

Мотивация персонала. Обзор методов

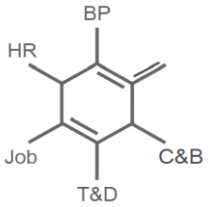
Совершенствуя людей, совершенствуй бизнес

ООО «Ё-ФОРМУЛА»

www.yourformula.ru

n.petrova@yourformula.ru

+79030040811



Подходы к рассмотрению мотива

Мотив как потребность

Мотив как побуждение

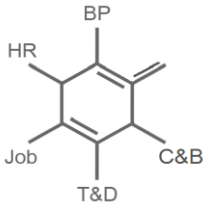
Мотив как цель

Мотив как намерение

Мотив как свойство личности

Мотив как состояние

Границы мотива потребность и намерения что-то произвести/ сделать с побуждением



Виды Мотивации

Напишите причины по которой Вы лично:

- Работаете в компании?
- Пришли сюда?
- К чему это должно привести?
- Что это Вам дает? Для чего? Как Вы будете дальше это использовать?

Потребности

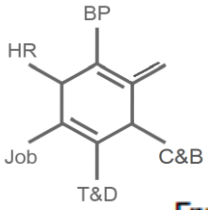


Социальные, культурные

(коллектив, общение, не одиночество, друзья...)

Духовные (вера, ответственность, призвание, патриотизм)

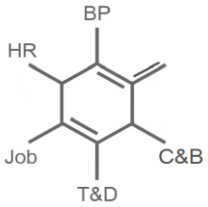
Материальные, гигиенические (деньги, власть, обязанности, кредиты, дети, родители...)



Методы мотивации

Группировка ценностей

Труд — средство		Труд — цель	
Потребление	Свободное время	Содержание труда	Общественная полезность
1. Достойный заработок	1. Развитие личности	1. Интересная работа	1. Общественный долг
2. Дополнительные блага	2. Общение	2. Служебное продвижение	2. Спрос на продукцию и услуги
		3. Рост квалификации	
3. Достаток в семье	3. Уважение	4. Самостоятельность	3. Польза потребителю
		5. Самореализация	



