

Мотивация россиян к работе

Отчет сформирован на основе данных онлайн-тестирования 11 268 россиян.

Метод исследования:

Онлайн-тест Proaction.pro «Мотивация к работе».

HR-специалисты российских компаний из разных регионов отправляли ссылку на тест кандидату на вакантную должность или сотруднику.

Тест нужно было пройти в системе Proaction онлайн со своего компьютера или мобильного устройства.

За период с октября по декабрь 2018 года получилось 11 268 корректно заполненных тестов.

Данные были выгружены из системы в обезличенном виде и преобразованы в таблицы и гистограммы.

Описание теста и мотивов, которые он помогает выявить, – в разделе Тест «Мотивация к работе».

Оглавление

Возраст и мотивация	2
Параметры выборки	2
Возраст и мотивация: интересные детали	3
Возраст. Мотив важен	5
Возраст. Мотив неважен	6
Возраст. Мотив учитывается	7
Возраст. Наличие негативного опыта	8
Профессия и мотивация	8
Параметры выборки	9
Профессия и мотивация: интересные детали	10
Профессия и мотивация	12
Профессия. Наличие негативного опыта	15
Пол и мотивация	16
Параметры выборки	16
Пол и мотивация: интересные детали	19
Пол и мотивация	21
Руководители. Пол и мотивация	22
Менеджеры по продажам. Пол и мотивация	23
Пол и негативный опыт	24
Руководители. Пол и негативный опыт	25
Менеджеры по продажам. Пол и негативный опыт	26
Тест «Мотивация к работе»	27
Краткое описание теста	27
Описание мотивов	28

Возраст и мотивация

Параметры выборки

Состав выборки по возрасту получился следующим:

Возраст, лет	Итого, человек	% от всей выборки
18-20	198	1,8%
21-25	1 565	13,9%
26-30	2 281	20,2%
31-35	2 212	19,6%
36-40	1 364	12,1%
41-45	831	7,4%
46-50	423	3,8%
51-55	144	1,3%
56-60	39	0,3%
61-65	10	0,1%
не указали возраст	2 201	19,5%
Итого	11 268	100,0%

Обратите внимание: в группах 56-60 и 61-65 лет меньше 50 тестируемых.
Делать выводы на основании анализа настолько малых выборок нельзя.

Возраст и мотивация: интересные детали

Первое.

Данные опровергают распространенное мнение, что «после сорока лет большинство старается просто досидеть до пенсии».

Группа с 31 до 50 лет выглядит весьма интересной с точки зрения работодателя:

- В группе с 31 до 50 лет самая высокая доля людей с выраженным Профессиональным мотивом. Такие сотрудники заинтересованы в профессиональном росте, нацелены на решение сложных задач и достижения.
- В этой же группе самая низкая доля людей, у которых мотив Признания или Социальный мотив являются определяющими. Их отношение к работе и эффективность не будет напрямую зависеть от того, нравится ли им коллектив и похвалил ли их лишний раз на собрании начальник. В определенном смысле это признак профессиональной зрелости и самодостаточности.
- Лишь после 50 лет начинается снижение доли людей, готовых прилагать дополнительные усилия и идти на риски ради более высокого заработка (мотив Бонусов).
- Доля людей с выраженным Гедонистическим мотивом снижается с увеличением возраста, что соответствует «Теории поколений XYZ». Сотрудники 31-50 лет реже придают значение гедонистическим характеристикам работы («работа рядом с домом», «комфортность рабочего места», «гибкое начало рабочего дня», «отсутствие утомительных задач»), чем более молодое поколение.

С точки зрения мотивации к работе люди 51-55 лет почти не отличаются от 26-30-летних, а с точки зрения Гедонистического мотива выглядят более выигрышно.

Данных о мотивации с 56 до 65 лет – увы – недостаточно из-за малых объемов выборок.

Второе.

Гистограмма «Гедонистический мотив» – яркая иллюстрация «Теории поколений XYZ».

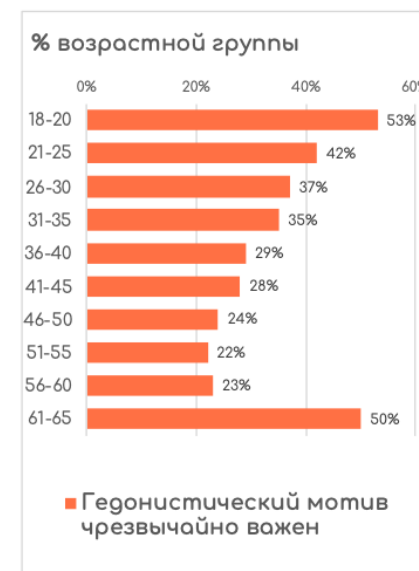
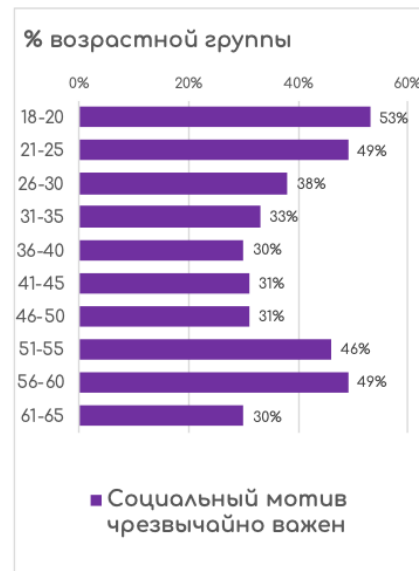
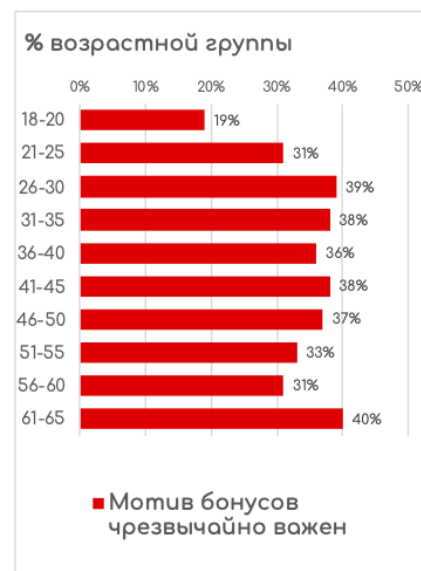
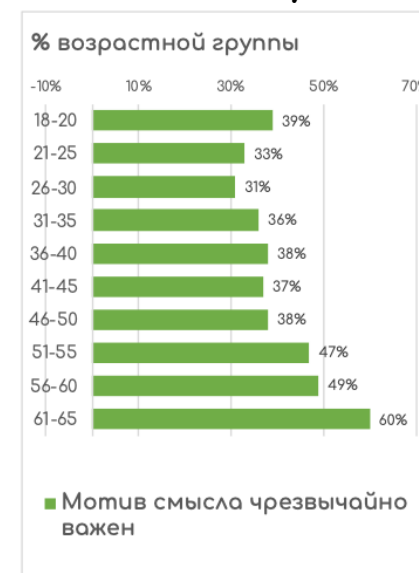
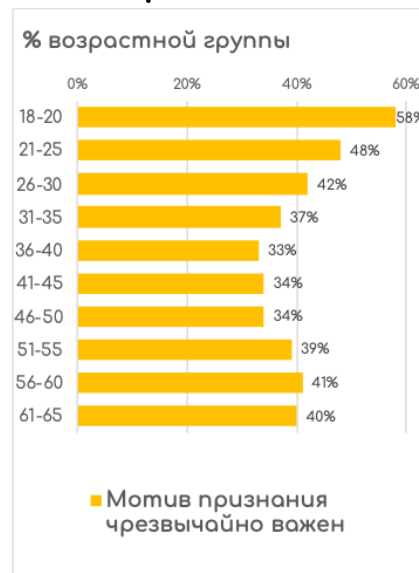
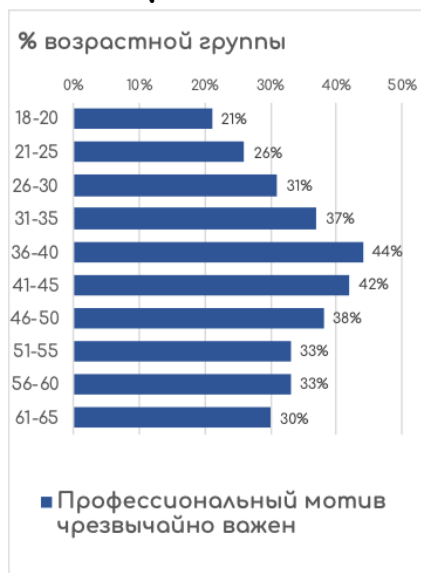
Тренд очевиден: чем моложе люди, тем выше процент тех, кто считает, что «работа не должна напрягать и утомлять», и ставит комфортные условия в приоритет при выборе работы.

Третье.

Восемнадцати-двадцатилетние лишь знакомятся с рынком труда, находятся в процессе самоопределения. У них минимальные профессиональные и финансовые «требования» к месту работы. Им чаще, чем старшим, нужны признание, похвала и хорошие отношения в коллективе.

