КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

А.Д. Артымонова,
студентка 4 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:
доктор экономической наук,
профессор **В.В. Пузиков** (ГИУСТ БГУ)

В мотивации сотрудников организации все большее значение в рыночных условиях приобретают элементы корпоративной культуры: ценности и убеждения. Такие элементы корпоративной культуры как одежда, рекламные слоганы, девизы и пр., являясь символом принадлежности к известной компании, становятся для работника мотивом активизации деятельности в соответствии с принятыми в коллективе подходами и требованиями. В этом и заключается связь корпоративной культуры и мотивации. Однако для того, чтобы культура стала одним из элементов системы мотивации, она должна иметь цельный характер и не противоречить деятельности организации [1, с. 45]. Иными словами, помимо общетеоретических подходов при формировании корпоративной культуры организации следует учитывать особенности каждой из них и личностные качества сотрудников.

Для оценки соотношения различных факторов формирования корпоративной культуры в организации было проведено анкетирование среди сотрудников Управления контроля и отчетности (далее – УКО) и Центра обучения персонала Открытого акционерного общества (далее – ОАО) «БПС-Сбербанк». Среди опрошенных 30 % являются руководителями, Главными/Ведущими специалистами отделов, 70 % – специалисты I/II категории. 77 % сотрудников имеют высшее образование, остальные (23 %) – среднее специальное. В числе опрошенной аудитории 23 % – мужчины, 77 % – женщины. Процентное соотношение стажа работы следующее: от 0,5 года до 4 лет работают 46 % опрошенных, от 5 до 30 лет – 54 %.

Итоги анкетирования показывают, что на повышение эффективности деятельности персонала оказывают влияние элементы мотивации, заложенные при формировании корпоративной культуры, но при условии учета личных характеристик сотрудников. В ОАО «БПС-Сбербанк», а именно в УКО и Центре обучения персонала, как показало проведенное исследование, преобладающими типами мотивации являются «Профессионал» (I) и «Инструментал» (II).

Общая характеристика представителей данных типов мотивации выглядит следующим образом. Для «Инструментала» главное – это его заработок. Он готов выкладываться на 100 %, если

ему за это хорошо платят. Характер работы и ее составляющие не имеют для него никакого значения. К управлению он не рвется, а перспективы карьерного роста рассматривает как возможность увеличения собственного дохода. Он регулярно напоминает руководству о повышении своей компетентности и просит увеличения зарплаты. Если у компании начнутся какие-то трудности, он с легкой душой покинет ее и уйдет туда, где все хорошо и стабильно.

С таким сотрудником требуется выстраивать сугубо деловые отношения на основе работа – деньги. Лучшая мотивация для «инструментала» – это премия, бонусы и штрафы.

«Профессионалам» интересна сама работа, нежели деньги. Такой сотрудник справится с любой сложной работой, но при этом она должна быть интересна для него, т. к. это способ самовыражения и возможность показать, что он умеет в отличие от других работников.

За рабочим процессом профессионала требуется дополнительный контроль, т. к. он к работе подходит избирательно – избегает монотонной, рутинной части, доверенной ему.

Для такого сотрудника денежный метод мотивации малоэффективен. Для него важно быть вовлеченным в развитие компании, внимание руководства, признание его роли советника, эксперта.

Анализ итогов анкетирования позволил сделать вывод, что опрошенные сотрудники распределены по данным группам практически поровну. Ответы 51 % опрошенных на вопрос об отношении к работе и заработной плате, что ценят они в работе неплохой доход и будут продолжать свою деятельность в данной организации только с перспективой повышения заработка, относят их к категории «инструменталов». Ответы 46 % (3 % затруднились ответить) опрошенных сотрудников говорят о том, что для «профессионала» главное применить свои знания и умения, и для этого работа должна быть творческой и интересной.

Почти такое же соотношение среди сотрудников по категориям показали и ответы на группу вопросов об отношении работника к организации, коллективу и занимаемой должности. «Инструменталы» оценивали его по показателям размера оплаты труда (49 %). «Профессионалы» (50 %) же видели главное в стремлении набраться опыта, правильно применить знания и самореализоваться.

Таким образом, как показывают итоги анкетирования сотрудников двух отделов банка, повысить эффективность деятельности работников можно через сочетание методов мотивации. Фактически для половины сотрудников привлекательными являются материальное стимулирование, включая заработную плату, премии и надбавки.

Для второй половины будут действенны элементы корпоративной культуры, позволяющие подчеркнуть их статус высококвалифицированного специалиста.

Следовательно, стимулирование сотрудников должно базироваться на организационных (привлечение к совладению и участию в управлении) и денежных (заработная плата, премии, надбавки) формах стимулирования.

Литература

1. *Ермолов, Ю.А.* Социально-экономические явления и процессы / Ю.А. Ермолов. – М. : ГРНТИ. – 2013. – № 8. – 82 с.
 2. Выбираем индивидуальную мотивацию [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа : <http://pmguide.info/2013/03/personal-motivation.html>. – Дата доступа : 23.02.2015.
 3. *Ветошкина, Т.А.* Влияние корпоративной культуры на мотивацию персонала / Т.А. Ветошкина. – Екатеринбург : Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 8. – 51 с.
-