Формирование нормативных мотивов труда

- Методы материального стимулирования

- Премия за выполнение целей

- Не материальная мотивация, социальная ответственность в бизнесе

- Долгосрочные программы мотивации

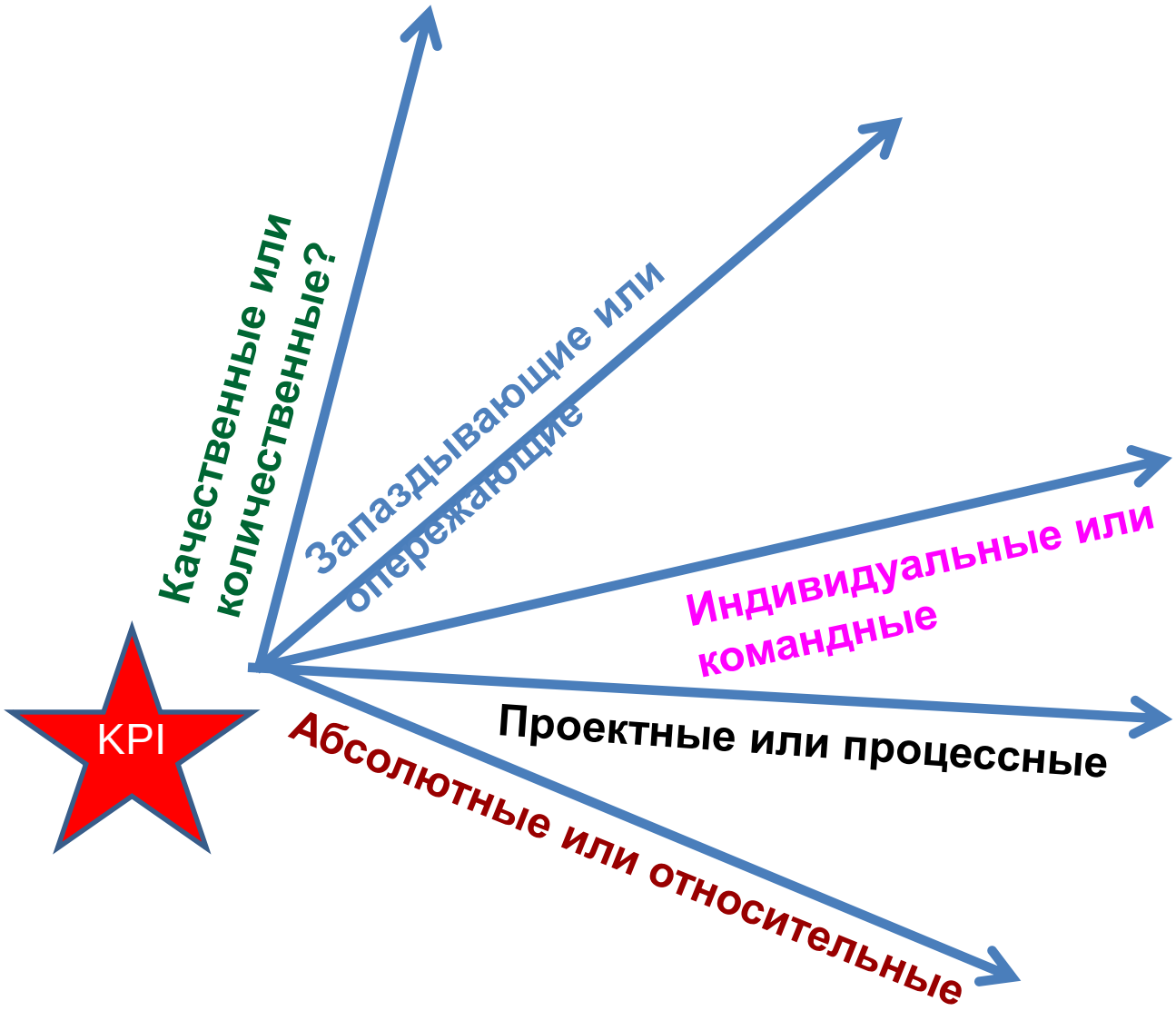
- Инструменты планирования статьи ФОТ

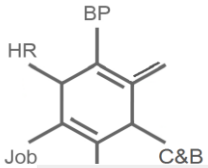
Приведите примеры на каждый блок



Методы материального стимулирования

Критерии премирования



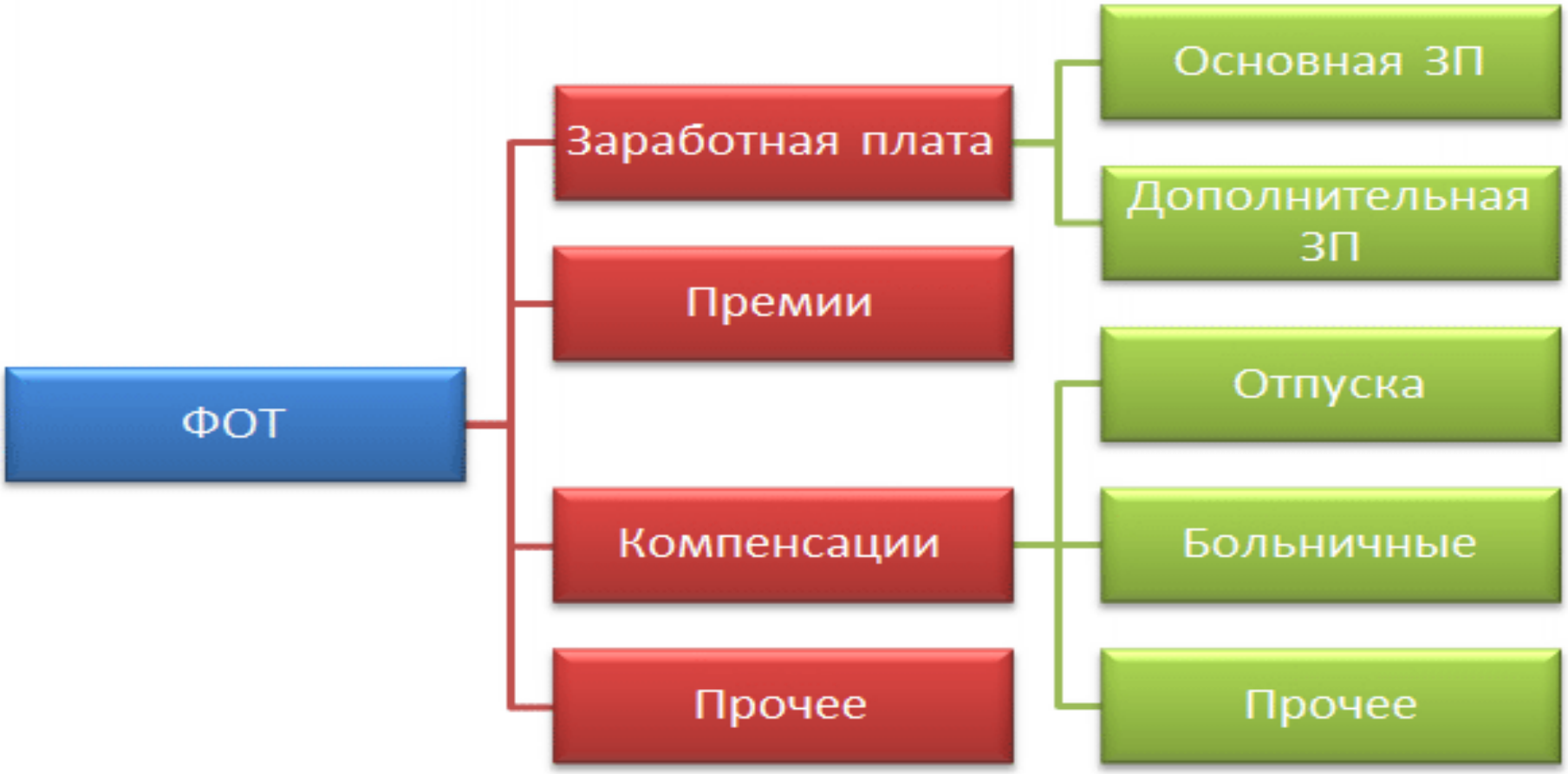


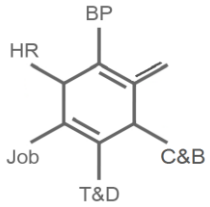
Методы материального стимулирования Факторы мотивационного пакета

Мотивационный пакет для специалиста высокого уровня Фактор мотивации	**Содержание пакета (ТОП)**	**Процентная составляющая**
Материальный фактор	Оплата труда + премия. Соц. пакет	20
Нематериальный фактор	Комфортное рабочее место. Статусная мотивация (служебный автомобиль, отдельный кабинет). Мед. страховка и корпоративный врач. Интересная и четко организованная работа. Комфортный социально-психологический климат. Возможность реализации своего опыта и потенциала (участие в наставничестве, кураторстве, расширение полномочий). Публичное признание руководством заслуг и результатов работы с вручением подарков. Доверительный демократический стиль управления со стороны руководства	80
