

Мотивационное влияние группы на саморазвитие персонала в организации

Снисаренко Ирина Михайловна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
государственного управления, Москва, Россия

E-mail: snisarenkoim@gmail.com

Группа имеет большое влияние на мотивацию саморазвития персонала, и пропаганда саморазвития персонала в коллективе организации является одним из наиболее действенных способов развития профессиональных и личностных компетенций сотрудников, а также важным условием качественного выполнения работниками своих должностных обязанностей.

Группа является субъектом и объектом мотивации одновременно. Группа выступает в качестве субъекта мотивации, т.к. она представляет собой отдельную, относительно независимую социальную систему со своими правилами и интересами и воздействует на поведение своих членов, в т.ч. мотивирует к саморазвитию. Группу также можно рассматривать в качестве объекта мотивации, т.к. руководство предприятия постоянно взаимодействует с группами и влияет на мотивацию членов группы, используя конструктивные и предотвращая деструктивные мотивационные возможности.

Сила мотивационного влияния группы (коллектива) на своих членов прямо пропорционально зависит от ее сплоченности. Сплоченность группы характеризуется значимостью и привлекательностью группы для каждого из ее членов, а также степенью развитости коммуникации и сотрудничества внутри группы.

Степень значимости группы для каждого ее члена определяется не только благами и стимулами, которые сулит группа, но и типом личности каждого отдельного ее члена. Можно выделить три основных типа личности: индивидуалистский, прагматически и коллективистский [2, 6]. Мотивация саморазвития персонала должна строиться в зависимости от типа личности члена коллектива. Для первого и второго типов личности группа должна предоставлять возможности для саморазвития и увеличения своей компетентности и статуса в организации (удовлетворения потребностей в признании и самореализации). Для третьего типа саморазвитие будет являться возможностью влиться и закрепить свое место в коллективе (потребности в принадлежности и признании).

Группа может осуществлять мотивацию саморазвития персонала по следующим направлениям [1]:

1. Информационно-познавательное влияние. В данном случае группа (коллектив) выступает в качестве передатчика информации своим членам.
2. Оценочное влияние. Коллектив может легитимировать определенный паттерн поведения, который соответствует ее интересам.
3. Влияние примера (заразительность примера). Группа может оказывать мотивационное влияние на ее членов посредством своего авторитета.
4. Стимулирующее влияние. Группа способна удовлетворить многие потребности ее членов, такие как потребность в общении, признании, самореализации, власти и т.д. (пирамида потребностей Маслоу и Э. Фрома), и соответственно с помощью удовлетворения потребностей влиять на ценности и убеждения своих членов.
5. Санкционирующее (наказывающее влияние). Группа также может оказывать мотивационное влияние на своих членов посредством угрозы санкций и наказаний.

6. Контролирующее влияние. Групповой контроль может увеличить мотивационное влияние стимулов, т.к. повышает уровень справедливости получения вознаграждений и наказаний, а также сроки и качество выполнения заданий [5].

7. Ролевое влияние. На членов коллектива оказывают сильное внимание, роли которые они исполняют в группе [3, 4].

Таким образом, группа может легитимировать саморазвитие членов коллектива как необходимое для успешной работы, доказывая правильность этой идеи новым членам своим примером и осуждая членов группы, не занимающихся саморазвитием. При этом, ролевое и стимулирующее влияние группы будет поддерживать желание сотрудников саморазвиваться на протяжении длительного времени.

Источники и литература

- 1) Ильин, Е.П. Мотивация и мотивы. СПб : Питер, 2011.
- 2) Пугачев, В.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080505 «Управление персоналом» под ред. В. П. Пугачев. М.: ИНФРА-М, 2011.
- 3) Asch, Solomon E. "Opinions and social pressure". Readings about the social animal, 1955. p. 17-26
- 4) Asch S. E. «A reformulation of the problem of associations». American Psychologist, 24, 1969. p. 92-102.
- 5) Katzenbach J.R., Smith U.K. The Discipline of Teams // Harvard Business Rev. 1993. Vol. 71. No 2. p. 111-119.
- 6) Schachter S. Deviation, rejection, and communication // J. of Abnormal and Social Psychology. 1951.