- В возрасте с 18 до 20 лет самая низкая доля людей, для которых приоритетен Профессиональный мотив или мотив Бонусов, и самая низкая доля людей с Негативным опытом.
- Зато в этом возрасте наиболее часто придают высокое значение мотиву Признания, Социальному и Гедонистическому мотивам.

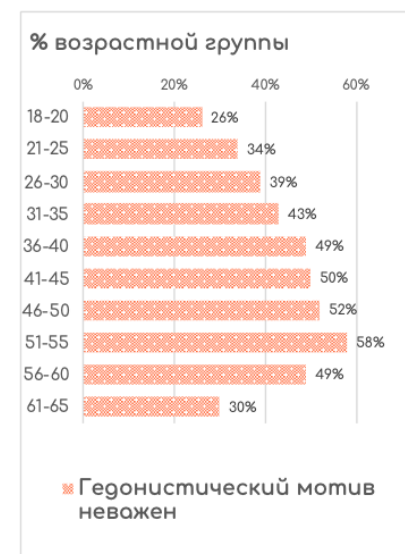
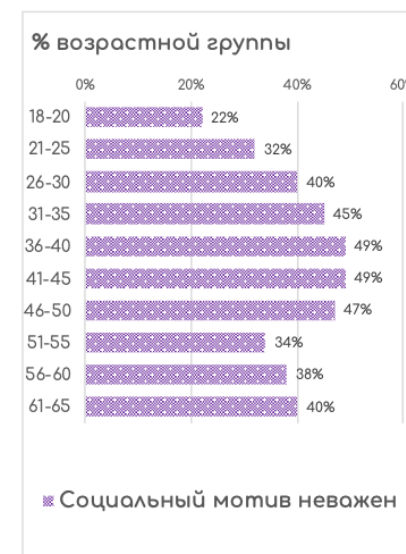
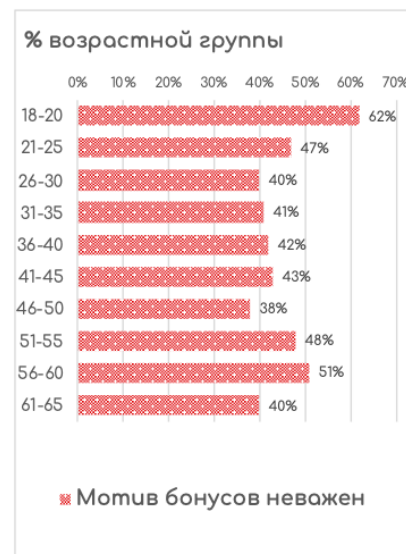
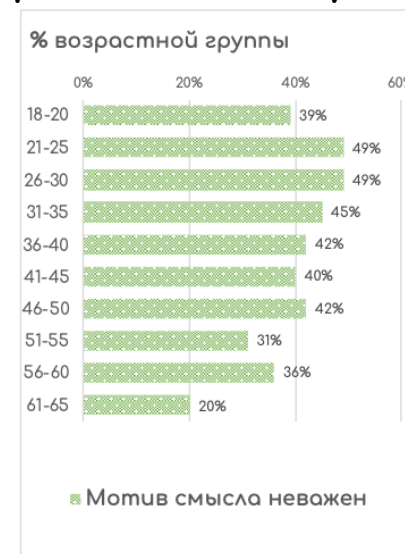
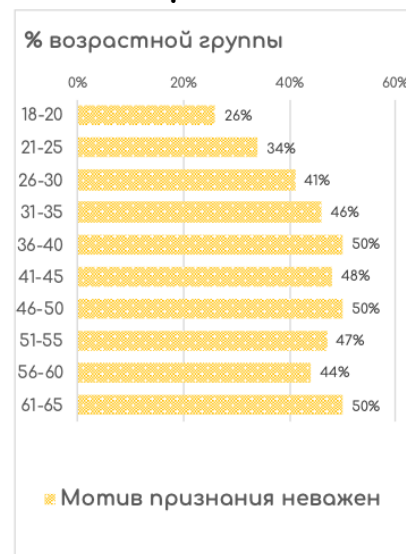
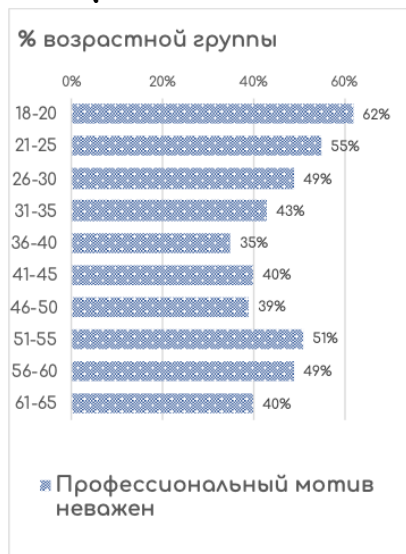
Возраст. Мотив важен (влияет на принятие решений и эффективность)



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов в возрастной группе.

Например, на гистограмме Профессиональный мотив 21% вверху означает, что для 21% респондентов в возрасте 18-20 лет чрезвычайно важен Профессиональный мотив

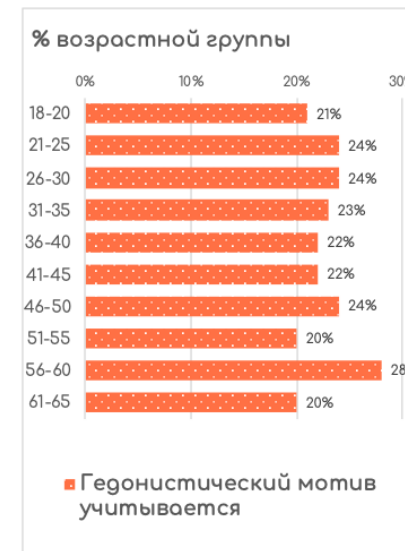
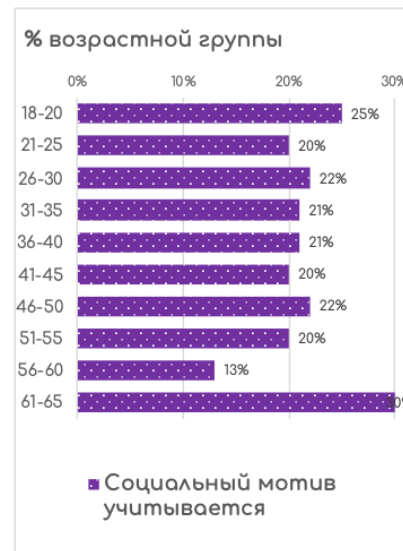
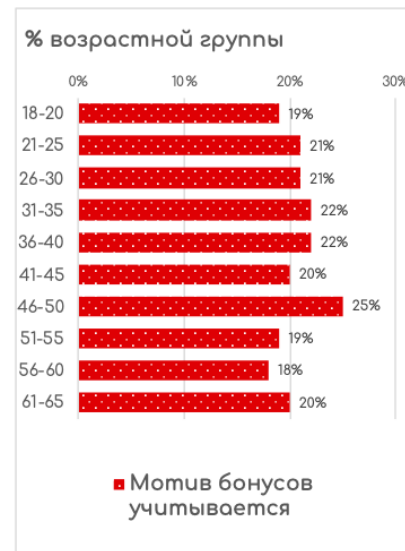
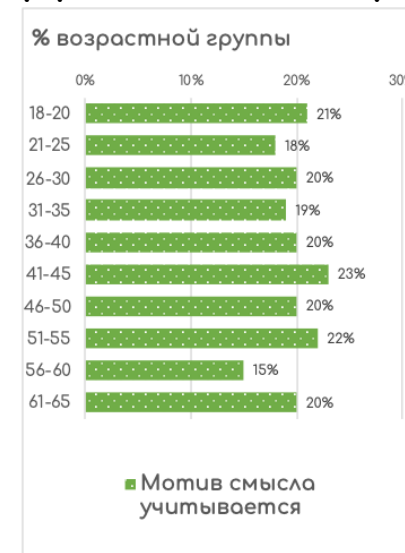
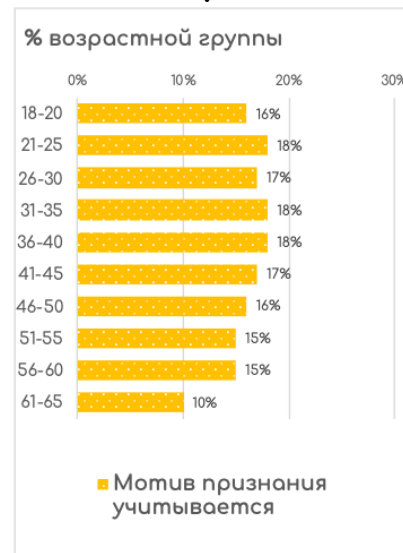
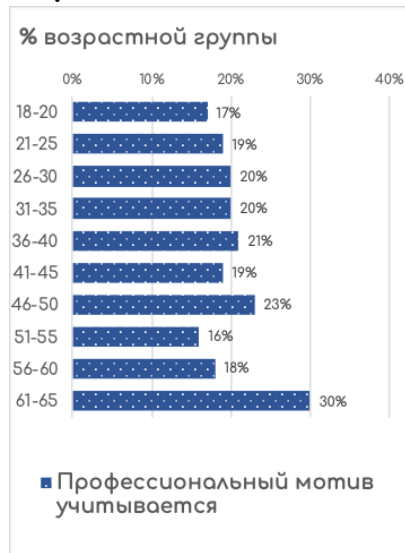
Возраст. Мотив неважен (не влияет на принятие решений и эффективность)



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов в возрастной группе.

