

# Teorii motivationale

## Introducere

Într-un mediu profesional din ce în ce mai dinamic și competitiv, cunoașterea factorilor de motivație ai angajaților devine esențială pentru succesul unei organizații. A cunoaște ce îi motivează pe angajați este cheia menținerii lor încrezători și dedicați în mediul de lucru. Această premisă deschide perspectiva asupra teoriilor motivaționale, subiect de o importanță majoră în gestionarea resurselor umane.

Teoria motivațională explorează ceea ce împinge oamenii să lucreze către un scop comun, analizând procesul decizional și impactul asupra acțiunilor și comportamentului angajaților. Această teorie se concentrează pe doi factori esențiali: factorii intrinseci, determinați de dorința de a satisface nevoi umane, și factorii extrinseci, generați de stimulente externe precum recompensele financiare sau sancțiunile. Într-un cadru în care așteptările angajaților sunt neîndeplinite, teoria motivațională devine un instrument esențial pentru înțelegerea și optimizarea potențialului motivațional al echipei. Aceasta se dovedește a fi cheia în direcționarea resurselor umane către creșterea productivității și atingerea succesului organizațional.

## Teorii motivaționale la locul de muncă

Într-un mediu profesional în schimbare continuă, motivația angajaților devine un factor-cheie în obținerea succesului în organizații. Pentru a crea un mediu de lucru plăcut și productiv, folosirea unor teorii motivaționale este esențială. În această privință, vom explora cele patru teorii motivaționale cele mai frecvente, evidențiind modalitățile în care pot fi aplicate pentru a stimula entuziasmul și performanța angajaților în mediul de lucru.

### Teoria factorilor duali a lui Herzberg

Teoria lui Herzberg identifică două categorii de factori ce influențează percepția angajaților asupra muncii: factorii motivatori aduc satisfacție (cum ar fi recunoașterea și avansarea), iar factorii igienici generează insatisfacție (cum ar fi condițiile de muncă și relațiile interpersonale). Herzberg susține că satisfacția este determinată de factorii motivatori, în timp ce insatisfacția provine din cei igienici. Această teorie a devenit deosebit de importantă pentru manageri, deși a fost criticată pentru accentul pus pe satisfacție în detrimentul comportamentului în procesul muncii.

### Ierarhia nevoilor lui Maslow

Ierarhia nevoilor lui Maslow, dezvoltată de psihologul Abraham Maslow în 1943 în lucrarea sa "O Teorie a Motivației Umane", prezintă cinci niveluri-cheie ale nevoilor umane sub forma unei piramide:

- Nevoia de creștere și dezvoltare: Capacitatea unei persoane de a-și atinge întregul potențial
- Stimă: Recunoaștere, statut, respect de sine
- Dragoste și apartenență: Prietenii, familie, intimitate
- Nevoi de siguranță: Securitate personală, resurse, angajare, sănătate, proprietate
- Nevoi fiziologice: Aer, hrană, apă, adăpost, îmbrăcăminte, somn, reproducere

Oamenii obișnuiesc să își satisfacă mai întâi nevoile de bază, precum hrana, apa și adăpostul, acestea formând baza piramidei. Ulterior, urcă în ierarhie până la vârf.

Pentru un angajator, importantă este că nevoile de bază trebuie să fie îndeplinite înainte de orice altceva. Fiecare nivel este construit pe celălalt, așa că angajatorii ar trebui să se concentreze mai întâi pe îndeplinirea cerințelor de bază. Aceștia trebuie să se asigure că toată lumea este plătită corespunzător și beneficiază de condiții de lucru sigure și plăcute. Apoi, trebuie luate în considerare modalități de a face munca mai satisfăcătoare.

## Teoria Celor Trei Nevoi ale lui McClelland

Profesorul de la Harvard, David McClelland, a dedicat decenii cercetării motivației, identificând trei nevoi emoționale umane: realizare, afiliere și putere. Cu toate că o trăsătură este adesea predominantă, combinația și intensitatea acestor nevoi variază între indivizi.

**Nevoia de realizare:** Orientată către excelență și autodepășire, este tipică pentru cei motivați să câștige mult și să se evidențieze, precum antreprenorii.

**Nevoia de afiliere:** Motivează conexiunile sociale, dorința de integrare și valorificare a relațiilor, potrivită pentru cei care apreciază colaborarea și coeziunea.

**Nevoia de putere:** Condușă de dorința de a exercita influență, de a controla și a ocupa poziții de leadership, evidențiindu-se prin abilitatea de a motiva și delega responsabilități.

