



ЛУЧШАЯ МОТИВАЦИЯ В КРИЗИС - ЭТО НАЛИЧИЕ РАБОТЫ?

Как показал опрос, проведённый Исследовательским центром портала SuperJob.ru среди представителей предприятий и организаций, отвечающих за работу с персоналом, большинство из них считает мотивацию сотрудников обязательным условием успешного преодоления кризиса.

«Во время кризиса у всех достаточно поводов для депрессии, а она мешает продуктивно работать. Нужно мотивировать сотрудников к преодолению трудностей», — считают представители компаний (86%). По мнению респондентов, сплочённая команда профессиональных сотрудников — залог успеха компании, поэтому ценные кадры нужно мотивировать как в период кризиса, так и в более спокойное время, «иначе

лучшие сотрудники могут найти альтернативное место работы».

Не считают мотивацию сотрудников в период кризиса необходимой 7% опрошенных. По их словам, это лишнее, так как «все сидят на своих местах», боясь потерять работу.

Столько же респондентов (7%) затруднились с ответом: «Сотрудников нужно мотивировать всег-

да, однако во время кризиса лучшая мотивация — это наличие работы»; «Вообще-то нужно, как и в любое другое время, а может, даже больше. Но сейчас возможностей для этого у компаний меньше...»

Какие же способы мотивации представители российских компаний считают самыми эффективными? Самый простой способ — денежные премии и доплаты — отметили всего 10% опрошенных. Во многом это связано с тем, что во время кризиса далеко не все организации могут себе позволить мотивировать персонал таким способом.

28% респондентов отдают предпочтение нематериальным способам мотивации, среди которых коллективные мероприятия, соревнования на лучшего менеджера года, корпоративное обучение, активная работа на внутренних корпоративных порталах.



Большая же часть опрошенных (60%) справедливо считает, что в кризис нужно использовать все возможные способы мотивации. «Если сотрудник — процентный, то надо понизить заработную плату, но повысить получаемый им процент от прибыли»; «Любые способы, которые компания может себе позволить, применимы. Если у неё нет денег на материальную мотивацию, возможен упор на командный дух, единое желание совместно преодолеть кризис. В общем, возможны варианты», — комментируют респонденты. Некоторые из них отмечают, что наряду с поддержанием командного духа в коллективе руководству компании стоит попытаться найти индивидуальный подход к каждому сотруднику, дать ему

понять, что он ценен для предприятия: «Если сотрудник взял кредит в долларах, то вряд ли ему поможет мотивация в виде признания «лучшим по компании» и пр. А для кого-то кризис — отличный шанс взяться за проекты, которые в эпоху стабильности были не актуальны. Поэтому стоит искать индивидуальные способы мотивации и комбинировать их».

Место проведения опроса: РФ, все округа

Время проведения: 3-4 марта 2009 года

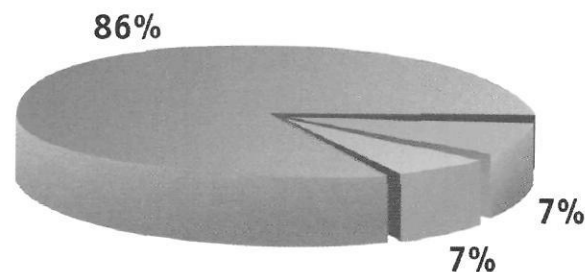
Исследуемая совокупность: представители предприятий и организаций, отвечающие за работу с персоналом

Размер выборки: 500 респондентов

Вопрос:

«Как Вы считаете, нужно ли мотивировать сотрудников во время кризиса?»

Ответы респондентов распределились следующим образом:

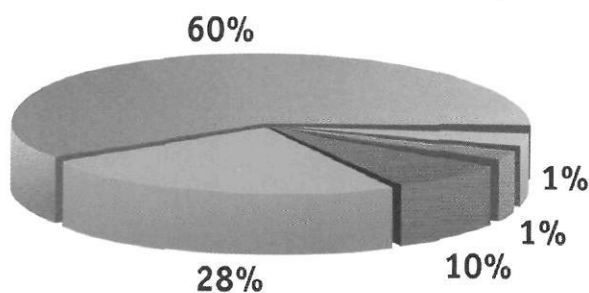


- — да
- — нет
- — затрудняюсь ответить

Вопрос:

«Как именно, по Вашему мнению, нужно мотивировать сотрудников во время кризиса?»

Ответы респондентов распределились следующим образом:



- — деньгами (премии и т.п.)
- — использовать способы неденежной мотивации
- — использовать все возможные способы
- — другое
- — затрудняюсь ответить