Например, на гистограмме Профессиональный мотив 62% вверху означает, что для 62% респондентов в возрасте 18-20 лет Профессиональный мотив неважен

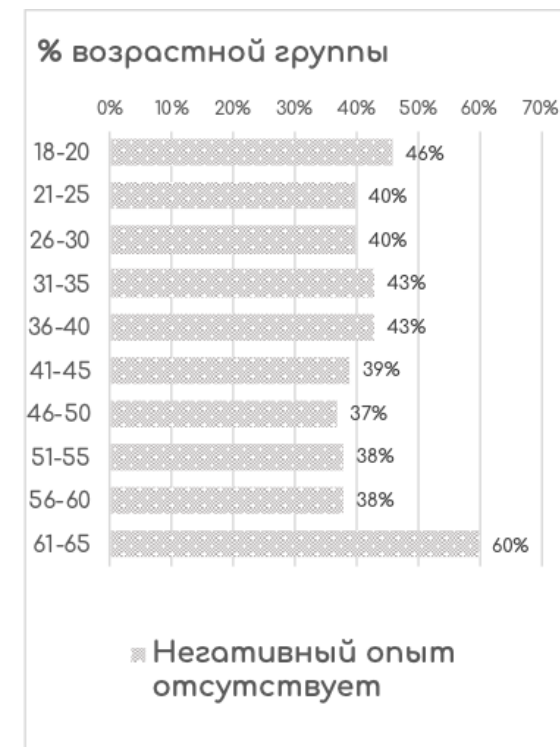
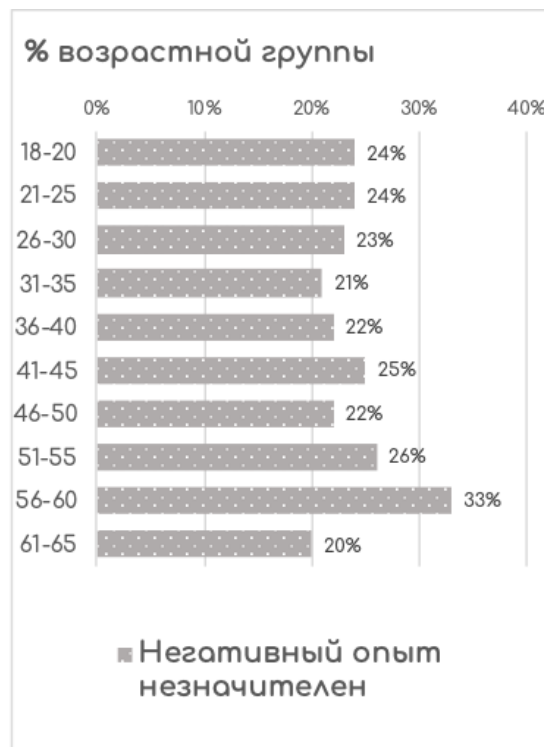
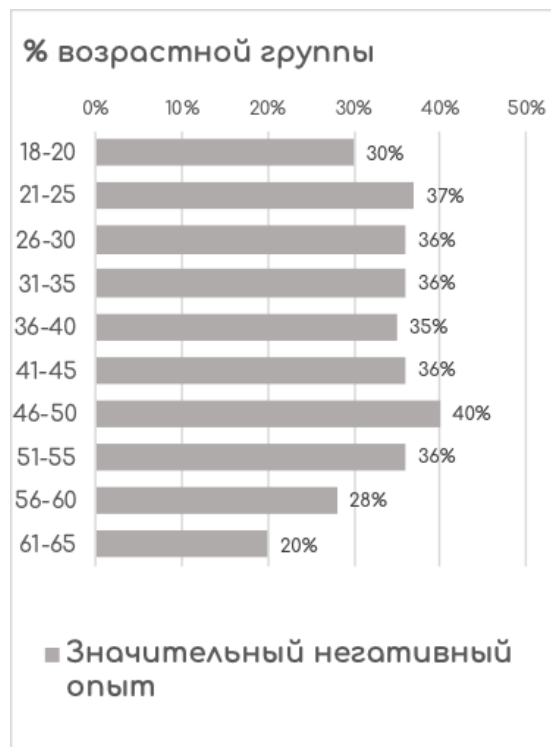
Возраст. Мотив учитывается (слабо влияет на принятие решений и эффективность)



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов в возрастной группе.

Например, на гистограмме Профессиональный мотив 17% вверху означает, что 17% респондентов в возрасте 18-20 лет учитывают Профессиональный мотив, но как второстепенный

Возраст. Наличие негативного опыта



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов в возрастной группе.

Например, на гистограмме Значительный негативный опыт 30% вверху означает, что у 30% респондентов в возрасте 18-20 лет есть Негативный опыт с предыдущим работодателем

Профессия и мотивация

Параметры выборки

Состав выборки по профессиям и должностям получился следующим:

Должность	Итого, человек	% от всей выборки
Руководитель	1 778	16%
Главный бухгалтер	130	1%
Бухгалтер	379	3%
Руководитель отдела продаж	488	4%
Менеджер по продажам	2 270	20%
Менеджер по сопровождению клиентов	253	2%
Рекрутер, менеджер по подбору персонала	293	3%
Секретарь, делопроизводитель	378	3%
Операционист-кассир в банке	299	3%
Системный администратор	95	1%
Фотограф	107	1%
Линейный персонал	436	4%
Прочие должности	817	7%
Не указали должность	3 545	31%
Итого	11 268	100%

Должность здесь определена по названию отправленных наборов тестов в системе (готовые наборы и наборы, созданные HR-специалистами, отправлявшими тесты).

В группы «Прочие должности» и «Не указали должность» попали тесты без названия или должности с малыми объемами выборок.

Этим объясняется отсутствие в списке, например, юристов, логистов, маркетологов, программистов.

Профессия и мотивация: интересные детали

Первое.

Руководители, руководители отделов продаж, главбухи и рекрутеры чаще респондентов других профессий и должностей ориентированы на профессиональные достижения и решение сложных задач. В этих группах оказались максимальные доли людей с выраженным Профессиональным мотивом.

Реже всего Профессиональный мотив проявляется у банковских операционистов-кассиров.

Второе.

Линейный персонал лидирует по распространенности мотива Признания – когда человек испытывает острую необходимость во внешних нематериальных поощрениях, в признании заслуг руководством и коллегами, в похвале.

Меньше всего от внешних оценок зависят главные бухгалтеры: для них реже прочих должностей важен мотив Признания.

Третье.

Среди руководителей (кроме руководителей продаж и главбухов) наибольшая доля людей, для которых важен мотив Смысла: им чаще других важно, чем занимается организация-работодатель, несет ли её деятельность пользу обществу.

Реже всего мотив Смысла встречается среди банковских операционистов, системных администраторов и главных бухгалтеров.

Четвертое.

Мотив Бонусов наиболее популярен среди менеджеров по продажам и банковских операционистов.

Если сотруднику очень важен Мотив Бонусов, возможно два объяснения:

- Сотруднику настолько важно иметь возможность зарабатывать много, что он готов прикладывать для этого значительные усилия, терпеть неудобства, идти на риск нестабильного заработка – например, получать очень высокие премиальные, но только если достигнет результата.
- Сотрудник стимулируется только деньгами и не будет делать ничего сверх инструкции, если это не будет дополнительно оплачено.

Реже всего мотив Бонусов проявляется среди рекрутеров, секретарей и руководителей. Это может говорить об определенной «бескорыстности»: готовности действовать не только ради денег. Но также возможно, что относительно мало руководителей готовы делить финансовые риски с работодателем, привязывая свое вознаграждение к результату.

Пятое.

Наиболее часто Социальный мотив важен секретарям, бухгалтерам, банковским операционистам: хороший коллектив, хорошие отношения с коллегами.

Больше всего равнодушных к Социальному мотиву среди фотографов, главных бухгалтеров, руководителей отделов продаж и менеджеров по продажам.

Шестое.

Наибольший процент сотрудников, для которых важен Гедонистический мотив, – среди фотографов и банковских операционистов. Важными факторами, влияющими на выбор места работы и отношение к этому месту, могут быть различные удобства: удобный график, близость к дому, комфорт на рабочем месте, получение удовольствия от своей работы.

Наибольший процент сотрудников, для которых Гедонистический мотив не имеет значения, – руководители отдела продаж и просто руководители. А вот среди главбухов относительно много «гедонистов».