Această teorie, folosită în business, ajută la înțelegerea motivațiilor angajaților și la adaptarea strategiilor de management. Pentru a aplica teoria lui McClelland, solicitarea feedback-ului angajaților este esențială.

## Teoria motivațională a lui Taylor

Cunoscută și ca Managementul Științific, a fost formulată în 1909. Frederick Winslow Taylor susținea că optimizarea modului de lucru este mai eficientă decât a solicita muncă intensivă. Taylor propunea simplificarea sarcinilor și îmbunătățirea colaborării dintre muncitori și manageri pentru a crește productivitatea. Principiile sale includ:

1. Studiul practicilor de lucru pentru eficiență maximă.
2. Asocierea muncitorilor cu locurile de muncă în funcție de motivație și abilitate, oferindu-le instruire adecvată.
3. Monitorizarea regulată a performanței și supravegherea pentru utilizarea metodelor de lucru eficiente.

Pentru a aplica teoria lui Taylor, managerii trebuie să descompună proiectele în subtask-uri mai mici, să delege responsabilități și să ofere instruirea necesară angajaților. Monitorizarea și evaluarea regulată a performanței angajaților este de asemenea un aspect important.

## Studiu de Caz: Kellogg's Company

Kellogg's Company, lider mondial în producția de cereale pentru micul dejun, își desfășoară activitatea în 18 țări și comercializează produsele sale în peste 180 de țări. Cu o tradiție de peste 100 de ani în domeniul sănătății și nutriției, Kellogg's a devenit un nume de referință prin furnizarea unei game variate de produse alimentare.

Mentținerea motivației în rândul angajaților, indiferent de rolul acestora, este o provocare semnificativă. Cu toate acestea, Kellogg's a demonstrat abilitatea de a se menține în topul celor mai bune companii pentru care să lucrezi, conform clasamentului Best Companies to Work For în The Sunday Times.

Inițiative de motivare la Kellogg's:

**Programul Snap Crackle and Save:** Kellogg's a implementat un program inovator numit "Snap Crackle and Save," care include o platformă de sugestii destinată angajaților. Aceasta oferă un canal deschis pentru feedback și idei, facilitând participarea activă a angajaților în îmbunătățirea proceselor și a mediului de lucru.

**Ședințe săptămânale de grup:** Compania organizează întâlniri periodice de grup pentru a promova comunicarea, colaborarea și schimbul de idei între angajați. Aceste ședințe contribuie la consolidarea echipei și la creșterea moralului.

**Programul "Fit for Life":** Kellogg's pune accent pe sănătate și bunăstare prin programul "Fit for Life." Acest program încurajează angajații să adopte un stil de viață sănătos prin activități fizice, nutriție echilibrată și alte resurse de îngrijire personală.

**Salarii competitive și creativitate încurajată:** Angajaților li se oferă salarii competitive, iar creativitatea este încurajată. Aceasta se reflectă în atmosfera deschisă la inovație și în abordarea colaborativă a problemelor.

**Zonă de așteptare deschisă cu bar de cafea:** Compania a creat o zonă de așteptare deschisă, echipată cu un bar de cafea. Această inițiativă oferă un spațiu relaxant și prietenos, promovând interacțiunea informală între angajați.

## Concluzie

Teoriile motivaționale sunt esențiale pentru a îmbunătăți implicarea angajaților la locul de muncă. De la teoria duală a lui Herzberg la ierarhia nevoilor lui Maslow, precum și teoriile lui McClelland, Taylor și Mayo, fiecare aduce contribuții valoroase în conturarea unei strategii motivaționale la locul de muncă. Studiul de caz al companiei Kellogg's evidențiază practici concrete și inovatoare de motivare, subliniind impactul pozitiv al abordărilor personalizate în creșterea productivității și a satisfacției angajaților. Adaptarea și aplicarea acestor teorii în cadrul organizațiilor reprezintă un pas esențial pentru atingerea succesului într-un mediu profesional dinamic și competitiv.

## Bibliografie

Tăucean I., Giuca O. - Curs Management si Marketing 2023-2024, Seminar Management și Marketing 2023-2024

<https://www.seenit.io/blog/top-5-motivation-theories-to-use-in-the-workplace/>

<https://leaders.ro/resurse/teoria-factorilor-duali-a-lui-herzberg/>

<https://doads.ro/piramida-maslow/>

<https://www.slideshare.net/TanishaPatnaik/motivation-theories-and-case-study>