

3. Бюллетень банковской статистики № 8 (182) / Национальный банк Республики Беларусь ; Главное управление платежного баланса и банковской статистики. — Минск, 2014. — 276 с.

Система мотивации как ключевой фактор привлечения и удержания персонала в торговой организации

*Улановская А. Т., магистрант ИМБТ БГУ,
науч. рук. Трусь А. А., канд. психол. наук, доц.*

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место как в экономической политике государства, так и в деятельности любой организации. Персонал и эффективное управление им признается важнейшим фактором конкурентоспособности предприятия. Люди рассматриваются как ключевой ресурс компании, который нужно размещать, мотивировать, развивать наравне с другими ресурсами, чтобы достичь стратегических целей организации [1]. Поэтому компании сегодня вынуждены быть не только клиентоориентированными, но и сотрудник-ориентированными.

Известно, что демографическая ситуация такова, что к 2020 г. запас человеческих ресурсов будет самым мощным ограничивающим фактором в развитии бизнеса. Это приведет к тому, что компании придется дифференцировать свою политику найма и управления людьми. Один подход необходим, чтобы увеличить срок работы сотрудников старшего поколения, а второй, чтобы активно бороться за молодых специалистов на рынке труда.

Численность населения Беларуси по состоянию на 1 января 2014 г. составила 9468,1 тыс. человек. В структуре населения трудоспособного возраста сокращается доля молодых возрастов и увеличивается доля лиц старше 40 лет. Согласно демографическому прогнозу Белстата, население Беларуси в трудоспособном возрасте сократится более чем на 0,5 млн за 2013–2020 гг., его доля в структуре населения упадет до 55,6%. Это означает, что в ближайшие 20 лет на рынке труда будут серьезные проблемы, связанные с нехваткой рабочих кадров [2].

Особенно остро вопрос нехватки человеческих ресурсов встает перед торговыми организациями, где четко прослеживается тенденция нарастающей утечки кадров, которая порождает такие проблемы в организации, как привлечение персонала без опыта работы, что существенно снижает

требования к качеству оказываемых услуг; разнородность персонала, его сменяемость препятствуют формированию коллективных ценностей, созданию единой команды; организация приобретает статус «неблагополучной», теряет клиентов и сотрудников.

Наличие этих проблем порождает необходимость их преодоления путем удержания сотрудников, недопущения утечки кадров, создания положительной мотивации привлечения и труда.

Мотивация происходит от греческого слова *motiv* и от латинского *movo* — ‘двигаю’. Российский исследователь в области управления персоналом В. Р. Веснин считает, что мотивация — это «внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы ее стимулирования, побуждения» [3].

Система мотивации может быть представлена как комплекс мер, направленных на побуждение человеческих ресурсов предприятия к реализации максимального объема высшей деятельности с целью их эффективного использования и развития в интересах организации.

Основными стимулами для сотрудников могут быть: социальная политика организации, направленная на увеличение их лояльности к компании, а также на удержание сотрудников и улучшение их трудовой деятельности; корпоративная культура компании; соревнования — одна из часто встречающихся мотиваций среди розничных сетей, когда объявляется конкурс либо между магазинами, либо между сотрудниками.

Кроме стимулов, эффективность работы сотрудника зависит также от его личных интересов и потребностей. Исходя из теории Виктора Врума, мощной мотивацией является ожидание того, насколько потребности будут удовлетворены: затраты обратятся в реальный результат, результат — в вознаграждение, вознаграждение — в удовлетворение [4]. Поэтому если говорить о текучести персонала, то легко можно заметить корреляцию между ключевыми причинами увольнения и потребностями по Маслоу. Как правило, отсутствие потенциальной возможности удовлетворения ведущей потребности побуждает сотрудника поискать «счастья» в другом месте.

Если говорить о проблемах, возникающих с процессами удержания и привлечения персонала торговой сети, то здесь вопрос состоит в том, что самая значимая группа сотрудников — это линейный персонал, представленный продавцами-консультантами и контролерами-кассирами. Применительно к торговому персоналу основная мотивация — денежная. Кроме того, именно линейный персонал требует более детального и тщательного обучения, ибо чаще всего именно с ним сталкиваются покупатели. Еще одним мотивирующим фактором является объективная оценка персонала и возможность продвижения по службе.

При выстраивании системы стимулирования необходимо тщательно изучить потребности каждого сотрудника, чтобы определить, какие факторы будут для него мотивирующими. Нельзя применять общую концепцию для всех работников, поскольку для кого-то лучшим стимулом будет возможность обучения за счет фирмы, а для кого-то это вообще ничего не значит, и ему нужны лишь материальные блага. Потому главное правило эффективного стимулирования является индивидуальный подход к каждому сотруднику, и только он позволит добиться максимально возможных результатов.

Литература

1. Балашов, Ю. К. Мотивация и стимулирование персонала : основы построения системы стимулирования / Ю. К. Балашов // Кадры предприятия. — 2002. — № 7. — С. 37.
2. Демографический ежегодник 2013 [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Минск, 2013. — Режим доступа : http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/demographic_yearbook/2013/Demographic_Yearbook_2013.rar/. — Дата доступа : 14.11.2014.
3. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика : учебник / В. Р. Веснин. — М. : ТК Велби, 2007. — 268 с.
4. Кондратова, Н. В. Подбор, мотивация и стимулирование экономической деятельности и развития персонала в российских розничных торговых сетях / Н. В. Кондратова // Вестник ЮРГТУ (НПИ). Социально-экономические науки. — 2011. — № 4. — С. 91–97.

Мировой финансовый кризис 2008 г.: причины, последствия и пути его преодоления

*Фомченко А. Г., студ. II к. БГУ,
науч. рук. преп. Шилько М. Ю.*

Мировой финансовый кризис 2007–2008 гг. характеризовался прежде всего быстротой распространения и невиданными масштабами: он захватил практически все страны мира, его даже сравнивают с Великой депрессией 1930-х гг.

Рычагом данного кризиса послужил ипотечный кризис в США, возникший на почве дешевых кредитных ресурсов, доступ к которым предоставлялся даже ненадежным заемщикам. В дальнейшем кризис распространился на всю финансовую систему, реальную экономику, а позже на отдельные регионы и страны. В целом же возникновение кризиса связывают со сле-