Пакет мотиваций	Итого 10 позиций	100

Методы материального стимулирования Факторы мотивационного пакета

Материальный фактор + Нематериальный фактор =





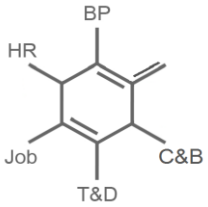
Методы материального стимулирования Факторы мотивационного пакета

Материальный фактор + Нематериальный фактор

=

ФОТ





Методы не материальной мотивации

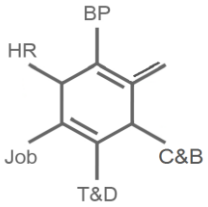
- Создание миссии компании

- Ценности компании

- Корпоративный кодекс. Отношения на работе и понятие климат в коллективе

- Критерии лояльности персонала к компании, методы исследования климата в коллективе и удержания сотрудников





Миссия как мотивация

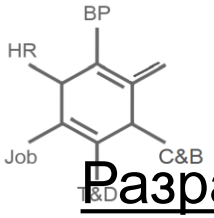
Миссия организации

— управление с применением базовых определений созданием организации, вырабатывание стратегического поведения на производственном или другом рынке. Задача миссии четко показывать устремление производства в будущее, она не может, зависит от состояния производства в конкретный момент времени.

