

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/177143>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Управление персоналом

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ 6

1.1 Понятие мотивации персонала 6

1.2 Особенности мотивации персонала во время пандемии 15

1.3 Мотивация молодых специалистов компании 19

2 АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОМПАНИИ ООО «АВТОСИТИ» 22

2.1 Общая характеристика компании ООО «Автосити» 22

2.2 Анализ мотивации персонала в компании ООО «Автосити» 34

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 45

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 46

Мотивы профессиональной деятельности – ключ к управлению мотивацией.

Работа или профессиональная деятельность играет одну из главных ролей в жизни большинства людей.

Наличие или отсутствие работы, а также отношение к ней существенно влияет как на статусные характеристики человека, так и на возможность реализовать собственный потенциал.

Мотивация к работе это — система внутренних побудительных элементов человека, таких, как потребности, интересы и ценности, и – факторов внешней среды.

Все эти элементы представляют собой сложную систему иерархично выстроенных мотивов, под влиянием которых в сознании человека формируется как отношение к работе, так и программа трудового поведения. Мотивация человека к работе тем выше, чем больше он видит возможностей реализации собственных мотивов в профессиональной деятельности.

Понимание мотивов трудовой деятельности – путь к повышению как собственной мотивации и, следовательно, эффективности, так и эффективности работы организации в целом за счет повышения мотивации сотрудников.

Ш. Ричи и П. Мартин выделили двенадцать основных потребностей человека, которые могут быть удовлетворены за счет трудовой деятельности.

1. Потребность в высокой заработной плате и материальном вознаграждении.

Высокое значение этого фактора показывает, что главной, движущей силой человека являются деньги. В наиболее крайнем случае потребность в заработке принимает гипертрофированную форму, когда «достаточно никогда не бывает достаточно».

2. Потребность в хороших условиях работы и комфортной окружающей обстановке.

Этот фактор редко является ведущим и его высокие значения говорят скорее о том, что условия работы в данный момент крайне неудовлетворительны. Согласно теории мотивации Ф. Герцберга условия труда относятся к «гигиеническим факторам», которые влияют на эффективность работы только до определенного предела.

Следовательно, не стоит сильно надеяться на то, что сотрудники начнут работать лучше, если Вы сделаете ремонт в офисе.

3. Потребность в четком структурировании работы, снижении неопределенности и установлении правил и директив выполнения работы.

Потребность в структурировании работы, в порядках, правилах и регламенте относится к числу первостепенных потребностей, которые могут быть удовлетворены за счет трудовой деятельности.

4. Потребность в социальных контактах.

Потребность в социальных контактах – это показатель стремления работать и взаимодействовать в процессе работы с как можно большим количеством людей.

5. Потребность формировать и поддерживать долгосрочные стабильные взаимоотношения с коллегами

Данные исследований трудовой мотивации говорят о том, что большинство людей не относят данную потребность к числу определяющих факторов. Конкурентный характер работы в современных условиях еще больше сокращает стимул к установлению долгосрочных взаимоотношений на работе и делает этот фактор малозначимым среди других мотивов.

6. Потребность в завоевании признания со стороны других людей

Это потребность человека в одобрении и внимании со стороны других людей, особенно тех, кто авторитетен в его глазах, желание того, чтобы другие видели и ценили заслуги и достижения.

7. Потребность в достижении.

Потребность в достижении – это желание ставить перед собой цели и достигать их. Люди с высоким значением данного показателя это – «любимая» категория сотрудников для многих руководителей – те, кто работает «за идею».

8. Потребность во власти и влиятельности.

Потребность во власти и влиятельности – это стремление руководить другими. Значение этого фактора является показателем конкурентной напористости, поскольку предусматривает обязательное сравнение с другими людьми и оказание на них влияния.

9. Потребность в разнообразии и переменах и стимуляции.

