**انگیزش کارکنان**

**مقدمه**

در دنياي كنوني بيشتر مديران خواهان كاركناني هستند كه بيش از وظايف معين شده در شرح شغلشان، فعاليت كنند. آنها دنبال كاركناني هستند كه فراتر از انتظارات عمل مي کنند و به ميل و خواست خود دست به رفتارهايي مي زنند كه جزء وظايف رسمي شغلي شان نيست اما بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت دارد.

انگيزه كاركنان مي تواند از لحاظ تجربي اين علل بروز اين رفتارها را تبيين كند. درك صحيح انگيزش مي تواند به عنوان ابزار با ارزشي به منظور شناخت علل رفتار در سازمانها و پيش بيني تأثيرات اقدامات مديريتي به كار آيد. همچنين با شناخت انگيزش مي توان رفتارها را در سازمان ها به گونه اي هدايت كرد كه اهداف فردي و سازماني تأمين شود. از آنجا كه انگيزة كاركنان، رفتار آنها را هدايت مي كند، اين انگيزه ها مي تواند بر رفتارهاي اختياري آنها نيز تأثيرگذار باشد. در ادامه دو نظریه انگیزش کارکنان را که توسط اشتاین وپتر و لئوناردو مطرح شده است را بیان می کنیم.



**نظریه های انگیزشی**

**نظریه فينكل اشتاين**

فينكل اشتاين وپنر (2004) سه منبع انگيزش را براي رفتارهاي شهروندي سازماني معرفي كردند. انگيزه هاي سازماني كه به تمايل شخص براي كمك به سازمان مربوط مي شود، از غرور و هويت سازماني سرچشمه مي‌گيرد. انگيزه هاي ارزشي- اجتماعي كه به تمايل فرد براي كمك به ديگران و پذيرش اجتماعي مربوط مي‌شود؛ انگيزه هاي مديريت كه به تمايل فرد براي پذيرش به عنوان يك شخص مؤثر در به دست آوردن يا حفظ پاداشهاي معين مربوط است.

**نظریه لئونارد**

لئونارد و همكاران (1999) مقالات موجود را بررسي كردند و يك نوع شناسي يكپارچه از انگيزش شامل پنج منبع را پيشنهاد دادند: انگيزش فرايند دروني، انگيزش ابزاري، انگيزش خودپندارة دروني، انگيزش خودپندارة بيروني و انگيزش نهادينه كردن اهداف



**انگيزش فرايند دروني**

در فهرست منابع انگيزش فرايند انگيزش دروني از لذت مطلق از كار كردن ناشي مي شود و كار كردن نيز به عنوان يك انگيزه عمل مي كند، زيرا كاركنان از آنچه انجام مي دهند لذت مي برند. اين انگيزه همچنين به عنوان انگيزش دروني براي به دست آوردن لذت كار در نظر گرفته مي شود و انگيزش دروني شغلي، عاري از هر گونه كنترل يا پاداش بيروني است. اين انگيزش از انگيزش داخلي يا دروني سنتي موجود در مقالات متفاوت است؛ فرايند انگيزش دروني از لذت دروني آني ناشي مي شود، اما تعاريف سنتي انگيزه هاي دروني، چالش هاي دروني و پيامدهاي موفقيت را توصيف مي كنند.

**انگيزش ابزاري**

انگيزش ابزاري از پاداش هاي ملموس نشأت مي گيرد. انگيزش ابزاري از انگيزش دروني و بيروني كلاسيك متمايز است، زيرا اين نوع انگيزه از پاداش هاي بيروني ملموس سرچشمه مي گيرد، درحالي كه انگيزش بيروني به پاداش هاي اجتماعي مانند تحسين و تصديق عمومي وابسته است.

**انگيزش خودپنداره بيروني**

انگيزش خودپنداره بيروني از تمايل فرد براي تأكيد بر صفات، شايستگي ها و ارزش ها ناشي مي شود. خودآرماني از انتظارات نقش گروه هاي مرجع ناشي مي شود كه تلاش براي جلب رضايت اعضاي گروه مرجع، در درجة اول براي كسب پذيرش و سپس موقعيت مشخص مي شود.

انگيزش، خودپنداره دروني از تمايل فرد به راضي كردن و تقويت احساس خود از صفات، شايستگي ها و ارزش هاست. افراد داراي چنين انگيزه اي، براي صفات، شايستگي ها و ارزش هايي كه مبناي خودآرماني هستند، استانداردهايي دروني در نظر مي گيرند. اين انگيزه در افرادي مؤثر است كه به رفتارهايي تمايل نشان مي دهند كه اين استانداردهاي شخصي را تقويت مي كنند و به مراحل بالاتري از شايستگي مي رسند.

اشخاص داراي انگيزش خودپنداره دروني، به استانداردهاي شخصي تمايل دارند و فعاليت هايي را دنبال مي كنند كه نيازمند مهارت هاي منحصر به فرد آنهاست. زماني كه افراد، در رفتارهايي مطابق با خودپنداره خود درگير مي شوند، اين احتمال وجود دارد كه خود را در استاندارد بالاي عملكرد حفظ كنند. اگر اين استانداردها منعكس كننده اخلاق قوي كاري باشد، فعاليت هايي را دنبال خواهند كرد كه به ديگران كمك كنند.

**انگيزش دروني سازي هدف**

انگيزش دروني سازي هدف از نياز به باور دليل وجودي يا هدف از تشكيل سازمان نشات مي گيرد كه از چهار منبع ديگر متفاوت است، زيرا نشان دهنده نبود نفع شخصي است. با اين حال، دروني سازي هدف الزاماً به اين معنا نيست كه يك شخص با ماموريت سازمان موافق است. دروني سازي هدف، اهميت نسبي ماموريت را توضيح مي دهد، اما نه به اندازه اي كه در همسازي ارزش ها وجود دارند. اشخاص داراي انگيزش دروني سازي هدف، بر اصول و ارزش ها تاكيد مي كنند و به دنبال تطابق با اهداف و مأموريت هاي سازماني هستند.