Цель миссии при формировании мотивации:

Миссия организации, это определение цели — понимание всеми работниками предприятия или компании того где они работают и для чего.
В целях миссии предприятия необходимо отразить все интересы отдельных коллективов (отделов), которые связаны своей деятельностью с организацией

Примеры



Миссия

Разрабатывая миссию, рекомендуют, учитывать следующие параметры:

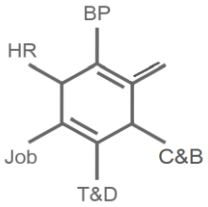
традиции и история развития предприятия, какие есть достижения, какие были сделаны в процессе работы компании ошибки, какой внешний имидж имеет малое производство;

каким способом происходит управление организацией стиль работы руководителей;+

какие в подчинении организации находятся ресурсы, чем она может распоряжаться: деньги, бренды, технологические процессы, потенциал сотрудников;

как деятельность организации влияет на климатическую атмосферу;

какие есть свои, ни кому не принадлежащие характеристики работы предприятия, особенности и преимущества компании;

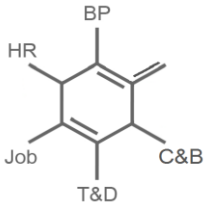


Ценности личности при мотивации

Типология мотивации по ценностям:

- **Маргиналы.** Мотивация по ценностям – отсутствие работы
- **Денежники.** Ценностная мотивация – деньги
- **Статусники** – ценностная мотивация – признание заслуг
- **«Хоббиты»** (от слова «хобби») – ценностная мотивация – лежит вне работы
- **Романтики** – мотивация по ценностям – процесс, интерес, оригинальность, креативность, сознание того, что «я не как все, я особенный»
- **Результатники** – мотивация по ценностям — решить задачу, результативность
- **Идейники/коллективники** – мотивация по ценностям — следование и приобщение к принципам и ценностям группы, компании, общества

Базовый навык любого управленца – уметь находить для своих сотрудников мотивацию по ценностям, разговаривать на языке ценностей своего сотрудника.



Мотивация через корпоративный кодекс

Кодекс — свод правил корпорации

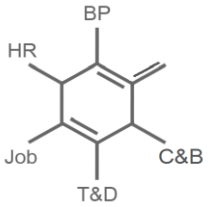
Он позволяет руководить с помощью корпоративных норм и ценностей, а не путем прямого воздействия на подчиненного.

В этом случае вы говорите:

«Есть правила, система, и мы все подчиняемся этой системе.

Не выполнил задание,- система реагирует на это отрицательно; Выполнил задание отлично, - система реагирует положительно». Никакого субъективизма, для этого нужны четкие правила, критерии, нормы, стан-дарты, регулирующие деятельность каждого структурного подразделения, каждого сотрудника организации

Базовый навык любого управленца – доносить до сотрудников мотивацию по стандартам работы организации



Критерии лояльности персонала к компании

Показатели лояльности:

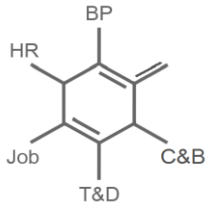
- **готовность рекомендовать организацию как лучшее место для работы;**
- **стремление вносить вклад в развитие организации, сотрудничать и работать в командах;**
- **приверженность продукту и услугам организации;**
- **разделение ценностей и корпоративной культуры организации;**
- **желание работать в организации продолжительный срок**



<u>Показатели лояльности:</u>

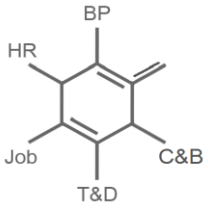
- **Количество вакансий/ средний срок работы сотрудника/ внешний кадровый резерв**
- **% Участие в кросс-проектах**
- **Имидж компании внутри, «курилка», опрос вовлеченности**

Базовый навык любого управленца – формировать лояльность к компании у своей команды