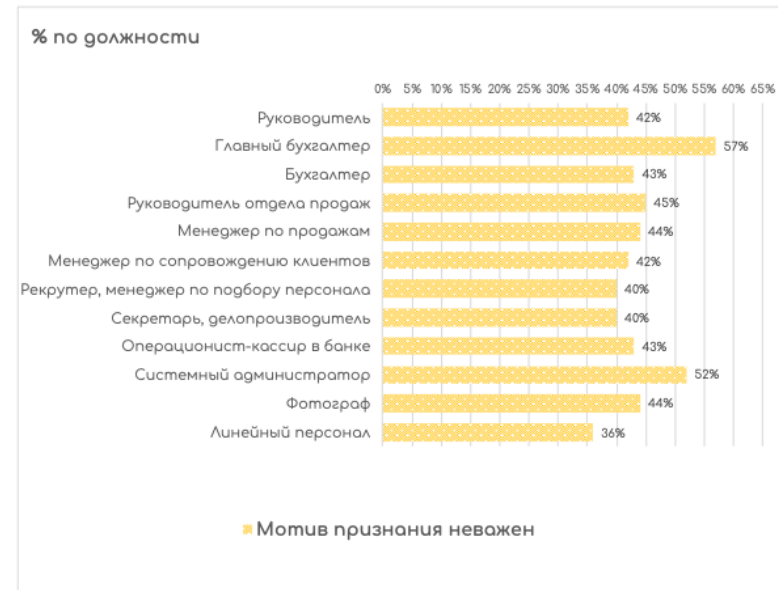
Седьмое.

Самые высокие доли носителей негативного опыта – среди секретарей, бухгалтеров, главных бухгалтеров.

Кандидатов на эти позиции чаще других разочаровывали работодатели: нарушали ТК, не выплачивали оговоренный бонус, не исполняли иные договоренности. Для таких специалистов важна прозрачность процессов компании и ее надежность.

Самый низкий процент негативного опыта – среди руководителей и фотографов.

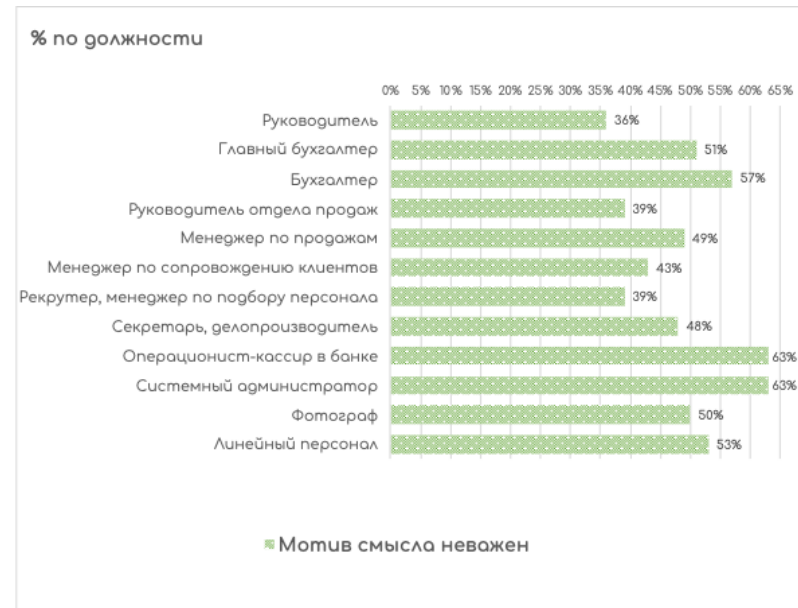
Профессия и мотивация



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов определенной профессии или должности.

Например, на гистограмме Профессиональный мотив чрезвычайно важен 54% вверху означает, что для 54% руководителей чрезвычайно важен Профессиональный мотив

Профессия и мотивация



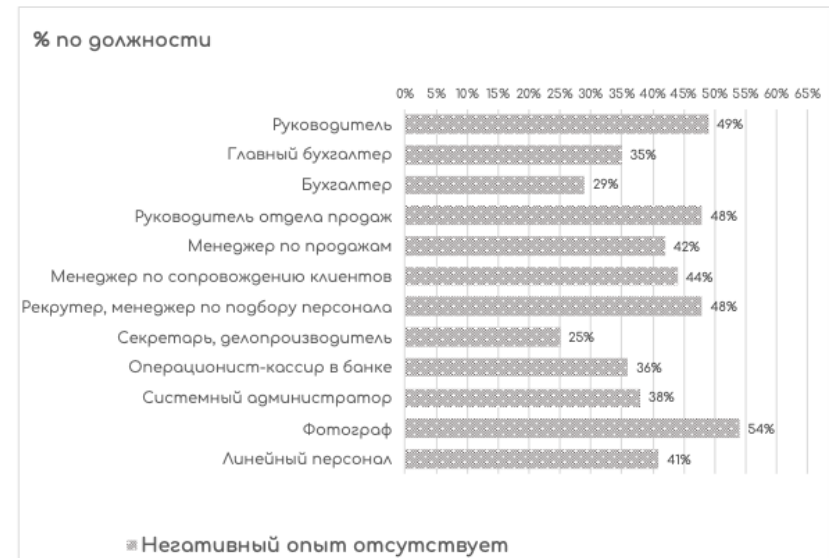
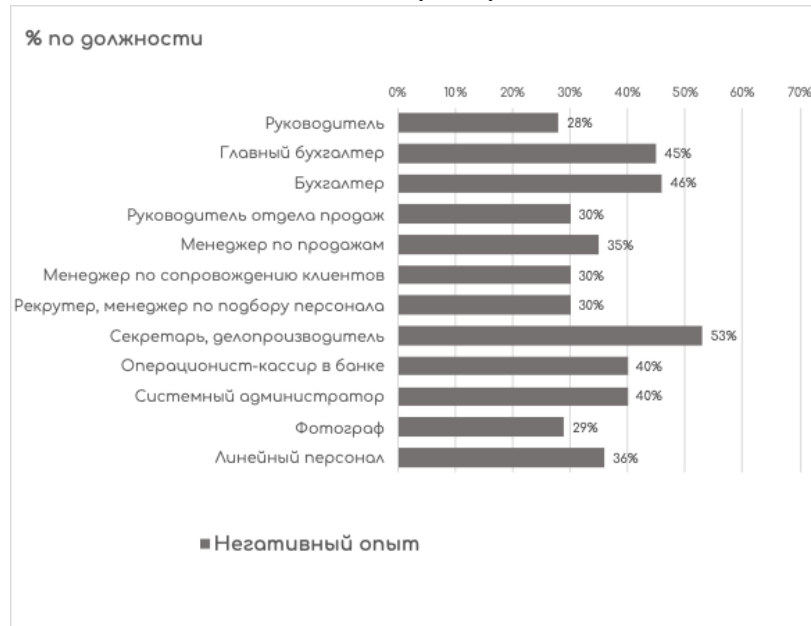
На гистограммах указаны проценты от количества респондентов определенной профессии или должности.
Например, на гистограмме Мотив смысла чрезвычайно важен 43% сверху означает, что для 43% руководителей чрезвычайно важен мотив Смысла

Профессия и мотивация



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов определенной профессии или должности.
Например, на гистограмме Социальный мотив чрезвычайно важен 31% вверху означает, что для 31% руководителей чрезвычайно важен Социальный мотив

Профессия. Наличие негативного опыта



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов определенной профессии или должности.

Например, на гистограмме Негативный опыт 28% сверху означает, что у 28% руководителей есть Негативный опыт с предыдущим работодателем

Пол и мотивация

Параметры выборки

Состав выборки по полу получился следующим:

Пол	Итого, человек	% от всей выборки
Женщины	4 612	41%
Мужчины	3 783	34%
Не указали пол	2 873	25%
Итого	11 268	100%

Дополнительно проанализировали соотношение пола и должностей респондентов по количеству:

Должность	Женщины , человек	Мужчины , человек	Не указали пол, человек	Итого, человек	% от всей выборки
Руководитель	414	829	535	1 778	16%
Главный бухгалтер	102	8	20	130	1%
Бухгалтер	321	22	36	379	3%
Руководитель отдела продаж	130	305	53	488	4%
Менеджер по продажам	753	1 151	366	2 270	20%
Менеджер по сопровождению клиентов	191	62		253	2%
Рекрутер, менеджер по подбору персонала	223	23	47	293	3%
Секретарь, делопроизводитель	345	4	29	378	3%
Операционист-кассир в банке	3		296	299	3%
Системный администратор	2	93		95	1%
Фотограф	61	46		107	1%
Линейный персонал	135	114	187	436	4%
Прочие должности	387	280	150	817	7%
Не указали должность	1 545	846	1 154	3 545	31%
Итого	4 612	3 783	2 873	11 268	100%

