

A black and white photograph of a person climbing a vertical rock face. The climber is silhouetted against a cloudy sky. The rock face is on the right side of the image, and the climber is positioned about halfway up. The overall mood is one of challenge and achievement.

ОЛЬГА КНЫШ

**МОТИВАЦИЯ К РАБОТЕ
ТЕОРИЯ ХЕРЦБЕРГА**

16+

Ольга Владимировна Кныш

Мотивация к работе.

Теория Херцберга

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42210211

SelfPub; 2019

Аннотация

Что нас мотивирует в работе? Чего хотят сотрудники от своей работы? Как можно повлиять на мотивацию в команде? В этой книге вы найдете полезные практические рекомендации, подкрепленные фундаментальными научными исследованиями известного американского социолога Фредерика Херцберга. Насколько бесспорны эти рекомендации – читайте «непридуманные истории» из повседневной практики HR.

Содержание

Предисловие	4
мотивация к работе. ТЕОРИЯ ХЕРЦБЕРГА	5
Результаты исследований Херцберга. Теория «гигиены и роста»	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Предисловие

Первая книга серии «Теория и практика мотивации», посвященная теории Маслоу, позволяет нам представить общую картину мотивации, в основе которой лежит эволюция потребностей личности.

В следующей книге «Чего хочет сотрудник?» мы рассмотрим, к каким практическим выводам пришел известный американский социолог Фредерик Херцберг, исследуя факторы влияющие на изменение отношения сотрудников к работе, на уровень их производительности. В чем суть знаменитой теории «Роста»? Как, с точки зрения Херцберга, можно повысить уровень мотивации? Насколько бесспорны эти рекомендации? В чем расходятся взгляды Маслоу и Херцберга? Этим вопросам посвящена вторая книга серии «Теория и практика мотивации».

МОТИВАЦИЯ К РАБОТЕ. ТЕОРИЯ ХЕРЦБЕРГА

Исследования доктора Фредерика Херцберга в области мотивации сотрудников и факторов, влияющих на их отношение к работе, представляют большую ценность для построения корпоративной системы мотивации.

Особенно интересны практические рекомендации Херцберга, направленные на повышение мотивации сотрудников, основанные на всестороннем анализе причин изменения отношения к работе и их влияния на уровень производительности.

Личное дело.

Фредерик Херцберг (1923 – 2000 гг.) родился в г. Лине (штат Массачусетс США). В конце войны Херцберг закончил учебу в Нью-Йорке и впоследствии, уже в Питтсбургском университете, получил магистерскую и докторскую степень. В середине 50-х гг. он стал руководителем исследовательских работ в Psychological Service of Pittsburgh, некоммерческой психологической консалтинговой компании. В этот период Херцберг активно занимался изучением во-

просов, связанных с отношением работников к труду. Результатом этих исследований, опубликованных в 1959 г., в книге "The Motivation to Work" ("Мотивация к работе") стала знаменитая мотивационно-гигиеническая теория Херцберга. В своих дальнейших работах Херцберг продолжает развивать основные идеи этой теории. Пожалуй, самой популярной его работой стала статья "One More Time: How Do You Motivate Your Employees?" ("Как вы стимулируете своих работников?"), впервые опубликованная в 1968 г., в журнале Harvard Business Review, а затем неоднократно переиздававшаяся, на многих языках.

Будучи убежденным в том, что «отношение людей к своей работе может определять успех или провал любого промышленного концерна <...> что грань, определяющая выживет концерн или нет, будет зависеть от морального состояния внутри коллектива» Херцберг попытался найти ответ на вопрос: чего хочет человек от своей работы? Задача состояла в том, чтобы определить наиболее эффективные методы мотивирования сотрудников.

В основе исследований Херцберга лежит гипотеза, согласно которой одни факторы вызывают удовлетворение работой, другие неудовлетворение или негативное к ней отношение. Кроме того, Херцберг предположил, что существует определенная связь между отношением к работе и производительностью труда.

Результаты исследований Херцберга.

Теория «гигиены и роста»

Предметом исследования Херцберга являлись «ситуации или периоды, во время которых отношения сотрудника к работе в значительной степени отличались от обычного в положительную или отрицательную стороны».

Участникам исследования, которое проводилось среди инженеров и бухгалтеров девяти промышленных предприятий Питтсбурга, предлагали рассказать о событиях, во время которых они испытывали особенно позитивные или негативные чувства по отношению к работе. В ходе опросов выяснилось, что разные события могут оказывать длительное или кратковременное влияние на трудовой процесс. Херцберг учитывает этот важный момент при классификации результатов опросов. В итоге, он выделил следующие факторы, которые упоминались в рассказах как источники положительных и отрицательных эмоций.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.