

УДК 331.101.3

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ГЕНДЕРНОГО И ВОЗРАСТНОГО
ФАКТОРА НА МОТИВАЦИЮ СОТРУДНИКОВ КРУПНЫХ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КУЗБАССА**

Люкшина Ю.Ю., магистрант гр. УКмз–221, 2 курс

Научный руководитель: Люкшин В.С., к.т.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Исследование мотивации личности на протяжении жизненного пути находит отражение в работах многих авторов. Все указывает на важную роль мотивации на всем протяжении жизненного пути человека. Однако литературный обзор показал, что основное направление исследований направлено на исследования узкого возрастного диапазона или сопоставление «молодых» и «старых» работников, либо исследования ограничиваются определенным видом деятельности.

Таким образом, учет возрастного, а также гендерного факторов на особенность мотивации сотрудников различных предприятий и недостаток исследований в этом направлении обуславливают актуальность данной работы.

Целью данного исследования является влияния возрастного и гендерного факторов на мотивацию сотрудников крупных предприятий Кузбасса.

Процедура исследования.

Для сбора данных использовался методика Ш. Ричи, П. Мартина «Мотивационный профиль». Данная методика основана на исследовании большого количества потребностей, которые могут удовлетворяться в процессе трудовой деятельности. Она позволяет выявлять доминирующие потребности сотрудника, удовлетворение которых в последствие может привести к положительной стимуляции его трудовой деятельности. Время заполнения теста испытуемым составляет 15-20 минут.

Интерпретация полученных данных проводилась при помощи корреляционного анализа с использованием коэффициента корреляции Пирсона, который позволил выявить взаимосвязь между факторами мотивации.

Выборка исследования.

В исследовании приняли участие 138 работников 20 крупных предприятий Кузбасса. Выборка целенаправленно формировалась таким образом, чтобы все испытуемые были распределены на 3 возрастные группы, а число мужчин и женщин было одинаковым, по 69 человек с каждой стороны. Минимальный трудовой стаж каждого испытуемого превышал 6 месяцев.

Каждая возрастная группа получила условное название: начало карьеры (возраст от 24 лет до 30 лет), карьерный рост (от 31 до 39 лет) и стабильная карьера (от 40 до 48 лет). В состав каждой из возрастных групп вошли представители, занимающие разные должности, от руководителей до рядовых сотрудников.

Анализ и обсуждение результатов исследования.

При выявлении влияния возрастного и гендерного факторов на мотивацию сотрудников предприятий были получены результаты, которые представлены на рис. 1.

