

(СНИЛ «Гандаль»)

Е. Г. Казакова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. М. Микулич, канд. экон. наук, доцент

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МОТИВАЦИИ КАК СПОСОБ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Трудовая деятельность в сфере торговли весьма специфична и имеет особенность. Главная особенность торговых организаций — принадлежность торговой деятельности к системе «человек — человек», которая направлена не на производство продукции, а на ее реализацию. Поэтому инструменты мотивации, используемые в организации, торгующей в розницу, будут иными, чем в оптовой организации: у активных продаж и сбыта разные стимулы.

Разрабатываемая система мотивации должна быть прозрачной и объективной. В противном случае работникам будет непонятно или неизвестно, за что их поощряют и как они могут влиять на размер своей заработной платы. Если критерии оценки деятельности персонала не объективны или оценка дается волюнтаристски, а ее критерии постоянно меняются, мотивационный эффект не будет достигнут.

Должна быть создана полимотивирующая система: различные ее составляющие должны соответствовать аспектам деятельности сотрудника.

Вследствие данных обстоятельств наиболее распространенной системой материальной мотивации в организациях торговли является система сдельной оплаты труда. Данная система основывается на анализе следующих видов показателей, которые могут варьироваться в зависимости от конкретной сферы продаж: объема выручки, выполнения плана по продажам, выполнения стандартов обслуживания, уровня знания ассортимента. Следовательно, уровень заработной платы сотрудника непосредственно зависит от выручки организации [1, с. 141].

Преимуществами системы сдельной оплаты труда в рамках материального стимулирования сотрудников являются:

- связь интересов сотрудника с интересами организации в области увеличения продаж;
- прозрачная система начисления заработной платы на основе показателей, которые можно узнать и высчитать;
- перспектива развития сотрудника.

Только материальных методов стимулирования недостаточно. Нематериальное стимулирование в сфере торговли направлено на повышение лояльности сотрудников к организации с одновременным снижением издержек на компенсацию сотрудникам их трудозатрат. Основной эффект, достигаемый с помощью нематериального стимулирования, — повышение уровня лояльности и заинтересованности сотрудников в организации [2, с. 33].

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка системы мотивации в торговых организациях требует скрупулезной работы руководства организации. Так как систему мотивации можно условно разделить на два блока: материальную и нематериальную мотивацию, необходимо тщательно проработать каждый. Нематериальное стимулирование дает возможность компании выразить признательность и благодарность сотрудникам за их эффективный труд.

Источники

1. *Льморева, О. А.* Система мотивации и стимулирования трудовой деятельности в сфере розничной торговли / О. А. Льморева, А. А. Мирошникова // J. of Economy and Business. — 2020. — Vol. 7. — P. 139–143.

2. *Камоева, Т.* Мотивация торгового персонала в условиях развития розничной торговли / Т. Камоева // Управление персоналом. — 2010. — № 7. — С. 32–35.