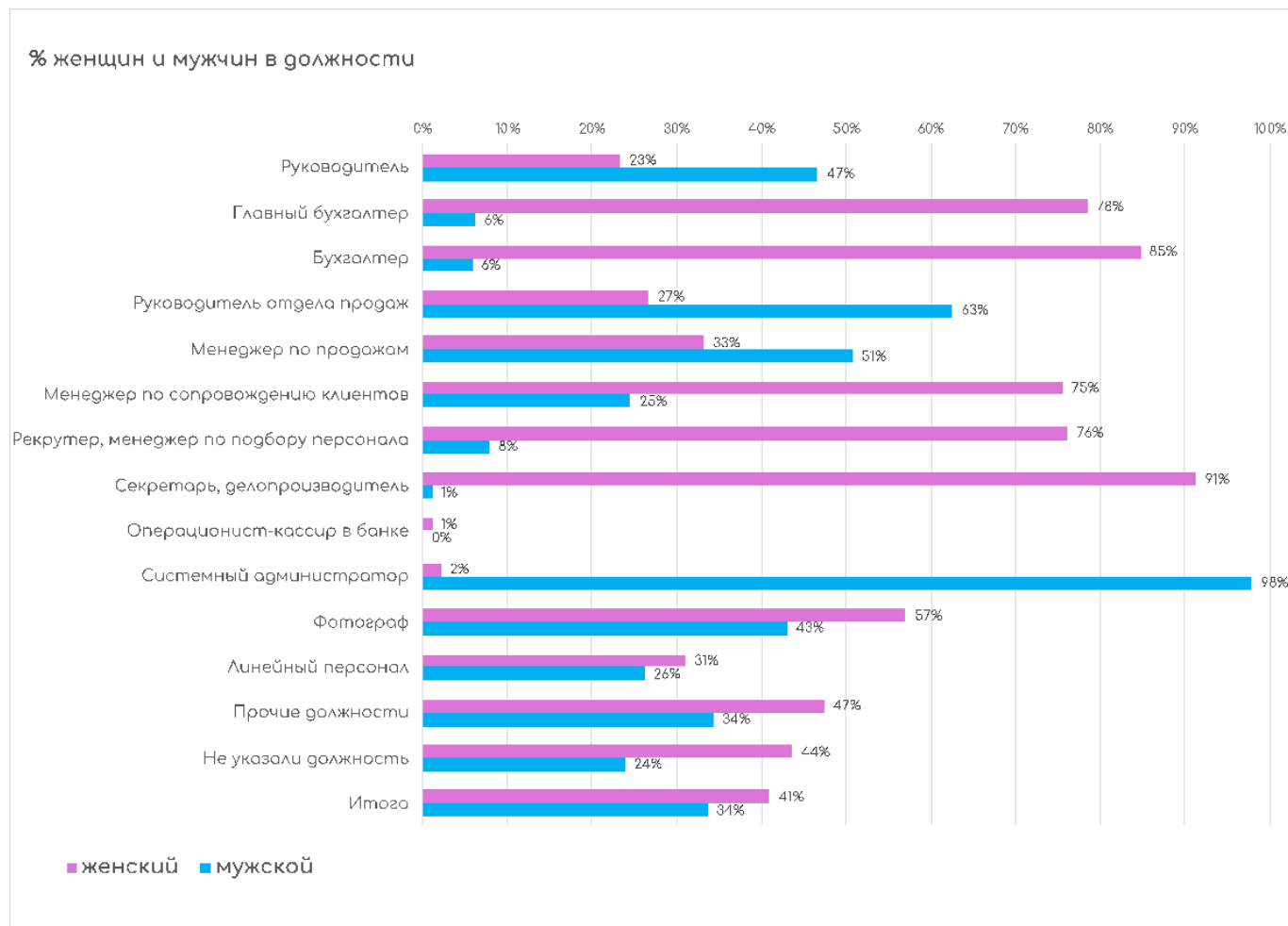
Процентное соотношение пола и должностей респондентов:

Должность	Женщины	Мужчины	Не указали пол	Итого, % от должности
Руководитель	23%	47%	30%	100%
Главный бухгалтер	78%	6%	15%	100%
Бухгалтер	85%	6%	9%	100%
Руководитель отдела продаж	27%	63%	11%	100%
Менеджер по продажам	33%	51%	16%	100%
Менеджер по сопровождению клиентов	75%	25%	0%	100%
Рекрутер, менеджер по подбору персонала	76%	8%	16%	100%
Секретарь, делопроизводитель	91%	1%	8%	100%
Операционист-кассир в банке	1%	0%	99%	100%
Системный администратор	2%	98%	0%	100%
Фотограф	57%	43%	0%	100%
Линейный персонал	31%	26%	43%	100%
Прочие должности	47%	34%	18%	100%
Не указали должность	44%	24%	33%	100%
Итого	41%	34%	25%	100%

В таблице приведены проценты по строке.

Например, 23% на пересечении строки Руководитель и столбца Женщины означает, что 23% респондентов с должностью Руководитель – женщины

Из-за округлений сумма процентов может быть не равна 100% (составить 99% или 101%)



На гистограмме указан процент женщин/ мужчин от количества респондентов конкретной профессии/должности. Например, для должности «Руководитель» 23% женщин означает, что женщины составили 23% респондентов с должностью «Руководитель». Мужчины + женщины в сумме дают меньше 100%, т.к. часть респондентов не указали пол.

Пол и мотивация: интересные детали

Первое.

В мотивации мужчин и женщин наблюдаются различия. Правда, это справедливо не для всех профессий и должностей, как будет показано далее.

На принятие решения о выборе работодателя, на принятие решения сменить работу, на желание или нежелание работать лучше у женщин чаще влияют одни факторы, а у мужчин – другие:

- Например, гистограммы показывают, что женщинам гораздо чаще, чем мужчинам, важны Гедонистический и Социальный мотивы.
Значит, среди факторов, влияющих на выбор работодателя и эффективность, у женщин чаще встречаются, например, «отсутствие переработок», «хорошо оборудованное, комфортное рабочее место», «хороший коллектив», «отсутствие склок и разногласий на работе».
И у женщин несколько чаще проявляется Негативный опыт.
- Мужчинам же, напротив, гораздо чаще важны Профессиональный мотив и мотив Бонусов.
Значит, мужчинам чаще, чем женщинам, важно решать сложные задачи, иметь возможность профессионально расти, иметь возможность заработать больше денег, приложив дополнительные усилия, и для большей доли мужчин материальные стимулы являются определяющими.

Второе.

Хорошо заметные различия в мотивации мужчин и женщин частично объясняются высокой долей «женских» офисных профессий линейного уровня (например, секретарь, бухгалтер) в выборке:

- 30% от всех респондентов-мужчин, 1142 из 3783 мужчин, – руководители, руководители отделов продаж, главные бухгалтеры.
- Только 14% от всех респондентов-женщин, 646 из 4612 женщин, – руководители, руководители отделов продаж, главные бухгалтеры.

- Зато 19% от всех респондентов-женщин, 889 из 4612 женщин, – секретари, бухгалтеры, рекрутеры. Это линейные офисные должности, мотивы которых существенно отличаются от мотивов более «активных» должностей и профессий – руководителей, менеджеров по продажам (смотрите раздел «Профессии и Мотивация»).

Третье.

Менеджеры по продажам мужского и женского пола отличаются только по Гедонистическому мотиву.

