

Далее следует отбор. Отбор – это анализ социальных, психологических и профессиональных качеств кандидата для определения соответствия всем требованиям для будущей занимаемой должности, а также выбор наиболее подходящих претендентов на вакантную должность. Стоит отметить, что подбор и отбор персонала – это совершенно разные вещи. Подбор персонала осуществляется без учета профессиональных качеств и социальных институтов. Выделяют два наиболее эффективных метода отбора персонала: собеседование и тестирование. Собеседование – это профессиональный диалог кандидата с потенциальным работодателем при личной встрече или во время онлайн-сеанса.

Третий этап – принятие решения. Здесь работодатель решает, соответствует ли кандидат требованиям для должности или нет. Если же было принято отрицательное решение, процесс повторяется с первого этапа.

Последний этап – адаптация персонала, то есть, процесс ознакомления нового сотрудника с деятельностью организации, изменение своего постоянного и привычного поведения в соответствии с требованиями среды организации, а именно адаптация к новым условиям труда. Существует множество форм адаптации: психофизиологическая адаптация, социальная адаптация, профессиональная адаптация, организационная адаптация, экономическая адаптация и так далее. То есть, во время адаптации нового сотрудника происходит одновременное влияние на него множества факторов. Они воздействуют на человека до того момента, пока не наступит период полного приспособления к новой трудовой среде [3].

Для анализа возьмем ОАО «МАЗ». Численность работников в 2017 году составляет 16 046 человек. В 2018 году это число увеличилось до 16 268. Это обусловлено улучшением организации производства, расширением масштабов бизнеса, повышением эффективности производства. Также это указывается на грамотную кадровую политику. Но максимально ли эффективную? Первое, что делает предприятие – размещает объявление о вакансии. Это способствует созданию базы потенциальных кандидатов, что позволяет осуществить первый этап – подбор. Далее производится комплекс мер по выбору наиболее подходящих специалистов с учетом опыта работы и квалификации. Руководство выбирает, кого желает видеть на собеседовании. Следовательно, это соответствует второму этапу – отбору персонала. Третий этап также совпадает – принятие решения. В ОАО «МАЗ» обязательно прохождение стажировки после собеседования для проверки адаптации сотрудника к новой трудовой среде. Это свидетельствует о том, что рассматриваемое предприятие осуществляет грамотную политику по подбору кадров.

Заключение. Таким образом, проанализировав процесс найма персонала, можно сделать вывод, что это сложный и многоструктурный комплекс действий, направленных на удовлетворение потребности организации в новых сотрудниках и продолжение процесса достижения целей организации. Проанализировав каждый из последовательных этапов, становится ясно, что каждый из них в равной степени важен в процессе найма на работу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Подбор персонала: [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/podbor-personala.html>. – Дата доступа: 15.03.2020
2. Center-YF [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Kadroviku/Podbor-i-otbor-personala.php>. – Дата доступа: 16.03.2020
3. Studfiles [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3994825/page:36/>. – Дата доступа: 15.03.2020.

УДК 331. 1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫХ И НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ МЕТОДОВ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА, ОРГАНИЗАЦИИ

*А.О. Соколюк, М.А. Счастленок, студенты группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Мотивация персонала-это эффективные методы повышения производительности труда, которые являются ключевым направлением кадровой политики предприятия. Мотивация персонала бывает материальная и нематериальная, положительная и отрицательная, внешняя и внутренняя. Материальная мотивация привлекает работника в организацию, а нематериальная удерживает его в организации.

Summary – Employee motivation is an effective method of increasing labor productivity, which is a key direction of the company's personnel policy. Staff motivation can be material and non-material, positive and negative, external and internall. Material motivation attracts the employee to the organization, while non-material motivation keeps the employee in the organization.

Введение. В настоящее время в менеджменте все большее внимание уделяется проблемам, связанным с таким аспектом, как мотивация. Данная проблема в современном мире экономики является одной из самых острых для всех отраслей, так как любое функционирование предприятия без мотивации сотрудников просто невозможно. При помощи мотивации руководство может обеспечить самое рациональное использование ресурсов

предприятия, а также увеличить его потенциал развития. В чем состоит главная цель мотивации персонала организации? Главная цель мотивации персонала организации состоит в том, чтобы повысить эффективность и результативность компании, получить максимальную выгоду от трудового штата, т.е. увеличить рост производительности труда работников в организации [1].