Потребность в разнообразии и переменах – это стремление избегать рутины, желание постоянно находиться в состоянии «на старте» и поиск новых стимулов.

Если характер работы предполагает постоянные перемены, если требуется приток свежей энергии и новых инициатив – в таких условиях сотрудникам с высоким уровнем потребностей в переменах нет цены.

10. Потребность быть креативным работником, открытым для новых идей.

Потребность быть креативным, анализирующим, думающим работником, открытым для новых идей, свидетельствует о тенденции к проявлению любопытства и не тривиального мышления.

11. Потребность в совершенствовании и развитии.

Потребность в совершенствовании, росте и развитии как личности это — показатель желания самостоятельности, независимости и самосовершенствования. Те, кто наделен такими свойствами, скорее всего сами толкают себя на путь освоения знаний и умений, необходимых для достижения успеха в профессиональной деятельности. Мотивация таких людей тесно связана с возможностью выделения времени и ресурсов, позволяющих постоянно повышать свой профессиональный уровень.

12. Потребность в интересной работе, наполненной смыслом и значением.

Потребность в ощущении востребованности в интересной общественно полезной работе – это показатель стремления иметь работу, наполненную смыслом и значением, с элементами общественной полезности.

Мотивация персонала – это систематический и регулярный процесс стимулирования персонала. Он включает в себя множество способов, триггеров, инструментов для повышения производительности труда. Это именно то, что заставляет сотрудников ежедневно подниматься и идти на работу, несмотря на плохое настроение и другие обстоятельства.

Мотивация персонала преследует важную цель – увеличение продуктивности. Мотивированные сотрудники лучше справляются со сложными задачами, их качество работы выше, что выгодно всей компании.

Сплоченный и «заряженный» коллектив постоянно активен и успешно справляется с новыми задачами.

Также к целям мотивации персонала приписывают:

- удержание сотрудников, уменьшение «текучки» кадров, а еще и привлечение новых и ценных работников;
- повышение уровня квалификации, создание доброжелательной и в то же время рабочей атмосферы.

Получается, мотивация задает стандарты корпоративной культуры и тесно с ней связана, служит основой для адекватных взаимоотношений внутри всего коллектива.

Сегодня у руководителей есть масса сценариев, инструментов и способов мотивации персонала. Как совершенно бесплатных, так и довольно затратных, которые требуют капитальных вложений и времени.

Рассмотрим виды мотивации сотрудников.

Обычно мотивацию делят на два вида: материальная и нематериальная. В первом случае стимулирование сотрудников происходит за счет премирования, денежных вознаграждений, системы бонусов.

Нематериальная мотивация стимулирует сотрудников не через деньги, а с помощью удовлетворения наивысших потребностей человека по пирамиде Маслоу.

То есть здесь идет речь о таких нуждах, как признание авторитета, популярность, общение, уважение, персональное развитие и самовыражение. Рассмотрим эти виды подробнее.

Материальная мотивация воздействует на сотрудников через увеличение доходов. Не секрет, что на работу устраиваются и ради хорошей зарплаты. Ведь базовые потребности человека удовлетворяются с помощью

денег. Обычно принципы и объемы материальной стимуляции персонала закрепляются в нормативных актах.

К такому виду мотивации относят:

- 1) Премирование – есть практически в каждом бизнесе, денежное вознаграждение выдается за превышение KPI или выполнение «сверхзадачи».
- 2) Подарки – тоже инструмент мотивации, например, когда работник текстильного предприятия получает набор новенькой одежды или вообще роскошные швейцарские часы.
- 3) Всевозможные компенсации и льготы – например, оплата жилья, компенсация за использование мобильной связи, общественного транспорта.
- 4) Заработная плата – основа материального стимулирования. Используется везде и всегда. Ее размеры зависят от множества факторов, однако очевидно, что это – один из ключевых стимулов.

Нематериальная мотивация работает в нескольких плоскостях:

1) Социальная – личное и профессиональное развитие, медицинское страхование, повышение значимости сотрудников, карьерный рост.

