

2. Малый и средний бизнес / Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/ru/mal-biznes-ru/>. – Дата доступа: 15.02.2020

3. Малое и среднее предпринимательство Республики Беларусь: современное состояние и тенденции развития [Электронный ресурс]. – <http://ced.by/ru/publication/~shownews/2019-09-25-msp/>. – Дата доступа: 15.02.2020

4. Медведева, В.И. Малое и среднее предпринимательство в Республики Беларусь / В.И. Медведева. – 2019. – 211 с.

УДК 331.104

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Р.А. Кузнецова, магистрант ФЭУ, ГГУ им. Я.Купалы, г. Гродно,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Т.Ю. Гораява*

Резюме – В современных условиях повышения конкуренции на рынке частные торговые предприятия все чаще сталкиваются с проблемой поиска эффективных способов мотивации персонала. На сегодняшний день рост показателей социально-экономического развития организации напрямую зависит от того, учитываются ли не учитываются индивидуальные особенности личности сотрудников при построении системы стимулирования персонала. Для выполнения задачи по созданию системы стимулирования требуется анализ результатов психологических и социально-экономических исследований.

Summary – For modern retail private enterprises, the problem of finding effective ways to motivate staff is acute. Today, the growth of indicators in the socio-economic development of an organization directly depends on whether or not individual characteristics of the employee's personality are taken into account when building a system of employee incentives. To complete the task of creating a stimulation system, an analysis of the results of psychological and socio-economic studies is required.

Введение. В настоящее время в Республике Беларусь вопрос мотивации и стимулирования трудовой деятельности для любой крупной частной торговой организации является одним из ключевых при разработке стратегии удержания в отделах продаж квалифицированных сотрудников с высокой эффективностью их деятельности.

Основная часть. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности как отдельное научное направление в рамках менеджмента образовалось в начале 1960-х гг. Основоположниками этого научного направления считаются В.Врум, чья работа «Труд и мотивация» получила широкую известность, а также Л.Портер и Э. Лоулер, выпустившие совместный труд «Управленческие установки и их выполнение».

Мотивация трудовой деятельности сотрудников является одной из важнейших задач руководителя любой торговой организации, решение которой позволяет повышать эффективность и производительность труда. Мотивацию разделяют на два вида: материальная и нематериальная. Нематериальная мотивация имеет важное значение при формировании лояльности сотрудников, которая позволяет удержать высококвалифицированных специалистов. При формировании нематериальной мотивации важно учитывать потребности специалистов и их приоритетные мотивы. Определить значимость той или иной потребности для специалистов, выстроить иерархию их мотивов позволяют тесты и опросники. Данный метод используется для получения индивидуального или группового мотивационного профиля, перечня мотивационных факторов [2]. При приёме на работу крупные торговые организации используют опросники для определения системы ценностей кандидата. Для изучения мотивирующих факторов деятельности сотрудников отдела продаж или организации в целом используются различные методы, такие как: включённое наблюдение, персональная мотивационная беседа, мотивационный семинар, тесты и опросники (рекомендуется проводить регулярно). При приёме на работу крупные торговые организации используют в анкетах краткие опросники с системой ранжирования для определения системы ценностей кандидата (рисунок 1).

Проранжируйте по убыванию значение каждого из факторов при выборе работы
(10 – максимально важно, 1 – не важно. Каждый из баллов может быть присвоен только одному из факторов)

<input type="text"/>	Карьера	<input type="text"/>	Стабильность, надёжность
<input type="text"/>	Деньги	<input type="text"/>	Самостоятельность и ответственность позиции
<input type="text"/>	Приобретение нового опыта и знаний	<input type="text"/>	Высокая интенсивность работы
<input type="text"/>	Близость к дому	<input type="text"/>	Сложность поставленных задач
<input type="text"/>	Престиж компании	<input type="text"/>	Психологический климат коллектива

Рисунок 1 – Опросник для определения ведущих ценностей кандидата

Источник: [4].

После проведения опроса сотрудников рекомендуется следующий алгоритм действий: проведение анализа полученных данных, анализ соотношения полученных результатов с ситуацией в подразделении, разработка

плана мероприятий, направленных на повышение удовлетворённости и эффективности персонала. После проведения итогов важным этапом является сообщение результатов участникам опроса. Важно соблюдать последовательность действий, которая сделает эффективными мероприятия по разработке нематериальной мотивации. В случае несоблюдения последовательности или невыполнения последнего этапа, опросы могут демотивировать сотрудников. В 2017 году был проведён опрос среди сотрудников отдела продаж крупной торговой организации. В результате анализа результатов опроса были выявлены ведущие потребности в подразделении: материальное вознаграждение, признание со стороны других людей, достижение сложных целей, ощущение востребованности. Результаты опроса (Табл. 1) стали одним из критериев для разработки материальной и нематериальной мотивации сотрудников торговой компании. В качестве нематериальной мотивации лучшие сотрудники подразделения были включены в список награждаемых на официальном мероприятии, где награждение осуществлялось на сцене с оглаской результатов деятельности сотрудника, а также его достижений. Лучших сотрудников включили в список аттестуемых с целью предоставления возможности повысить категорию данных специалистов. Внедрение новой системы мотивации привело к росту выручки, конверсии звонков, конверсии счетов, а также росту скорости и качества обслуживания клиентов.

Таблица 1. Ранги потребностей сотрудников отдела продаж.

№ п/п	Потребность сотрудника	Ранги
1	Материальное вознаграждение	1
2	Хорошие условия работы	7
3	Чёткое структурирование работы	9
4	Социальные контакты	6
5	Завоевание признания со стороны других людей	3
6	Влиятельность и власть	8
7	Разнообразие, перемены	5
8	Совершенствование, рост и развитие как личности	9
9	Ощущение востребованности	4
10	Быть креативным	8
11	Ставить для себя сложные цели	2
12	Долгосрочные стабильные взаимоотношения	10

Источник: [4].

Заключение. В результате исследования и анализа литературы, можно подвести следующий итог: внедрение нематериальной мотивации – это комплексный процесс, требующий анализа многих факторов. При качественном внедрении нематериальной мотивации значительно возрастает заинтересованность сотрудников в результатах труда, их преданность ценностям компании и работодателю, а также увеличивается прибыль торговой организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литвинюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров / А.А. Литвинюк, С.Ж. Гончарова, В.В. Данилочкина [и др.]. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 398 с. – Серия: бакалавр. Базовый курс.
2. Минеева О.К., Арутюнян С.А., Белик Е.А., Крюкова Е.В., Кочеткова Н.Н., Мордасова Т.А., Храмова Т.М. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник/ О.К. Минаева, С.А. Арутюнян, Е.А. Белик [и др.]- М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2017.-272с.: ил.+Доп. материалы [электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].- (Балавриат).
3. Соломанидина Т.О. Мотивация трудовой деятельности персонала: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом», «Организационное поведение», «Мотивация персонала»/ Т.О. Соломанидина, В.Г.Соломанидин.- 2-е изд. перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.-312 с.
4. Студопедия. – Режим доступа: <https://studopedia.info/3-104425.html> Дата доступа 08.02.2020 г.

УДК 339

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Е.В. Куликович, Е.А. Маруго, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – в данной статье рассматриваются проблемы развития предпринимательской деятельности в Республике Беларусь и способы их решения.

Summary – This article discusses the problems of business development in the Republic of Belarus and ways to solve them.