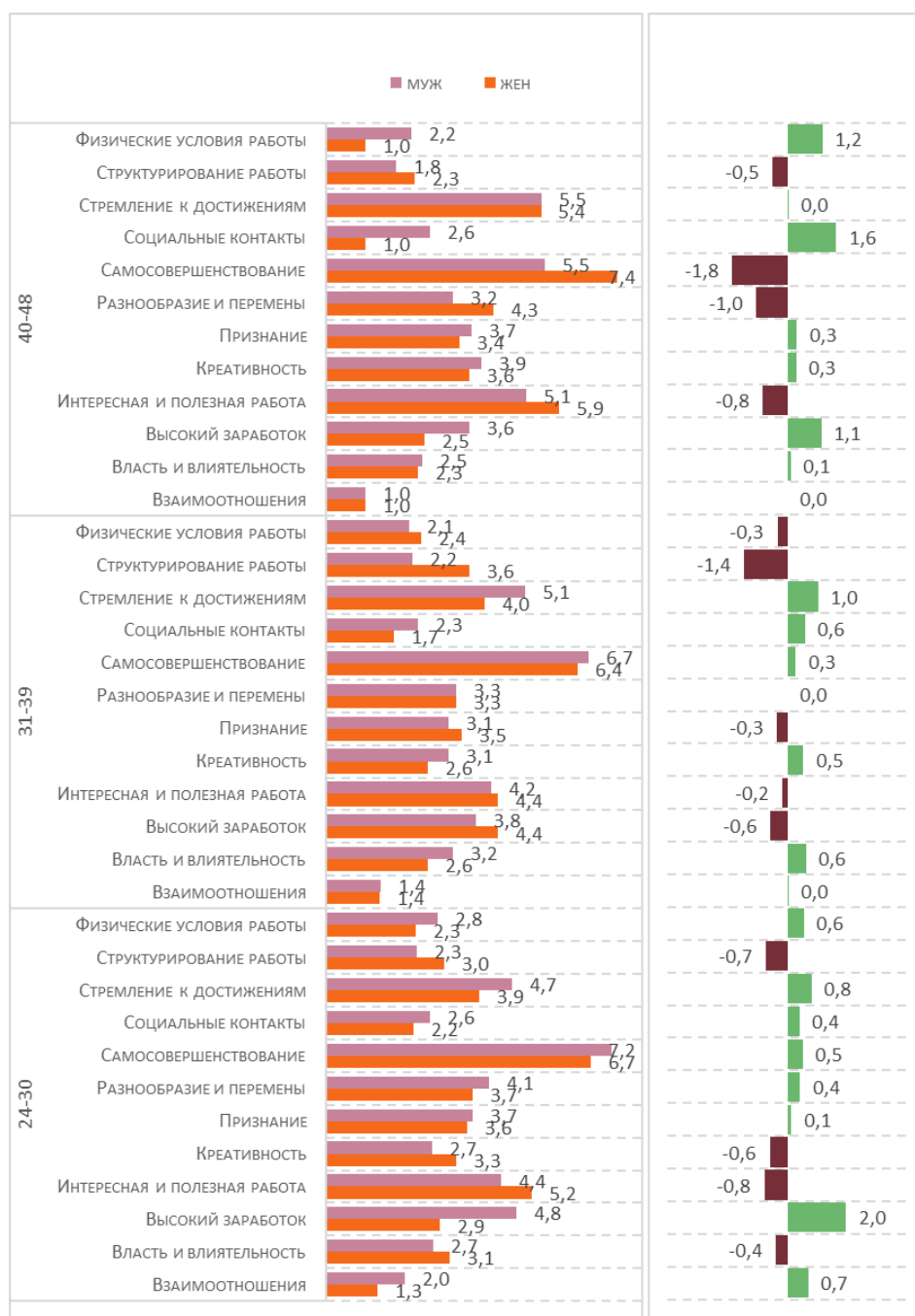


Рис. 1. Разница показателей мотивации по возрастному и гендерному факторам

Анализируя полученные результаты, можно сделать следующие выводы:

Возрастная категория 40-48 лет.

Физические условия работы – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 1,2. Это обусловлено тем, что у мужчин в этом возрасте обостряются профессиональные болезни и начинаются проблемы с суставами. Выше упоминалось о том, что большая часть предприятий промышленные и доля мужчин в рабочих профессиях значительно выше, чем доля женщин.

Структурирование работы – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,5. Это обусловлено тем, что женщинам в этом возрастном диапазоне важнее знать о результатах своей работы.

Стремление к достижениям – видно, что данный показатель одинаковый и у мужчин, и у женщин. Это обусловлено тем, что в этой возрастной категории достижение целей в одинаковой степени мотивирует как мужчин, так и женщин.

Социальные контакты – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 1,6. Это обусловлено тем, что мужчины в этом возрасте легче идут на контакт и заводят новые знакомства, в сравнении с женщинами.

Самосовершенствование – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 1,8. Это обусловлено тем, что в этом возрасте женщины готовы посвятить своё время самообразованию и, возможно, наверстать упущенное время, которое было уделено в возрасте 31-39 на создание семьи и воспитанию детей.

Разнообразие и перемены – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 1,1. Это обусловлено тем, что в этом возрасте женщины склонны к переменам, находятся в состоянии приподнятости, избегают рутины.

Признание – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,3. Это объясняется тем, что в этом возрасте мужчинам важно чувствовать свою значимость, а также чтобы результаты их труда были оценены.

Креативность – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,3. Это обусловлено тем, что в истории гениальных мужчин насчитывается гораздо больше, чем женщин в физических науках и математике, а так как исследуемые предприятия преимущественно технического характера, то и показатель мотивации «креативность» выше у мужчин, чем у женщин.

Интересная и полезная работа – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,2. Это обусловлено тем, что женщины более замотивированы на работу, когда чувствуют себя нужными и полезными.

Высокий заработок – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 1,1. Это обусловлено тем, что мужчины в этом возрасте занимают более высокие должности чем женщины, и потребность в количестве заработной платы увеличивается пропорционально сложности задач, выполняемых на работе.

Власть и влияние – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,6, ввиду специфики работы предприятий. Руководителей мужского пола в промышленном секторе больше, чем женщин.

