирована, и сотрудники с несформированным отношением к трудовой деятельности. Для первых типично непонимание собственных желаний и устремлений, для вторых же труд сам по себе не является самореализацией. Если подобных кандидатов не удалось отсеять на этапе приема на работу, то привить им интерес к работе будет проблематично.