

Производительность труда и мотивация

Лекция 12

Производительность труда

– это способность к производству определенного количества продукции за какой-либо период времени.

Является показателем эффективности производственной деятельности работников.

Измеряется через натуральный или стоимостной объем продукции, произведенной работником за данный период.

Факторы производительности труда

1. **природные, физиологические способности** работника,;
2. **объем и структура приобретенного человеческого капитала** – знания, умения, навыки, опыт, умственные способности; творческие способности; интуиция; прогностические качества способность к инновациям, способность к коммуникациям и др.;
3. **техническое состояние производства** – фондовооруженность, степень годности эксплуатируемого оборудования, технико-технологическая новизна оборудования;
4. **социально-трудовые отношения** между работниками, работниками и работодателями, работниками и профсоюзом;
5. **организация труда** – организация производственного процесса, организация рабочего времени, обеспечение необходимого разнообразия трудовых операций.

Мотивация

– это процесс побуждения себя и других лиц к деятельности для достижения поставленных целей.

Побуждает людей к деятельности вознаграждение – все то, что человек считает ценным для себя.

- Внутреннее вознаграждение – это самоудовлетворение от выполняемой работы: чувства самоуважения, личностного роста, значимости выполняемой работы и достигнутых результатов.
- Внешнее вознаграждение – это вознаграждение, получаемое от другого лица.

Теории мотивации

1. Содержательные:

1.1. Теория Маслоу;

1.2. Теория Мак-Клеланда;

1.3. Теория Герцберга;

2. Процессуальные:

2.1. Теория ожиданий;

2.2. Теория справедливости.

Теория мотивации А. Маслоу (1943г.)

1. Физиологические потребности – потребности, необходимые для выживания человека: в еде, воде, убежище, отдыхе, продолжении рода.
2. Потребности в безопасности и уверенности в будущем – это потребности в защите от физических и психологических опасностей со стороны окружающего мира и уверенность в том, что физиологические потребности будут удовлетворены в будущем.
3. Социальные потребности (потребности в причастности) – необходимость ощутить чувство принадлежности к какой-либо социальной группе, чувство, что вас принимают другие, чувства социального взаимодействия, привязанности и поддержки.
4. Потребности в уважении – потребности в самоуважении, личных достижениях, компетентности, уважении со стороны окружающих, признании.
5. Потребности самовыражения (самореализации) – потребности в реализации своих потенциальных возможностей и росте как личности.

Теория мотивации Д. Мак-Клеланда

Потребности низшего уровня, как правило, уже удовлетворены, а потому необходимо сосредоточить свое внимание на потребностях высшего уровня:

1. **потребность власти** – желание воздействовать на других людей;
2. **потребность в успехе** – потребность в удачном завершении дела;
3. **потребность в причастности** – стремление оказать помощь другим, расширить круг знакомых, стремление к работе в коллективе и поддержанию многочисленных социальных связей.

Теория Ф. Герцберга (1950-е гг.)

Существуют 2 группы факторов мотивации трудовой деятельности:

1. условия работы (job context), или «гигиенические факторы»: зарплата; социальная политика компании; удобство месторасположения компании; удобный график работы и отдыха; хорошие межличностные отношения с коллегами и начальством;
2. содержание работы (job content) – интересная и творческая работа; работа, позволяющая развивать свои способности; признание и одобрение результатов работы; связь оплаты с результатами труда; возможность карьерного роста; высокая степень ответственности.

Мотиватором является только содержание работы.

Теория ожиданий

$$M = R \cdot P \cdot V,$$

где M – мотивация;

R – вероятность получения ожидаемого результата,
%;

P – вероятность получить вознаграждение за
достигнутый результат, %;

V – ожидаемая ценность вознаграждения, %.

Например: $M = 0,8 \cdot 0,9 \cdot 0,95 = 0,684$


$M = 0,8 \cdot 0,9 \cdot 0,3 = 0,216.$

Теория справедливости

Люди субъективно определяют отношение полученного вознаграждения с затраченными трудовыми усилиями, а затем соотносят его с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу.