Взаимоотношения – видно, что данный показатель мотивации одинаковый как у мужчин, так и у женщин. Это обусловлено тем, что потребность формировать и поддерживать долгосрочные и стабильные взаимоотношения у мужчин и женщин сформирована одинаково.

Возрастная категория 31-39 лет.

Физические условия работы – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,3. Это обусловлено тем, что в возрасте 31-39 для женщин комфорт рабочего места намного приоритетнее, нежели для мужчин.

Структурирование работы – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 1,4. Это обусловлено тем, что женщинам в этом возрастном диапазоне важнее знать о результатах своей работы и получать регулярную обратную связь.

Стремление к достижениям – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 1,1. На предприятиях под «достижением» понимают успешное внедрение рационализаторских предложений, установка рекорда предприятия, рекорда России, победа предприятия в конкурсе и т.д. Так как преимущественно предприятия производственные, мужской контингент преобладает над женским. Исходя из этого мужчины чаще поощряют за подобные достижения, этим обусловлена доминанция мотивации.

Социальные контакты – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,6. Это обусловлено тем, что мужчины в этом возрасте легче идут на контакт и заводят новые знакомства, в сравнении с женщинами.

Самосовершенствование – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,3. Это обусловлено тем, что в этом возрасте мужчины готовы посвятить своё время самообразованию в то время, как многие женщины в этом возрасте уделяют большую часть времени семье и быту.

Разнообразие и перемены – видно, что данный показатель одинаковый как у мужчин, так и у женщин. Это обусловлено тем, что и мужчины и женщины готовы в этом возрасте к кардинальным переменам в своей жизни.

Признание – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,4. Это объясняется тем, что в этом возрасте женщины более чутко относятся к своему труду и им важно, чтобы он был оценён, также важно чувствовать свою значимость.

Креативность – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,5. Это обусловлено тем, что в истории гениальных мужчин насчитывается гораздо больше, чем женщин в физических науках и математике, а так как предприятия преимущественно технического характера, то и показатель мотивации «креативность» выше у мужчин, чем у женщин.

Интересная и полезная работа – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,2. Это обусловлено тем, что женщины более

замотивированы на работу, когда чувствуют себя нужными и полезными для общества.

Высокий заработок – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,6. Это обусловлено тем, что женщинам в этом возрасте хотят финансовую стабильность, собственную недвижимость и т.д, а иногда мужья не готовы реализовать её потребность, из-за этого возникает сильная мотивация в высоком заработке.

Власть и влияние – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,6, ввиду специфики работы предприятий. Руководителей мужского пола в промышленном секторе больше, чем женщин, также их чаще назначают на руководящие должности, исходя из этого мы получаем такой показатель.

Взаимоотношения – видно, что данный показатель мотивации одинаковый как у мужчин, так и у женщин. Это обусловлено тем, что потребность формировать и поддерживать долгосрочные и стабильные взаимоотношения у мужчин и женщин сформирована одинаково.

Возрастная категория 24-30 лет.

Физические условия работы – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,5. Это обусловлено тем, что в нынешней тенденции поведения мужчин в этой возрастной категории, им важнее физические условия работы, чем женщинам.

Структурирование работы – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,7. Это обусловлено тем, что женщинам важнее знать о результатах своей работы и получать регулярную обратную связь.

Стремление к достижениям – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,8. На предприятиях под «достижением» понимают успешное внедрение рационализаторских предложений, установка рекорда предприятия, рекорда России, победа предприятия в конкурсе и т.д. Так как преимущественно предприятия производственные, мужской контингент преобладает над женским. Исходя из этого мужчин чаще поощряют за подобные достижения, этим обусловлена доминанция мотивации.

Социальные контакты – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,4. Это обусловлено тем, что мужчины в этом возрасте легче идут на контакт и заводят новые знакомства, в сравнении с женщинами.

Самосовершенствование – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,5. Это обусловлено тем, что в этом возрасте мужчины готовы посвятить своё время самообразованию в то время, как многие женщины в этом возрасте уделяют большую часть времени созданию семьи.

Разнообразие и перемены – видно, что данный показатель у мужчин выше на 0,4. Это обусловлено тем, что мужчины по своей природе менее усидчивы, чем женщины, особенно в этой возрастной категории. Им свойственно стремление избегать рутины, потребность в разнообразии, переменах и стимуляции.

