

**АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИЗУЧЕНИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

Построение эффективной системы мотивации персонала в компании самый важный, и, пожалуй, самый сложный процесс. Как показывает практика, не всегда можно избежать трудностей при разработке, внедрении и совершенствовании комплексной системы мотивации. Это связано с недостаточным пониманием мотивации персонала, преобладанием негативной мотивации, отсутствием учета ожиданий и интересов сотрудников при выборе мотивирующих мероприятий, отсутствием мониторинга системы мотивации, нестабильностью системы мотивации персонала. Следствием перечисленных трудностей и ошибок является демотивация персонала (1).

Именно вследствие этого эффективная система мотивации персонала является важнейшим условием развития организации. Но эта система имеет ограниченный срок действия, следовательно, ее необходимо совершенствовать и улучшать. Это возможно только после диагностики существующей системы мотивации на предприятии. Имеется множество методов изучения мотивации. В таблице 1 проведен анализ наиболее распространенных из них. Но выбор метода мотивации является серьезной проблемой для руководителя. Поскольку при его выборе необходимо предусмотреть ряд факторов (2). Таких, например, как категория работников, на которых направлено исследование, масштабы предприятия и поставленные цели исследования.

Технология каждого из методов должна включать:

- 1) подготовка сотрудников службы управления персоналом к проведению исследования;
- 2) выбор методики измерения результатов;

Таблица 1 - Анализ методов изучения мотивации

Методы изучения мотивации	Положительные характеристики	Отрицательные характеристики	Особенности
Опрос, анкетирование	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Занимает короткий промежуток времени.</li> <li>2. Не требует больших финансовых затрат.</li> <li>3. Выявляет важнейшие потребности персонала.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Искажение информации как сознательно, так и бессознательно.</li> <li>2. Возможны ошибки при разработке и проведении опроса.</li> <li>3. Желательно сочетать с другими методами сбора информации.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Участие в опросе должно быть добровольным и анонимным.</li> <li>2. Опрос не должен создавать затруднений для профессиональной деятельности работников.</li> <li>3. Сбор анкет должен осуществляться людьми, с которыми опрашиваемые не взаимодействуют.</li> </ol>
Диагностическое интервью	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенно полезна для определения демотиваторов.</li> <li>2. Применяется для оценки уровня мотивации менеджеров.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Требуется значительных затрат времени.</li> <li>2. Привлечение экспертов (руководителей, коллег, деловых партнеров, клиентов).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимо четко определить требования для лиц, включенных в состав экспертов.</li> <li>2. Желательно до интервью провести кратковременную учебу.</li> </ol>
Психологическое тестирование	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучает специфические потребности человека.</li> <li>2. Высокий уровень достоверности информации.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разрабатывается для отдельного человека или определенной группы людей.</li> <li>2. Необходимость привлечения специалистов- психологов.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Все тесты должны отвечать требованиям надежности и валидности.</li> </ol>
Беседа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Простой и надежный способ.</li> <li>2. Высокий уровень достоверности за счет комбинации всевозможных методов интервью.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Требуется затрат времени руководителя или привлеченных сторонних специалистов.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимо правильное составление вопросов</li> </ol>
Наблюдение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наиболее доступный метод оценки.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Велика вероятность ошибочных наблюдений.</li> <li>2. Трудно делать однозначные выводы о состоянии мотивации.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нужно четко определить наблюдаемые признаки мотивации.</li> </ol>

- 3) адаптация выбранной методики под свою компанию;
- 4) обработка результатов исследования;
- 5) обнародование результатов исследования.

Диагностику уже существующей системы мотивации лучше начать с оценки общей мотивационной среды компании. Разработанная система мотивации, еще не мотивирует персонал. Она будет реально действовать на сотрудников только в том случае, если в компании присутствует мотивационная среда, которая складывается из разработанной системы мотивации и отношения сотрудников к мотивационным мерам.