Основная часть. Основными методами мотивации являются материальные (заработная плата и ее рост, бонусы и премии, получение процента от прибыли и денежных выплат за достигнутые цели, подарки сотрудникам) и нематериальные (карьерный рост, возможность планировать отпуск, гибкий график работы, упоминание авторства проекта, проведение корпоративных праздников, благодарности за эффективную работу, именные подарки к праздникам)[2]. Разрабатывая корпоративную систему мотивации, следует исходить из целого ряда действий и вопросов, позволяющих системе мотивации превращать в жизнь те цели, для которых она была создана:

1. Определить степень соответствия системы оплаты труда и системы мотивации персонала долгосрочным и краткосрочным целям предприятия. Речь идет о том, как важно стимулировать сотрудников различными способами, чтобы достичь поставленной цели.

2. Учет факторов, влияющих на мотивацию и потребности сотрудников. Самым мотивирующим фактором является оплата труда и премии, и поэтому, всегда сначала следует выяснить мотивирующие факторы персонала перед тем, как разрабатывать определенную систему оплаты труда.

3. Устранение демотивирующих факторов, которые снижают мотивацию работников что-либо делать. После выявления этих факторов от них следует избавиться.

4. Система вознаграждения должна быть четкой и понятной. Работнику необходимо уметь рассчитывать свои силы и осознавать, как достичь нужного результата за желаемое вознаграждение.

5. Система труда обязана быть честной и справедливой. Это означает, что за большие старания и больший вклад в достижение цели предприятия сотрудник будет получать большее вознаграждение, а за одинаковый проделанный объем работы работники будут иметь равные вознаграждения.

6. Стимулирование к развитию личных и общих коллективных идей за вознаграждение. Вознаграждение за индивидуальные и коллективные результаты труда. В таких ситуациях нужно поддерживать коллег и помогать друг другу.

7. Выплата вознаграждения в срок. При создании системы вознаграждения следует установить четкие сроки выплат.

Если вести речь о нематериальной мотивации, то стоит ответить на вопрос, насколько она важна в настоящее время? Сейчас множество компаний испытывают кризис, и далеко не все из них способны мотивировать работников заработной платой. Все более остро становится вопрос, как же мотивировать персонал без привлечения денежных средств. Итак, одним из важнейших факторов является уважение – то, без чего процесс мотивации просто невозможен. Через свое отношение руководитель может сделать так, чтобы сотрудник работал для достижения цели фирмы. Следующее, что является не менее важным, – осознание руководителем того, что его роль реально важна в мотивации сотрудников. Что имеется в виду? Хорошие отношения в организации, правильное отношение руководителя, ощущение своей значимости и ценности для компании. Например, довольно распространены случаи, когда работнику предлагают лучшую должность в другой компании с более высокой зарплатой, однако он отказывается вследствие того, что у него прекрасные отношения с коллегами, которые его ценят, в данной фирме. Или же наоборот, получение высокой зарплаты при отсутствии хороших взаимоотношений с коллегами и уважения со стороны руководства, – и у сотрудника вскоре возникнет желание покинуть это место. Так вот, цель руководителя – обеспечение таких условий, такой атмосферы, при которой у работающего такого желания в принципе не возникнет. Важно понимать, что мотивация – это не цель, а процесс. Часто он воспринимается как конечный процесс, происходящий «раз и навсегда», однако это далеко не так. Процесс мотивации бесконечен, необходимо постоянно менять тактики и способы воздействия на подчиненных, чтобы достигать все лучшего результата [3].

Почему же все-таки стоит заниматься мотивацией, почему она так важна? Имеет большое значение результат, ведь после мотивации работники станут делать свою работу лучше. Они будут работать не потому, что «надо», а потому что вдохновлены, смогут задерживаться, например, на работе только потому, что самим действительно интересно. Распространены такие случаи, когда люди устают от своей работы, она им наскучивает и пропадает желание. Мотивация сможет принести удовольствие от работы тому, кто потерял его. Важно также увеличение лояльности. Мотивированные сотрудники более лояльны, они смогут выдержать любые неурядицы в компании, сможет поддержать руководство в кризисные времена.

Мотивация работников к труду требует целого комплекса мер, направленных на хорошие отношения с подчиненными работниками, стимулирующих их к труду на благо предприятия. Мотивация – это, в первую очередь, уважение к сотрудникам. Целью руководителя является то, чтобы превратить скучные, рутинные обязанности в интересную захватывающую работу при помощи способов мотивации. Мотивация является инструментом, при помощи которого вышестоящий способен делать так, чтобы сотрудники выполняли свою работу гораздо лучше [4].