Если человек считает, что его коллега получил за такую же работу большее вознаграждение, то он будет считать себя обиженным. Тогда у него есть два пути:

- снизить трудовые усилия;

 стремиться к получению большего вознаграждения.

Если человек считает, что получает больше, чем заслуживает, он начнет работать более интенсивно.

Стимулирование труда

– целенаправленное или нецеленаправленное воздействие на человека или группу людей с поддержания определенных характеристик их трудового поведения, прежде всего меры трудовой активности.

- Стимулирование – воздействие на трудовое поведение человека извне
- Мотивация – формирование внутренних побудительных сил трудового поведения.

Свойства стимулов к труду

- демократичность – каждый работник должен иметь возможность быть простимулированным;
- информативность – для каждого работника должна быть доступна информация о системе стимулирования в организации, ее показателях и критериях, а также о том, кто и за какие достижения был простимулирован ранее;
- понятность – система стимулирования должна быть логична, прозрачна и понятна каждому работнику;
- осязаемость – достаточность для формирования побуждения к труду (в основном зависит от размера заработной платы и человеческого потенциала работника);
- своевременность – временной разрыв между трудовым достижением и непосредственным стимулом должен быть как можно меньше;
- постепенность наращивания и разнообразием.

Классификация стимулов к труду

1. Материальные стимулы

1.1. Денежные - прогрессивная заработная плата, премии, доплаты и надбавки.

1.2. Неденежные стимулы - предоставление работникам путевок, беспроцентных или льготных кредитов, служебного транспорта, дополнительного питания, а также с организация труда (например, создание более комфортных условий труда).

2. Нематериальные стимулы:

2.1. социальные – профессиональный рост, обучение за счет предприятия;

2.2. моральные – общественное признание, уважение;

2.3. социально-психологические – общение в коллективе, причастность к общему делу;

2.4. творческие – возможность самовыражения и самореализации.

Классификация стимулов к труду

В зависимости от направленности воздействия на трудовое поведение работника различают стимулы:

- поощряющие ту или иную форму трудового поведения (премии, благодарность, ценный подарок, перевод на высокооплачиваемую работу)
- блокирующие определенную форму трудового поведения (лишение премии, выговор).

В зависимости от интересов субъектов стимулирования различают:

- индивидуальные стимулы, в большинстве своем совпадающие со структурой потребностей человека;
- коллективные стимулы, обусловленные ростом результатов деятельности предприятия, совершенствованием социально-трудовых и психологических отношений;
- общественные стимулы, обусловленные приоритетами развития страны.

Виды стимулирования

В зависимости от характера связи меры стимула с величиной трудовых достижений выделяют следующие виды стимулирования:

1. **пропорциональное стимулирование** – изначально установленная мера стимула растет пропорционально росту трудовых достижений;
2. **прогрессивное стимулирование** характеризуется опережающими темпами роста меры стимула по отношению к темпам роста достижений;
3. **регрессивное стимулирование** – мера стимула снижается при увеличении трудовых достижений работника.

Функции стимулирования

- **экономическая** – повышается производительность труда работников, качество выпускаемой продукции, эффективнее используются ресурсы;
- **социально-нравственная** – развитие социального потенциала работника, его самодисциплины, его причастности к делам организации.

Принципы организации стимулирования труда на предприятии

1. **комплексность** – разумное сочетание всех видов стимулов;
2. **дифференцированность** – индивидуальный подход к стимулированию работников различных категорий и разного социального статуса;
3. **гласность** – обеспечение доступности системы стимулирования для работников, общественной оценки их труда (для использования силы примера);
4. **гибкость** – динамическое разнообразие используемых стимулов, обусловленное как изменяющимися условиями труда, так и динамикой актуальности стимула для работника;
5. **оперативность** – разрыв между стимулом и трудовым действием должен быть минимальным;
6. **обратная связь** – привлечение работников к разработке системы стимулирования на предприятии.