

image not found or type unknown



Конкурентоспособность предприятия во многом определяется эффективностью использования “человеческого капитала”, обеспеченностью квалифицированной рабочей силой, стабильностью и степенью мотивации труда. Понимание того, что квалификация работников и их добросовестное отношение к делу есть движущее начало производства, привело к переориентации стратегии управления на получение персоналом высоких знаний, профессиональных умений и навыков, на развитие его творческой инициативы, на мотивацию и стимулирование труда.

Сегодня предприятие, нацеленное в своей деятельности на перспективу, учитывает такой фактор развития, как качество жизни.

Качество жизни – это условия человеческого существования:

- обеспеченность материальными благами (пища, еда, жилье);
- безопасность;
- доступность медицинской помощи;
- возможность для получения образования и развития способностей;
- состояние природной среды;
- социальные отношения в обществе.

Показатели качества жизни:

II Субъективные характеристики

Все характеристики качества жизни связаны с удовлетворением тех или иных потребностей человека.

Потребность – физиологическое и психологическое ощущение недостатка чего-либо. Она может быть сознательной или бессознательной, т.е. не осознаваемой в данный момент данным индивидуумом.

Потребность – это желание человека в некоторой ситуации получить нечто или достичь некоторую цель. Развитие данного понятия стало предметом исследования

многих ученых.

Классификация потребностей, предложенная американским психологом А. Маслоу:

1. Физиологические (в пище, питье, кислороде)
2. Потребности в безопасности (физической и психологической)
3. Потребности в привязанностях, любви, в причастности к группе
4. Потребности в карьере (в одобрении, признании, благодарности)
5. Когнитивные и эстетические потребности
6. Потребность в самореализации

Хотя некоторая последовательность в удовлетворении потребностей, несомненно, существует, однако ее нельзя считать одинаковой для всех людей. Известны факты, когда потребность в творчестве и духовном совершенствовании становилась доминирующей не после удовлетворения всех остальных потребностей, а по существу на грани выживания, когда еще не удовлетворены были основные потребности в пище жилье и безопасности.

В укрупненном виде потребности можно представить совокупностью трех основных групп: материальных, трудовых и статусных.

Материальные потребности работников – это: уровень зарплаты, зависимость уровня зарплаты от результатов труда, структура личного дохода,

материальная безопасность наличных денежных доходов.

Трудовые потребности – это содержание работы, условия труда, организация труда, режим труда и т.д.

Статусные потребности: стремление человека занять высшую должность, выполнять более сложную, ответственную работу, выполнять престижную работу, стремление к лидерству.

Основные уровни удовлетворения потребностей:

1. Минимальный: обеспечивает выживание человека;

2. Базовый (нормальный) обеспечивает возможность появления значимых интеллектуальных и духовных потребностей. Объективной оценкой базового уровня может быть потребительский бюджет, который эксперты считают необходимым для различных видов деятельности.

3. Уровень роскоши: удовлетворение потребностей существования высшего базового уровня становится самоцелью и (или) средством демонстрации общественного положения.

Потребность порождает побуждение – ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность и цель. При достижении цели удовлетворение потребности может быть полным, частичным, отрицательным. В случае положительного удовлетворения человек склонен повторять данное поведение в сходной ситуации в будущем. Поведение, ведущее к отрицательному результату, избегается. В случае удовлетворения потребности человек склонен искать новые подобные ситуации, так, как вторичные потребности имеют постоянный или очень продолжительный характер

Практические рекомендации для удовлетворения потребностей высших уровней:

1. Социальные потребности:

1.1. Давайте сотрудникам такую работу, которая бы позволили им общаться;

1.2. Создавайте на рабочих местах дух для единой команды;

1.3. Периодически проводите совещания с подчиненными;

1.4. Не старайтесь разрушить возникшие неформальные группы, если они не наносят организации реального ущерба;

1.5. Создавайте условия для социальной активности работников вне рамок организации.

