

В современной России для формирования корпоративных отношений требуется высокая гуманитарная культура не только управленцев, но и всего персонала, продуманная система экономического стимулирования качества работы персонала и продуманное использование национальных традиций взаимоотношений между людьми. Результаты этого процесса, несомненно, скажутся и на стабильности работы организаций в сфере профессионального образования.

В.Б. Савельев

РАЗВИТИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

Среди множества факторов, влияющих на формирование внутреннего имиджа современного российского предприятия, одним из наиболее действенных является мотивирование труда персонала. Надежность, комфортность, престижность предприятия, возможность реализовать себя являются для человека важнейшими мотивами при выборе места работы, а для самого предприятия означают привлекательный имидж.

Известно, что наибольшие резервы в развитии дела, создании инновационных подходов к деятельности лежат во внутренней мотивации, которая связана у человека с личностной самореализацией, с любовью к профессии, с наличием особых профессиональных ценностей. Внешняя же мотивация, достигаемая с помощью введения материальных стимулов или стимулов, обеспечивающих личное признание, слабо связана с профессиональным развитием, а это, в свою очередь, влияет на профессионализм сотрудников и результаты деятельности всего предприятия.

Исследования, проведенные нами на одном из предприятий, показали, что внутренняя мотивация присуща 45% сотрудников, причем мотивация, связанная с личностной самореализацией и указывающая на склонность к креативной деятельности, достигает лишь 8%. Для сравнения приведем цифры аналогичного исследования, проведенного в государственных учреждениях, где деятельность скорее организована по принципу функционирования, а не развития: 55% и 21%. Таким образом, для предприятий сферы бизнеса, где стратегия развития – норма деятельности, очевидна необходимость развития внутренних мотивов, которые обеспечивают сотруднику личностную адекватность в профессиональной деятельности, дают возможность создать в коллективе творческую атмосферу и ориентировать предприятие на развитие.

Традиционная система мотивации, предполагающая учет личной эффективности сотрудника и общей эффективности организации, способствовала формированию внешней стороны мотивации. В последнее время предприятия используют ряд компенсационных выплат, которые позволяют

дифференцировать оплату, более вариативно учитывать результативность труда сотрудника: это может быть оплата жилья, обучение за счет предприятия, страхование, медицинское обслуживание, ссуды работникам предприятия, питание на работе, оплата общественного транспорта. Дополнительные меры стимулирования, также используемые в опыте российских предприятий – это моральное поощрение, дополнительные отпуска, привлечение в оборот средств персонала и долевое участие в прибыли, продажа акций компании, подарки работникам и т.д.

В проведенном нами исследовании было выявлено несовпадение в содержании оценки, даваемой руководителями сотруднику, и потребностью в ней со стороны самого сотрудника (несовпадение было зафиксировано у 62% сотрудников). Примечательно, что сотрудники заинтересованы, чтобы отмечали их инициативу, творческое отношение к делу, качественность выполнения работы и отношение к ней.

Проблема развития инициативы, творчества может быть решена за счет увеличения доли факторов, стимулирующих потребность в самовыражении, в личностной самореализации. Для этого можно использовать следующие приемы: организационные условия, т.е. включение сотрудников в экспертные группы, комиссии, советы; возможности реализации личностного потенциала через профессиональную деятельность (хобби, увлечения); материальные методы, стимулирующие изобретательскую, рационализаторскую деятельность, качественную работу; возможности профессионального роста и достижения более высокого материального и общественного статуса; возможности участия в управлении.

Использование предложений позволяет создать здоровую конкуренцию и престижность творческого отношения к делу, усилить социальные аспекты развития коллектива, укрепить организационную культуру, и тем самым повысить профессионализм сотрудников.

Л.П. Аксёнова

РОЛЬ РИТОРИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЗНАНИИ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СУБЪЕКТА

Известно, что одной из центральных категорий в имиджологии является категория «культура», которая, проявляясь во внешнем облике человека, в стиле поведения, в манере общения оказывает существенное влияние на восприятие имиджа субъекта.

Так считается, что обаятельным делают человека, прежде всего, социально одобряемые, в определённом смысле идеальные черты, способы поведения, в том числе и речевые, которые в коммуникативном контакте являются ярко выраженными.