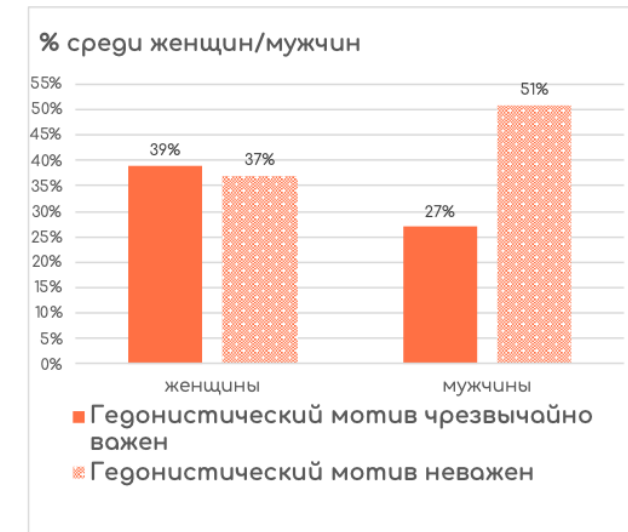
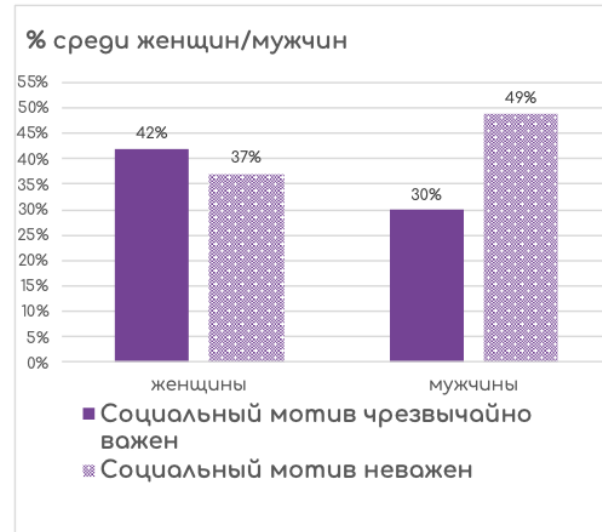
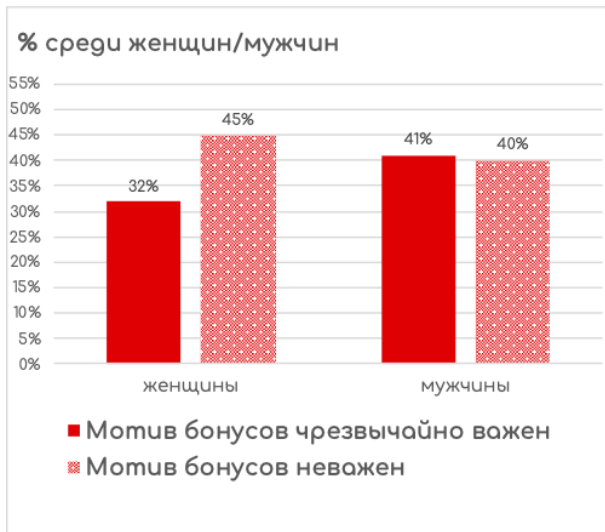
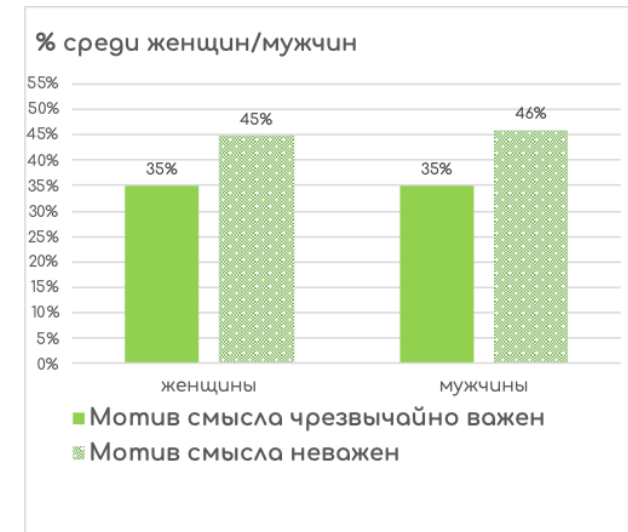
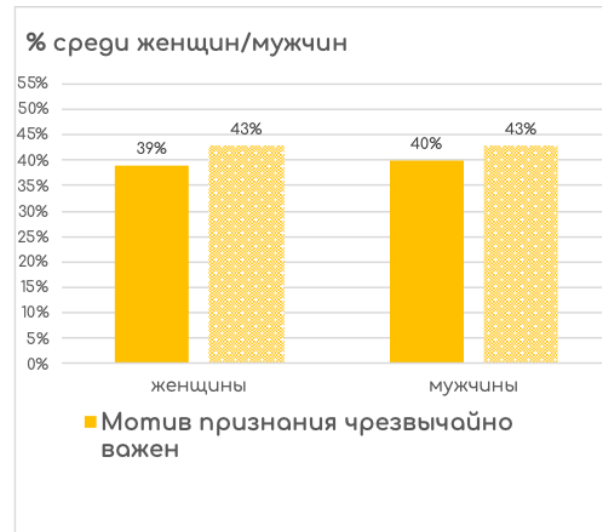
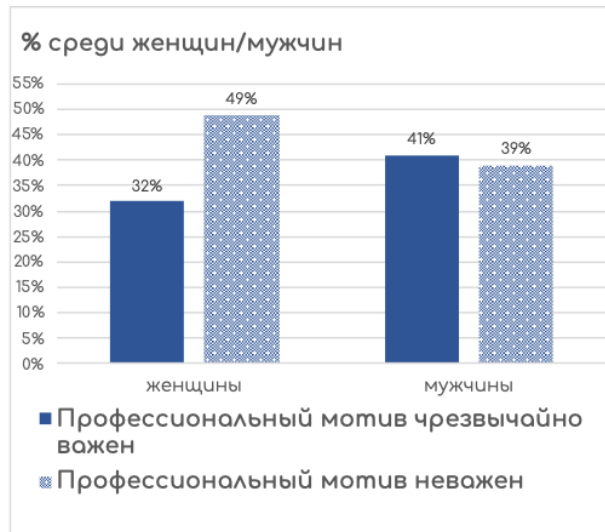
- Среди женщин, занимающихся продажами, «гедонисты» встречаются чаще, чем среди мужчин той же профессии.
Значит, женщины – менеджеры по продажам чаще мужчин-«продажников» принимают во внимание возможность сохранять баланс «жизнь-работа», удобный график, удобное месторасположение офиса, удобное рабочее место.

Четвертое.

Если рассмотреть только руководителей (руководитель, руководитель отдела продаж, главный бухгалтер), то Профессиональный мотив и мотив Бонусов всё равно больше распространены среди мужчин, а Гедонистический и Социальный мотивы – среди женщин:

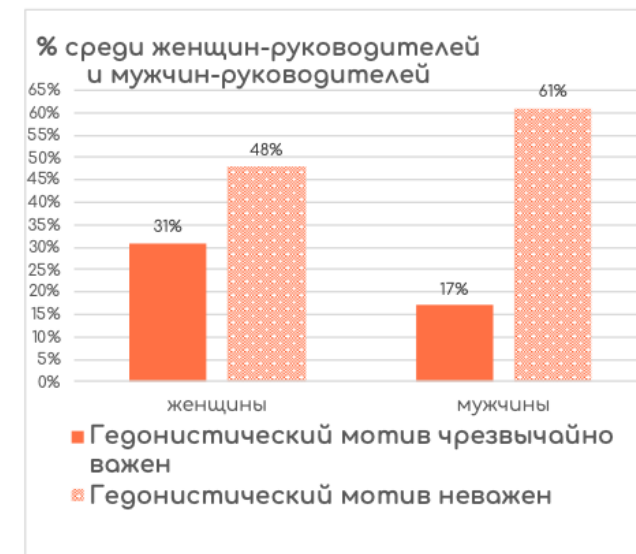
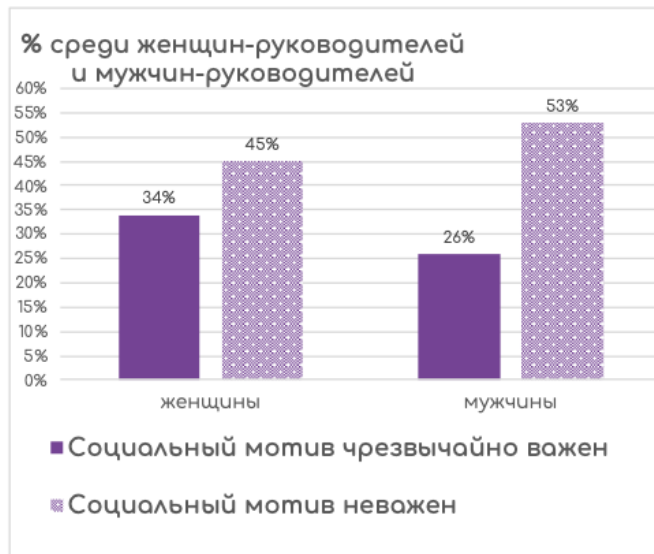
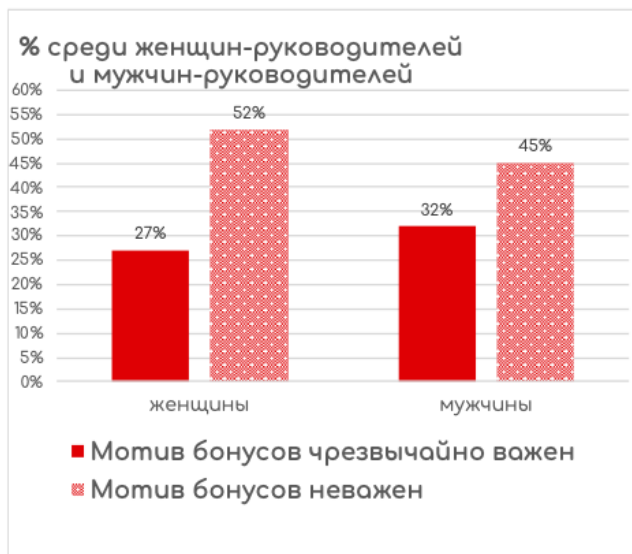
- Среди руководящих мужчин выше доля тех, кто считает приоритетным профессиональное развитие, решение интересных задач, возможность высокого заработка, чем среди руководящих женщин.
- Среди женщин-руководителей выше процент тех, кому важен баланс «жизнь-работа», разного рода комфорт на работе, хорошие отношения в коллективе, отсутствие интриг, чем среди мужчин-руководителей.

Пол и мотивация



На гистограммах указаны проценты от количества респондентов-женщин и проценты от количества респондентов-мужчин. Например, на гистограмме Профессиональный мотив 32% означает, что для 32% женщин-респондентов чрезвычайно важен Профессиональный мотив. Сумма процентов меньше 100%, поскольку на гистограммах не указаны доли респондентов, которые учитывают мотив, но как второстепенный

Руководители. Пол и мотивация



На гистограммах приведены сводные данные по всем руководящим должностям в выборке: "Руководитель"+"Руководитель отдела продаж"+"Главный бухгалтер".