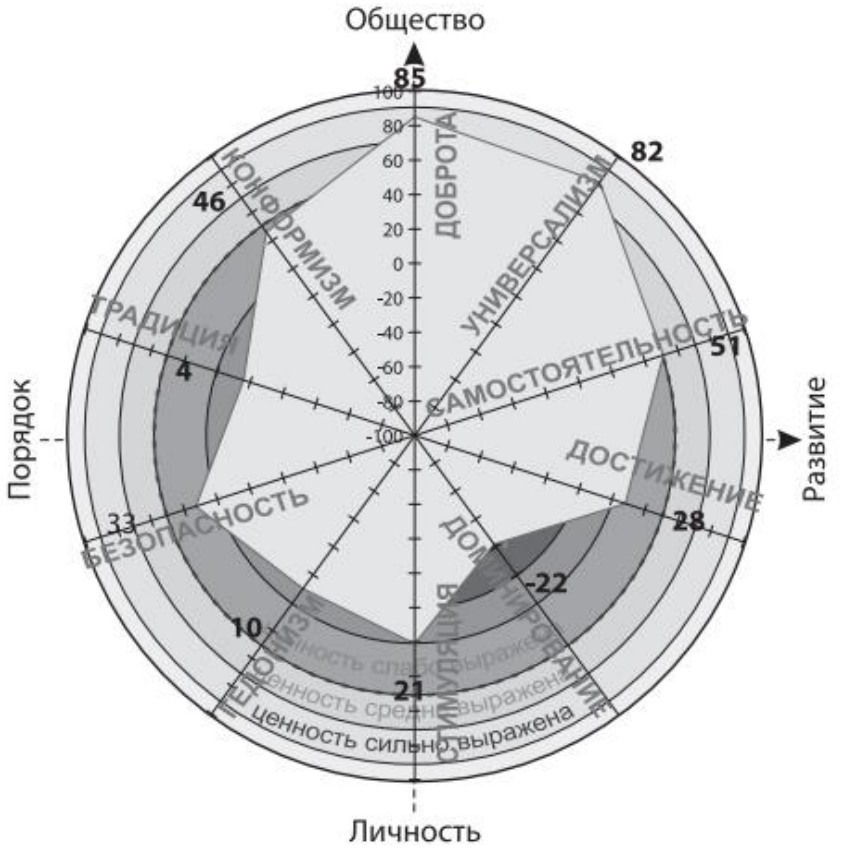
Модель мотивации по Шварцу
4 полюса



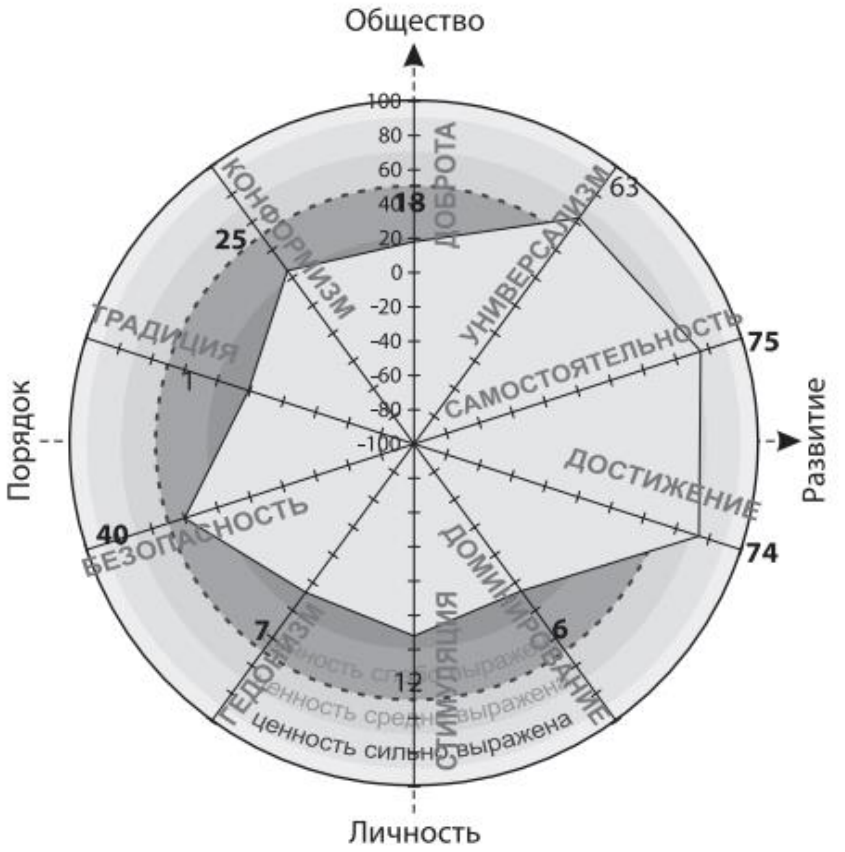


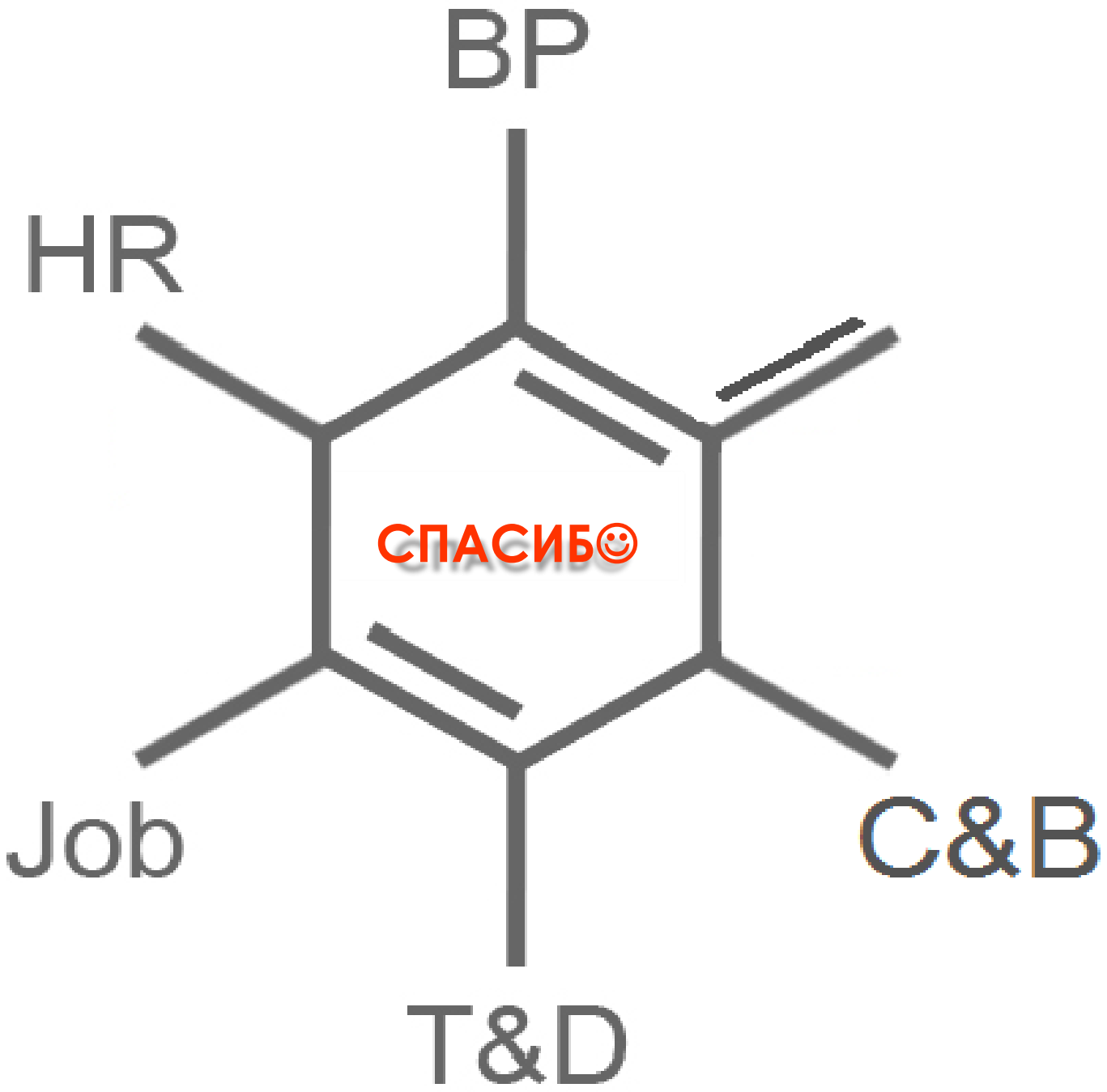
Мотивация клиентов

Мотивационная направленность обновленного бренда по замыслу его разработчиков



Мотивационная направленность идеального оператора мобильной связи




BP
HR
СПАСИБ☺
Job
C&B
T&D