2. Потребности в уважении:

2.1. Предлагайте подчиненным более содержательную работу;

2.2. Обеспечьте им положительную связь с достигнутыми результатами;

2.3. Высоко оценивайте и поощряйте достигнутые подчиненными результаты;

2.4. Привлекайте подчиненных к выработке целей и принятию решений;

2.5. Делегируйте подчиненным дополнительные права и полномочия;

2.6. Продвигайте подчиненных по служебной лестнице;

2.7. обеспечьте обучение и переподготовку персонала.

3. Потребности в самовыражении:

3.1. Создайте условия для полного раскрытия потенциала подчиненных;

3.2. Давайте сложную и важную работу, требующую полной отдачи;

3.3. Поощряйте и развивайте у подчиненных творческие способности.

Стимулирование– экономическая мотивация труда, т.е. мотивация через экономические рычаги.

Мотивация– это воздействие на поведение человека для достижения личных, групповых и общественных целей.

В учебной и научной литературе рассматривается и другой подход к оценке мотивации и стимулирования. В соответствии с ним, мотив представляет собой внутренние, а стимул – внешние побудительные факторы действий человека.

Существует мотивация занятости и мотивация труда. Мотивация занятости – движущая сила экономического поведения человека, побуждающая его к активной трудовой деятельности с целью удовлетворения индивидуальных и общественных, духовных и материальных потребностей.

Мотивация занятости определяет:

- род занятий

- поиск места работы

- среду трудовой деятельности

т.е. мотивация занятости побуждает человека перейти из разряда неработающих в разряд занятых.

В проблеме мотивации труда вознаграждение играет значительную роль для побуждения людей к эффективной деятельности. Рыночная экономика существенно изменила представление о сущности оплаты труда. Предприятия начали разрабатывать конкретные формы и системы оплаты труда, учитывая при этом особенности своего производства и, места на рынке. Практика выработала разнообразные системы стимулирования труда, основанные на мотивах поведения человека.

Мотивы поведения человека:

- эгоистические (направленные на благосостояние индивидуума);
- альтруистические (направлены на благосостояние семьи, коллектива и общества в целом).

Эгоистические мотивы экономической деятельности:

- ориентированные на процесс работы (содержание работы, условия труда, характер взаимоотношений между сотрудниками, возможность проявления и развития способностей человека);
- ориентированные на результат работы (значимость работы, материальное вознаграждение, свободное время).

Моральные стимулы трудовой деятельности:

- общественное признание индивидуальных достижений (продвижение по службе, разработка и реализация личного плана развития работника, предоставление кабинета большего размера и с лучшим видом из окна, командировки на предприятия – заказчики, публичная оценка достижений, вручение ценного подарка, предоставление места парковки автомобиля вблизи от входа в корпорацию, публикация статьи с признанием заслуг работника в местной прессе, поручение выполнения почетных заданий, вручения почетных значков, установление пластинки с именем передовика у входа в компанию и т.п.);
- общественное признание достижений группы (статьи с фотографией группы в местной прессе, организация обеда в честь группы, организация семейной поездки за город, участие всей группы в конференции, благодарность руководства, вручения сувениров, помещения на «доску почета» у входа в фирму фамилий всех членов группы и т. п.);

- личное признание, выраженное работнику со стороны руководства фирмой в форме благодарности сразу по завершению важной работы; письма с благодарностью, высылаемые на дом; открытки, посылаемые руководителем к значительным датам в жизни сотрудника с неформальным благодарственным текстом и т.п.

Многие ученые и практики считают, что необходимо осуществить поворот от потребления, и, стало быть, производства материальных ценностей к потреблению нематериальных. Последние не требуют столько всевозможных природных ресурсов, сколько приходится тратить при производстве материальных ценностей и их дальнейшем обслуживании. Символы успешности, символы богатства должны стать нематериальными.

Однако это вопрос мало изучен. Кроме постановки вопроса, почти ничего нет. Есть лишь довольно пространственные рассуждения в философской и религиозной литературе. Что касается научных исследований с проведением опросов, анализом различных культур, социальным моделированием, прогнозами и прочим арсеналом науки, то найти ничего не удастся.