Особенно это касается мотивационной среды, возникающей на основе нематериальной мотивации персонала. Среда, основанная на материальной мотивации персонала, имеет стабилизирующее действие, помогая закрепить в компании наиболее ценных сотрудников, а основанная на нематериальной мотивации – по настоящему стимулирует людей к активной работе с полной отдачей сил.

Отсутствие мотивационной среды в компании, показывают следующие проблемы:

- у сотрудников нет четких целей в своей деятельности;
- сотрудники не ознакомлены с критериями оценки их работы, а значит, и не уверены в справедливости;
- сотрудники не владеют информацией о поощрениях за высокие результаты работы;
- формы поощрения сотрудников, являются непривлекательными для них.

Проанализировав наиболее распространенные методы изучения мотивации, можно сделать вывод о том, что выбор методов изучения мотивации для каждого предприятия и для разных категорий работников сугубо индивидуален и требует тщательного анализа. Ограничиваться применением какого-либо одного метода не стоит, так как каждый имеет свои недостатки, поэтому чтобы избежать субъективности метода изучения мотивации и компенсировать негативные моменты при его использовании, желательно сочетать их или использовать последовательно, в зависимости от целей, которые ставятся перед исследованием и результатов, которых необходимо добиться.

1. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала / А.С. Шапиро. -М.: ГроссМедиа, 2006. -224 с.
2. Нефедова К. Мотивация или мотивирование? Вот в чем вопрос! // Управление персоналом. -2008. -№17. -С. 24-29.

КУЧКОВСКАЯ Н.В

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА РЕГИОНАЛЬНУЮ КЛАСТЕРИЗАЦИЮ

Для экономики государства, региона, отдельно взятой территории кластеры выступают в роли точек роста внутреннего рынка. Вслед за первым нередко образуются новые кластеры и конкурентоспособность страны (региона) в целом увеличивается.

Другим достоинством является возможность целенаправленной переориентации убыточных предприятий региона, предоставления адресных льгот определенным группам компаний, которые важны и значимы для экономики. В кластере обеспечивается прозрачность вклада предприятия в стоимость конечного продукта: оно становится понятным для инвестора, то есть удовлетворяет условиям инвестиционной привлекательности. Власти получают возможность регулирования инвестиционных потоков и оценки эффективности вложений на основе приоритетности развития региональных кластеров (16).

Увеличение разнообразия глобальных проблем, связанных с загрязнением окружающей среды, изменением климата, военными конфликтами, распространением болезней, углублением социального неравенства, возникновением корпоративных скандалов и банкротств, тяжелыми последствиями текущего экономического кризиса объективно приводят к постепенному осознанию мировым сообществом и бизнесом необходимости принятия определенной ответственности за ту среду, в которой они живут и работают. Эти проблемы создают угрозу безопасности социально-экономического развития регионов. В современных условиях роль России в интернационализации мирового хозяйства существенна, что не может оставить ее безучастной в успешном преодолении глобальных вызовов, затрагивающих ее национальные интересы.

Социальные инвестиции являются одним из важнейших инструментов создания социально ориентированной экономики, предполагающей обеспечение стабильного развития общества в целом, удовлетворение насущных потребностей людей, гармонизацию отношений между различными социальными группами. Качественное содержание такой экономики определяется ее способностью создавать и стимулировать благоприятные условия для ведения бизнеса, развития человеческого капитала и гражданского общества, высокоэффективного государственного регулирования. Поэтому ответственное и сбалансированное взаимодействие предпринимательства, власти и общества служит крепкой основой прогресса российского национального хозяйства.

Хозяйствующие субъекты производят товары и услуги, стремясь увеличить объемы их продаж и прибыли, и тем самым, создают базу для расширенного производства и увеличения доходов государства в целом. Бизнес выступает главным субъектом вложения капитала в инновационные проекты, создает инвестиционные источники и участвует в финансировании социальной сферы. Товаропроизводители совместно с государством выполняют социальные функции, обеспечивая определенную степень информационной открытости перед обществом. Ответственность за целенаправленное