Признание – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,1. Это объясняется тем, что в этом возрасте мужчинам важно быть правым, чтобы окружающие ценили заслуги и достижения мужчины.

Креативность – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,6. Это обусловлено тем, что в этом возрасте девушки ищут нестандартные способы решения задач, чтобы построить себе стремительную карьеру.

Интересная и полезная работа – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,8. Это обусловлено тем, что женщины более замотивированы на работу, когда чувствуют себя нужными и полезными для общества.

Высокий заработок – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 2,0. Это обусловлено тем, что мужчины мыслят на перспективу, они планируют в ближайшие 10 лет покупку недвижимости, транспорта и другие крупные расходы.

Власть и влияние – видно, что данный показатель мотивации у женщин выше на 0,4. Это обосновывается тем, что девушки в этом возрасте активны и амбициозны. Возрастной диапазон 24-30 вполне благоприятный для построения управленческой карьеры женщинам.

Взаимоотношения – видно, что данный показатель мотивации у мужчин выше на 0,7. Это обусловлено тем, что мужчины чаще общаются со своими коллегами за пределами работы, в отличие от женщин.

Корреляционный анализ с использованием коэффициента корреляции Пирсона, который позволил выявить взаимосвязь между факторами мотивации. В построении графа участвовали факторы, взаимосвязь между которыми была «заметная», «высокая» и «очень высокая» (по шкале Чеддока) (рис. 2).



Рис. 2. Граф взаимосвязей факторов мотивации

Анализируя полученный граф взаимосвязей мотивации, можно сделать выводы, что следующие мотивации друг с другом заметно связаны:

1. Высокий заработок – связан с физическими условиями труда, взаимоотношениями в коллективе, признанием достижений сотрудника, структурированием работы и креативностью.
2. Физические условия труда – связаны с высоким заработком, взаимоотношениями и структурированием работы.
3. Структурирование работы – связано с высоким заработком, физическими условиями труда и взаимоотношениями.
4. Социальные контакты – связаны с властью и влиятельностью и самосовершенствованием.
5. Взаимоотношения – связаны с физическими условиями труда и структурированием работы.
6. Признание – связано с высоким заработком.
7. Стремление к достижениям – связано с совершенствованием, властью и влиятельностью, разнообразием и переменами, а также с интересной и полезной работой.
8. Власть и влиятельность – связана с социальными контактами и стремлением к достижениям.
9. Разнообразие и перемены – связаны со стремлением к достижениям и креативностью
10. Креативность – связана с высоким заработком, а также с разнообразием и переменами.
11. Совершенствование – связано с социальными контактами и стремлением к достижениям.
12. Интересная и полезная работа – связана со стремлением к достижениям.

Список литературы:

1. Голубев, А. И. Управление мотивацией персонала организации / А. И. Голубев // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 2-1(60). – С. 65-70.
2. Гордеева, Е. В. Мотивация как важнейший фактор повышения эффективности системы управления персоналом организации / Е. В. Гордеева, Ю. С. Севостьянова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 11-1(69). – С. 226-229.
3. Ду, Г. Теоретические основы процесса мотивации персонала / Г. Ду // Теория и практика современной науки. – 2020. – № 5(59). – С. 177-179.
4. Зайцева Е.В., Коробейникова А.П., Бусыгина И.С., Запарий В.В. Кадровый потенциал вуза (монография)// Под ред. проф. Запария В.В.- Екатеринбург. УрФУ. 2011.
5. Кочанова, А. А. Современная практика мотивации персонала / А. А. Кочанова // Экономика и социум. – 2020. – № 12-1(79). – С. 663-666.

6. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева ; под ред. А.Я. Кибанова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 524 с.
7. Управление мотивацией: Учеб. пособие для вузов /Пер. с англ, под ред. проф. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004 – 399 с.
8. Шатько, Д. Б. Мониторинг удовлетворенности потребителей как фактор повышения качества образовательного процесса в КузГТУ / Д. Б. Шатько, Т. Х. Мовсесян // Инновации в информационных технологиях, машиностроении и автотранспорте : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Кемерово, 03–04 октября 2018 года / Ответственный редактор Д.М. Дубинкин. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2018. – С. 371-374.
9. Шутько, Л. Г. Оценка удовлетворенности потребителей образовательных услуг в вузе и механизм ее автоматизации / Л. Г. Шутько, Д. Б. Шатько // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 1(41). – С. 168-175.