2) Моральная и психологическая – признание авторитета, доверие, поддержка и укрепление лояльности. Здесь в дело вступает организация корпоративных мероприятий для дружелюбной и рабочей атмосферы. Также выделяют еще один вид мотивации, который обычно записывают в материальную. Это система штрафов и наказаний за опоздания, срывы дедлайнов и порчу имущества по вине сотрудника. Однако, что эффективнее, поощрение или система штрафов – дискуссионный вопрос.

Если бизнес стремительно расширяется, предоставление сотрудникам возможности для роста внутри компании является огромным стимулом.

Необходимо учитывать не только материальную мотивацию, но и психологический фактор: доверие и уважение за работу.

Если руководитель открывает новую вакансию, необходимо подумать, кто из сотрудников может подойти для этой роли.

Когда руководитель дает лучшим сотрудникам возможности для роста, это смещает их фокус с «это просто подработка» на «это полноценная карьера».

Эффект от мотивации персонала возможно добиться только при соблюдении принципов стимулирования:

- необходимо ставить ясные задачи и четкие цели, сотрудники должны понимать, что им необходимо сделать, чтобы добиться целей компании;
- цели и вознаграждение должны быть взаимосвязаны между собой. Так сотрудник должен понимать, что он получит при эффективном выполнении своей работы;
- знание методов мотивации, применяемых у конкурентов или в других организациях;
- понимание ожиданий сотрудников;
- оптимально сочетание методов мотивации как материальных, так и нематериальных;
- при использовании стимулирующих методов необходимо учитывать личность сотрудников.

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг. - Издательство «Питер», 2016. - 824 с.

2. Жданкин, Н.А. Инновационный менеджмент: учебник / Н.А. Жданкин. - Москва: КНОРУС, 2017. - 316 с.

3. Зарецкий, А.Д. Менеджмент: учебник / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. - М.: КНОРУС, 2016. - 268с.

4. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 507 с.

5. Мальцева, С.В. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 527 с.

6. Мардас, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 205 с.

7. Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.М. Маслова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 492 с.

8. Мордвинникова, А.С. Идентификация товаров и услуг: методическое пособие для вузов / А.С. Мордвинникова. - М.: Терра, 2014. - 78 с.

9. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли: Учебник / О.В. Памбухчиянц. - 9 е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 288 с.

10. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с.

11. Разумов, И.В. История менеджмента/ И.В. Разумов.- Ярославль: ЯрГУ, 2014. – 120 с.
12. Семиглазова, В.А. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В.А.Семиглазов. - Томск: ЦПП ТУСУР, 2014. - 172 с.
13. Сидоров, М.Н. Стратегический менеджмент: учебник для СПО / М. Н. Сидоров. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 158 с.
14. Степанова, И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. - Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». - Саратов, 2014. - 124 с.
15. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 415 с.
16. Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / А.В. Тебекин. - 2-е изд., пер. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 333 с.
17. Финансовый менеджмент: учебник [Текст] / Латышева Л.А., Склярова Ю.М., Скляров И.Ю., Фролко С.В., Глушко А.Я., Кулешова Л.В., Скребцова Т.В., Шамрина С.Ю., Собченко Н.В., Нестеренко А.В., Башкатова Т.Н., Урядова Т.Н., Капустина Е.И.; под общ. редакцией Л.А. Латышевой. - М.: МИРАКЛЬ, 2016. - 340 с.
18. Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2014. - 432 с.
19. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов - СПб.: Питер, 2017. - 400 с.
20. Финансовая отчетность за 2020 год компании ООО «Автосити»/ Финансовая отчетность, 2020. – 5с.
21. Юдин, А.П. Инновационный менеджмент. Учебное пособие/ А.П. Юдин. - ВШТЭ СПбГУПТД. - СПб., 2018. - 129 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/177143>