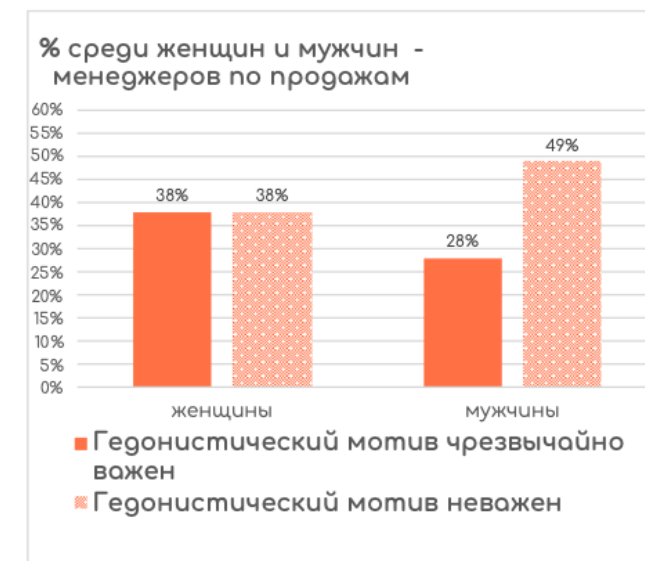
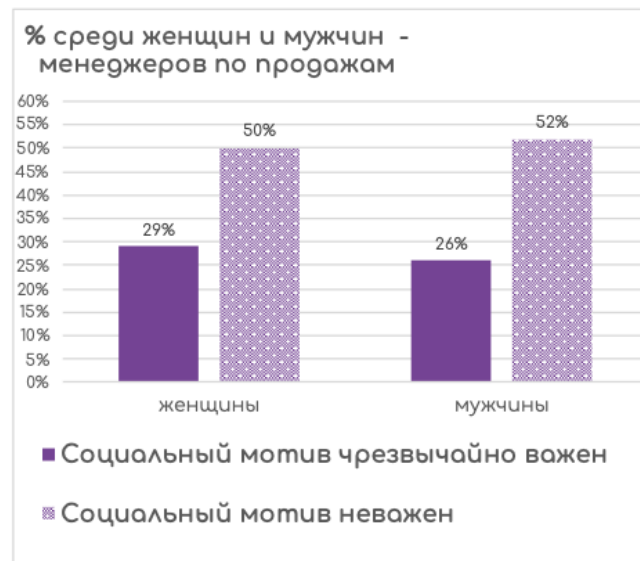
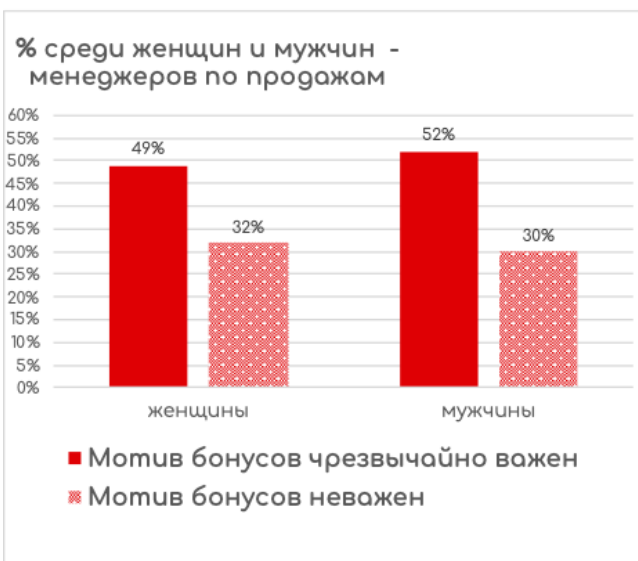
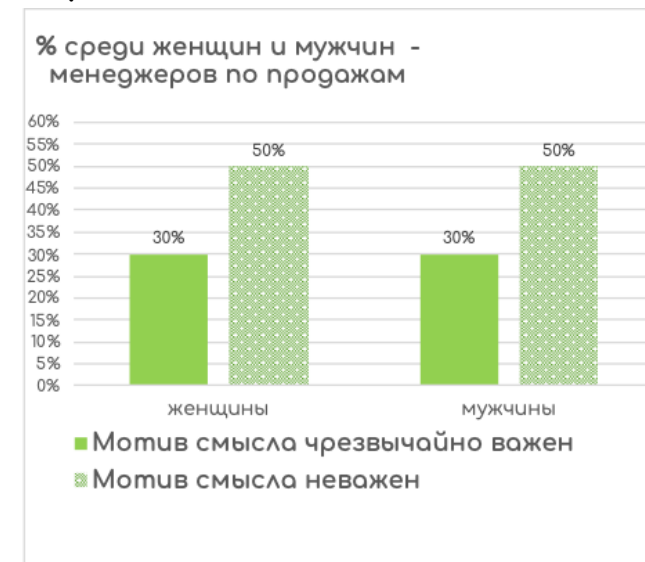
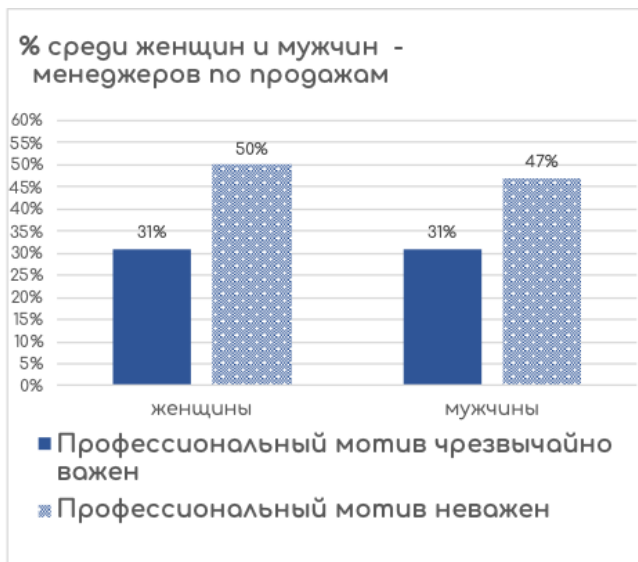
Т.е. под "руководитель" понимаются все виды руководящих должностей, имеющиеся в выборке.

Указаны проценты от количества руководителей-женщин и проценты от количества руководителей-мужчин.

Например, на гистограмме Профессиональный мотив 49% означает, что для 49% женщин-руководителей чрезвычайно важен Профессиональный мотив

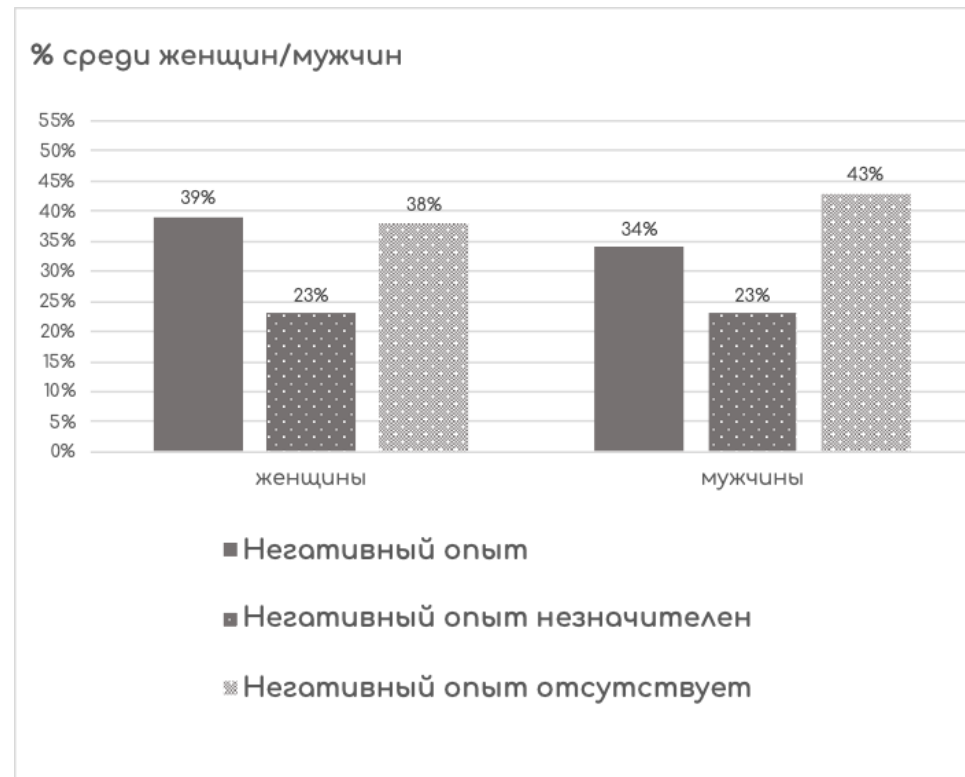
Сумма процентов меньше 100%, поскольку на гистограммах не указаны доли респондентов, которые учитывают мотив, но как второстепенный

