

انگیزش کارکنان

مقدمه

در دنیای کنونی بیشتر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از وظایف معین شده در شرح شغلشان، فعالیت کنند. آنها دنبال کارکنانی هستند که فراتر از انتظارات عمل می کنند و به میل و خواست خود دست به رفتارهایی می زنند که جزء وظایف رسمی شغلی شان نیست اما بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت دارد.

انگیزه کارکنان می تواند از لحاظ تجربی این علل بروز این رفتارها را تبیین کند. درک صحیح انگیزش می تواند به عنوان ابزار با ارزشی به منظور شناخت علل رفتار در سازمانها و پیش بینی تأثیرات اقدامات مدیریتی به کار آید. همچنین با شناخت انگیزش می توان رفتارها را در سازمان ها به گونه ای هدایت کرد که اهداف فردی و سازمانی تأمین شود. از آنجا که انگیزه کارکنان، رفتار آنها را هدایت می کند، این انگیزه ها می تواند بر رفتارهای اختیاری آنها نیز تأثیرگذار باشد. در ادامه دو نظریه انگیزش کارکنان را که توسط اشتاین و پتر و لئوناردو مطرح شده است را بیان می کنیم.



نظریه های انگیزشی

نظریه فینکل اشتاین

فینکل اشتاین و پینر (2004) سه منبع انگیزش را برای رفتارهای شهروندی سازمانی معرفی کردند. انگیزه های سازمانی که به تمایل شخص برای کمک به سازمان مربوط می شود، از غرور و هویت سازمانی سرچشمه می گیرد. انگیزه های ارزشی- اجتماعی که به تمایل فرد برای کمک به دیگران و پذیرش اجتماعی مربوط می شود؛ انگیزه های مدیریت که به تمایل فرد برای پذیرش به عنوان یک شخص مؤثر در به دست آوردن یا حفظ پادشهای معین مربوط است.

نظریه لئونارد

لئونارد و همکاران (1999) مقالات موجود را بررسی کردند و یک نوع شناسی یکپارچه از انگیزش شامل پنج منبع را پیشنهاد دادند: انگیزش فرایند درونی، انگیزش ابزاری، انگیزش خودپنداره درونی، انگیزش خودپنداره بیرونی و انگیزش نهادینه کردن اهداف



انگیزش فرایند درونی

در فهرست منابع انگیزش فرایند انگیزش درونی از لذت مطلق از کار کردن ناشی می شود و کار کردن نیز به عنوان یک انگیزه عمل می کند، زیرا کارکنان از آنچه انجام می دهند لذت می برند. این انگیزه همچنین به عنوان انگیزش درونی برای به دست آوردن لذت کار در نظر گرفته می شود و انگیزش درونی شغلی، عاری از هر گونه کنترل یا پاداش بیرونی است. این انگیزش از انگیزش داخلی یا درونی سنتی موجود در مقالات متفاوت است؛ فرایند انگیزش درونی از لذت درونی آنی ناشی می شود، اما تعاریف سنتی انگیزه های درونی، چالش های درونی و پیامدهای موفقیت را توصیف می کنند.

انگیزش ابزاری

انگیزش ابزاری از پاداش های ملموس نشأت می گیرد. انگیزش ابزاری از انگیزش درونی و بیرونی کلاسیک متمایز است، زیرا این نوع انگیزه از پاداش های بیرونی ملموس سرچشمه می گیرد، درحالی که انگیزش بیرونی به پاداش های اجتماعی مانند تحسین و تصدیق عمومی وابسته است.

انگیزش خودپنداره بیرونی

انگیزش خودپنداره بیرونی از تمایل فرد برای تأکید بر صفات، شایستگی ها و ارزش ها ناشی می شود. خودآرمانی از انتظارات نقش گروه های مرجع ناشی می شود که تلاش برای جلب رضایت اعضای گروه مرجع، در درجه اول برای کسب پذیرش و سپس موقعیت مشخص می شود.

انگیزش، خودپنداره درونی از تمایل فرد به راضی کردن و تقویت احساس خود از صفات، شایستگی ها و ارزش هاست. افراد دارای چنین انگیزه ای، برای صفات، شایستگی ها و ارزش هایی که مبنای خودآرمانی هستند، استانداردهایی درونی در نظر می گیرند. این انگیزه در افرادی مؤثر است که به رفتارهایی تمایل نشان می دهند که این استانداردهای شخصی را تقویت می کنند و به مراحل بالاتری از شایستگی می رسند.

اشخاص دارای انگیزش خودپنداره درونی، به استانداردهای شخصی تمایل دارند و فعالیت هایی را دنبال می کنند که نیازمند مهارت های منحصر به فرد آنهاست. زمانی که افراد، در رفتارهایی مطابق با خودپنداره خود درگیر می شوند، این احتمال وجود دارد که خود را در استاندارد بالای عملکرد حفظ کنند. اگر این استانداردها منعکس کننده اخلاق قوی کاری باشد، فعالیت هایی را دنبال خواهند کرد که به دیگران کمک کنند.

انگیزش درونی سازی هدف

انگیزش درونی سازی هدف از نیاز به باور دلیل وجودی یا هدف از تشکیل سازمان نشات می گیرد که از چهار منبع دیگر متفاوت است، زیرا نشان دهنده نبود نفع شخصی است. با این حال، درونی سازی هدف الزاماً به این معنا نیست که یک شخص با مأموریت سازمان موافق است. درونی سازی هدف، اهمیت نسبی مأموریت را توضیح می دهد، اما نه به اندازه ای که در همسازی ارزش ها وجود دارند. اشخاص دارای انگیزش درونی سازی هدف، بر اصول و ارزش ها تاکید می کنند و به دنبال تطابق با اهداف و مأموریت های سازمانی هستند.