Таким образом, мы не можем мотивировать сотрудников только материальным или нематериальным способом. Чтобы достичь максимальной отдачи, следует параллельно использовать оба метода, так как рано или

поздно только материальная составляющая перестанет интересовать работника, а моральная составляющая станет намного важнее. Следовательно, для успешного мотивирования должны быть применены как денежные поощрения, так и обеспечение комфортных условий труда и осознания работником важности его участия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Введение, понятие и аспекты мотивации [Электронный документ]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1497601/menedzhment/ponyatie_aspekty_motivatsii. - Дата доступа: 08.03.2020
2. Уткин, Э.А. Основы мотивационного менеджмента / Э.А. Уткин. – М.: Издательство ЭКМОСС, 2000. – с. 13, 65
3. Социально-экономическая модель: становление и развитие: теория, методология, практика. Под общ. ред. В.Г. Гусакова. В 2 кн. Кн. 1 / В.Г. Гусаков [и др.]; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 554 с.
4. Балаева, О.Н., Предводителява, М.Д. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития. / О.Н. Балаева, М.Д. Предводителява // Мировая экономика и международные отношения. - 2007. - № 5.

УДК 339

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПЫТА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ В БЕЛАРУСИ

*К.А. Тихонович студентка группы 10503217 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Рассмотрено понятие «национальная модель экономической системы государства», разобраны основные элементы национальной модели экономической системы Соединенных Штатов Америки и возможности применения их в Республике Беларусь с целью развития и повышения эффективности работы белорусского бизнеса.

Summary – The concept of a “national model of the state’s economic system” has been considered, the main aspects of the national model of the economic system of the United States of America and the Republic of Belarus have been analyzed, the goal has been set to change the Belarusian business.

Введение. Экономическая система любой страны базируется на имеющихся ресурсах, преобладающих форм собственности, уровня технического прогресса. Следовательно, национальная модель экономической системы государства – это совокупность связанных между собой национальных и общественных элементов, образующая единую экономическую систему. Одной из прогрессивных моделей экономического развития является американская модель. В современном мире эта модель используется во многих странах. Главная причина – эффективность.

Основная часть. Национальная модель Соединенных Штатов Америки начала формироваться еще в 18 веке. Не маловажную роль в экономическом развитии сыграло наличие большого количества мигрантов. Смешение культур и необходимость приспособления к новому месту являются важными аспектами. Принцип «каждый сам за себя» остался не только в повседневной жизни, но и в бизнесе. Именно поэтому американцам присущи такие черты, как индивидуальность, прагматизм, независимость, конкурентоспособность.

Понятие «американская мечта» также существует не просто так. Американские предприниматели идут к своей цели несмотря ни на что. Их суждение заключается в том, что упорная работа – основа всего. С этим же связан такой принцип, как «время – деньги». Благодаря этому они не уделяют лишнее внимание заранее оговоренным датам. Для них время является материальным активом [1].

С точки зрения менеджмента, главная цель американцев – эффективность. Этому способствовало разделение управленческого и наемного труда, формирование норм и обязанностей, создание корпоративной ответственности и так далее. Американцы сделали вывод, чтобы управлять крупным предприятием – одного менеджера недостаточно. Предприятие растет, а значит растут и функции, и обязанности. Появилось такое понятие, как «администрирование», то есть формирование единой политики управления и общих целей. Главное – результат. Персонал отбирают по деловым качествам, а оплата труда зависит от количества выполненной работы. Все логично, не так ли?

Еще одним моментом является сервис. Американцы понимают, что к каждому клиенту нужен индивидуальный подход. Что основная задача продавца не заставить потребителя купить товар любой ценой, а помочь ему удовлетворить потребность тем товаром, который он действительно желает приобрести [2].

На сегодняшний день американская модель используется по всему миру. В связи с этим белорусскому бизнесу стоит обратить внимание на положительные ее стороны. Но по каким причинам?

Во-первых, если владельцы бизнеса в Беларуси сталкиваются с какой-либо проблемой, то они предпочитают не устранять причину проблемы. Они ее игнорируют, либо решают лишь поверхностно, устраняя только последствия, а не причину неудач в делах. Этот подход в управлении бизнесом оказывает негативное влияние на