Менеджеры по продажам. Пол и мотивация



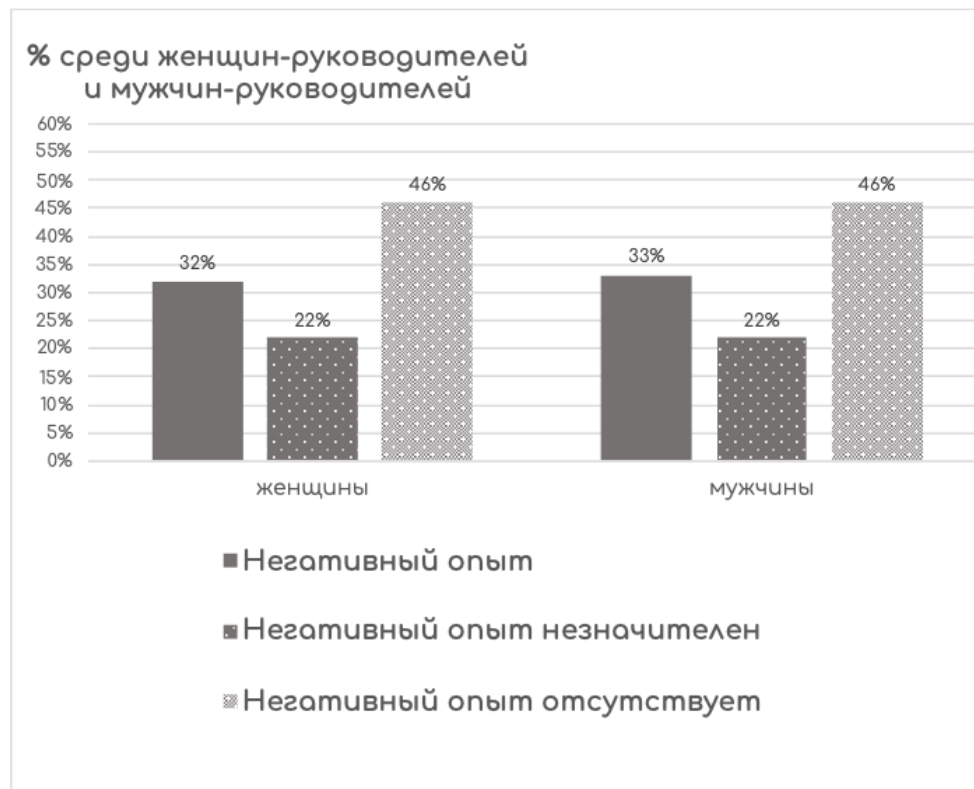
На гистограммах указаны проценты от количества менеджеров по продажам - женщин и проценты от количества менеджеров по продажам - мужчин. Например, на гистограмме мотив Бонусов 49% означает, что для 49% женщин - менеджеров по продажам чрезвычайно важен мотив Бонусов. Сумма процентов меньше 100%, поскольку на гистограммах не указаны доли респондентов, которые учитывают мотив, но как второстепенный

Пол и негативный опыт



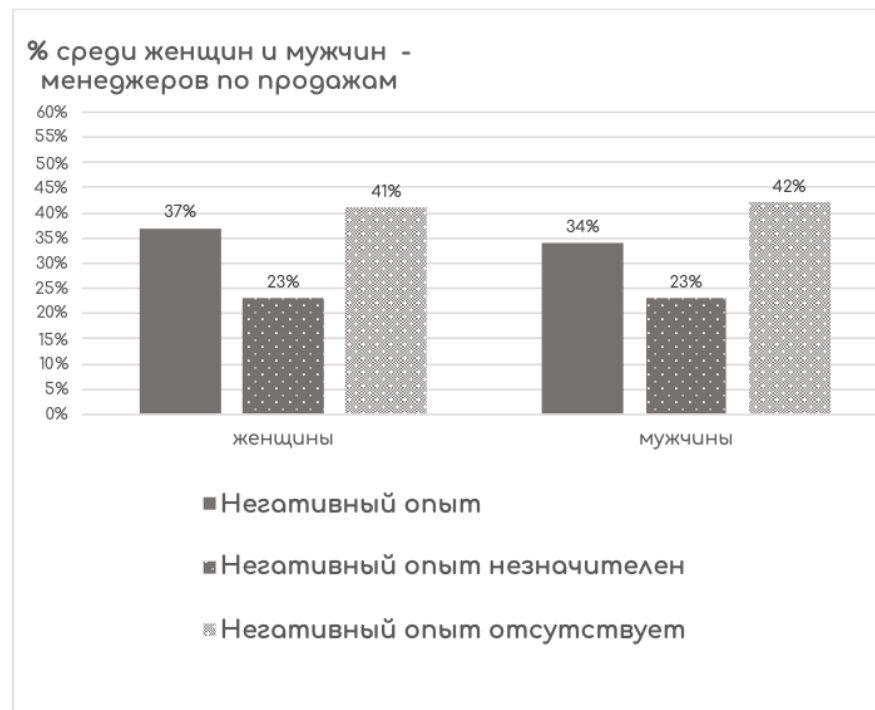
На гистограмме указаны проценты от количества респондентов-женщин и проценты от количества респондентов-мужчин. Например, 39% слева означает, что у 39% женщин-респондентов проявился Негативный опыт

Руководители. Пол и негативный опыт



На гистограмме указаны проценты от количества руководителей-женщин и проценты от количества руководителей-мужчин. Например, 32% слева означает, что у 32% женщин-руководителей проявился Негативный опыт

Менеджеры по продажам. Пол и негативный опыт



На гистограмме указаны проценты от количества менеджеров по продажам - женщин и проценты от количества менеджеров по продажам - мужчин. Например, 37% слева означает, что у 37% женщин - менеджеров по продажам проявился Негативный опыт

Тест «Мотивация к работе»

Краткое описание теста

Тест «Мотивация к работе» – разработка специалистов Proaction.pro.

Это 15 вопросов, выясняющих:

- что мотивирует или демотивирует человека на работе,
- что влияет на решение о выборе работодателя или на решение об уходе.

При ответе на каждый вопрос тестируемый распределяет 10 баллов между проявлениями 6 мотивов и 1 фактора:

- Профессиональный мотив.
- Мотив признания.
- Мотив смысла.
- Мотив бонусов.
- Социальный мотив.
- Гедонистический мотив.
- Негативный опыт.

Результат теста – степень значимости каждого из 7 мотивов для тестируемого.

Имеется три градации значимости:

- Доминирующий мотив (в данном отчете упоминается как «Чрезвычайно важный»).
- Второстепенный мотив (в отчете – «Учитывается»).
- Нехарактерный для кандидата/сотрудника мотив (в отчете – «Неважен»).

Описание мотивов

Тест Proaction на определение профессиональной мотивации помогает понять:

- чем заинтересовать кандидата во время собеседования;
- чем мотивировать его в работе;
- условия, при которых он будет эффективен или, наоборот, неэффективен.

В 2017 году специалисты Proaction проанализировали 50 тысяч ответов российских кандидатов и сотрудников на вопросы, посвященные их мотивации.

В результате были выявлены шесть основных рабочих мотивов и фактор Негативного опыта:

1. Негативный опыт.

У некоторых людей на выбор работы влияет фактор негативного опыта.

Например, если на прошлом месте регулярно задерживали зарплату, придирался деспотичный начальник или в коллективе царила нездоровая обстановка, то при поиске нового места человек уделит этим аспектам повышенное внимание. Если у него возникнут подозрения, что в новой компании подобная ситуация повторится, он туда работать не пойдёт.

2. Мотив смысла.

Таким людям важно работать в компании, ценности которой совпадают с их ценностями, важно чувствовать, что они делают правильное дело.

Например, поклонник ЗОЖ не станет продавать сигареты или рекламировать фастфуд, а устроится в экомаркет или фитнес-студию.

3. Мотив признания.

Для таких сотрудников главное в работе – это признание их результатов и заслуг работодателем.

Благодарственное письмо от руководства, похвала шефа перед коллегами – вот, что их мотивирует.

Возможно, людей с таким мотивом больше, чем показало исследование, поскольку в нашей культуре разговоры о признании нередко порицаются как нескромность. Поэтому в опросах и на собеседованиях это упоминают не все.

4. Социальный мотив.

В основе мотива – потребность человека чувствовать себя частью сообщества. Такие люди говорят, что им важен «хороший коллектив», для продуктивной работы им нужно влиться в команду.

Они любят мероприятия по тимбилдингу, могут активно общаться в корпоративных группах в соцсетях.

5. Мотив бонусов.

Такие люди выбирают «денежные профессии», активно стремятся повысить уровень дохода и готовы рисковать стабильным заработком ради возможной большей выгоды. Переработки для них не проблема, если они дополнительно оплачиваются, а лучшее поощрение за успехи и инициативу – щедрая премия.

Мотив бонусов распространён среди менеджеров по продажам и других работников, чья денежная мотивация зависит от конкретных рабочих показателей.

6. Профессиональный мотив.

Им важна сама профессиональная деятельность, возможность развиваться в любимом деле, решать интересные задачи. Про таких сотрудников часто говорят, что у них «горят глаза».

Профессиональный мотив является необходимым для узкопрофильных специалистов и экспертов.

7. Гедонистический мотив.

Такие люди хотят успешно совмещать работу и личную жизнь. Удобство и комфорт – обязательные условия для их эффективной работы.

Гедонистом может быть и продавщица, которая ради близости работы к дому согласится на меньшую зарплату, и программист, предпочитающий работать удалённо, чтобы вместо дороги в офис делать зарядку и кодить под любимую музыку.