

Табл. 1. Условия труда на рабочем месте торговых работников ГУМа г. Минска

Показатели	Оценка	Количество опрошенных	% от числа опрошенных
Температура	Хорошо	21	25,9
Освещение	»	20	24,7
Запыленность	»	25	30,9
Загрязненность	»	14	17,3
Шум	»	28	34,6

Немаловажное значение имеет и снижение престижности труда торговых работников. Это вызвано как объективными, так и субъективными причинами. К объективным относятся условия труда, неудобный режим работы, наличие дефицита товаров народного потребления и т. д. Особенно следует обратить внимание на дефицит товаров народного потребления и его влияние на снижение престижности труда работников торговли. Торговля, выступая посредником между производителями и потребителями, не определяет конъюнктуру рынка. А потребитель предъявляет требования в первую очередь к работникам торговли, в результате чего часто возникают конфликтные ситуации, психологические стрессы и т. д. У торговых работников появляется неудовлетворенность своим трудом, желание сменить профессию.

Субъективными причинами снижения престижности труда торговых работников, на наш взгляд, являются недостаточно корректные отношения между руководителями секций, отделов магазина.

Опрос работников торговли по поводу удовлетворенности своим трудом показал, что 41,9 % опрошенных довольны своей работой, а 39,5 % собираются менять место работы. В качестве основных мотивов выделяются следующие: недостаточно хорошие условия труда, сверхурочная работа, низкая заработная плата, низкая престижность труда торговых работников и т. д.

Как показало проведенное нами исследование, на эффективность труда каждого торгового работника оказывают влияние не только экономические, но еще в большей степени социально-психологические факторы.

Н. И. Кабушкин, Ю. П. Котов

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ТОРГОВЛЕЙ

С 1987 г. торговля республики работает в новых условиях хозяйствования. В основу хозяйственной деятельности торговых предприятий и организаций положен доход — важнейший показатель и главный источник, обеспечивающий экономическое и социальное развитие трудовых коллективов.

Работа в новых условиях требует изменения и кадровой политики в торговле. Следует предъявлять более высокие требования к политическим, деловым и личным качествам руководителей и специалистов, решить вопрос о замещении должностей работниками соответствующей квалификации. По данным на 1.01.1988 г., подлежит замещению специалистами с высшим образованием 4797 должностей руководителей всех уровней, фактически замещено 4276 должностей. Специалистами-товароведами необходимо заместить 1166 должностей, специалистами-экономистами — 2058 должностей.

Кроме этого, на начало 1988 г. 10086 специалистов со средним специальным образованием работали на должностях, не требующих среднего специального образования.

Торговля относится к тем отраслям народного хозяйства, кадры которых комплектуются в основном женщинами. Однако, удельный вес женщин, занимающих руководящие должности, невысок. Если в группе руководителей торговых организаций, учреждений и предприятий он составляет около 23 %, то среди директоров (заведующих) магазинов — около 64 %, причем, как правило, это небольшие магазины. Представляет определенный интерес анализ кадров по возрасту в системе Министерства торговли республики. Наибольший удельный вес (на 1.01.88 г.) среди руководителей организаций и предприятий торговли занимают лица в возрасте 40—45 лет и старше, хотя в торговле республики молодежь в возрасте до 30 лет занимает 32 %.

Интенсификация управления предполагает качественное совершенствование управленческих кадров на базе проведения систематической учебы и повышения квалификации руководящих работников и специалистов. Этому в определенной мере будет способствовать внедряемая ныне государственная система непрерывного образования, в соответствии с которой каждый будет иметь возможность учиться постоянно.

Сегодня для системы госторговли республики кадры готовятся в двух вузах и двух техникумах. Ежегодно отрасль получает около 1370 специалистов с высшим и средним специальным образованием. Несмотря на количественный рост специалистов с высшим образованием, проблема компетентности управления сохраняет свою значимость. Это связано с тем, что в условиях всевозрастающих масштабов торговли, усложнения ее хозяйственных связей с другими отраслями народного хозяйства уже не достаточно только одного хозяйственного опыта и интуиции руководителя. Практика показывает, что наши выпускники сталкиваются с трудностями в работе с людьми, часто не способны сплотить их и умело повести за собой. В результате «микроклимат» во многих торговых коллективах оставляет желать лучшего, а руководитель не всегда выступает в роли реального лидера. Изучение этих вопросов не выявило существенных изменений и в настоящее время (исследование проводилось в 1988 г. в 120 продовольственных магазинах БССР).

Более половины торгово-оперативных работников не удовлетворены взаимоотношениями с непосредственным руководителем (табл. 1). Между тем в торговых вузах этому, по сути, не учат (слишком мал объем учебных часов, касающихся психологических и других аспектов деятельности руководителя).

Табл. 1. Характеристика взаимоотношений между руководителем и подчиненными в продовольственных магазинах (% к итогу)

Вопросы анкеты	Да, всегда	Почти всегда	Очень редко	Никогда	Затрудняюсь ответить
Удовлетворены ли Вы взаимоотношениями с непосредственным руководителем	22,0	21,0	41,0	9,0	7,0
Есть ли у Вас взаимопонимание и желание советоваться с руководителем на личные темы	14,0	8,0	31,0	37,0	10,0
Требователен ли Ваш руководитель в соблюдении трудовой дисциплины	80,0	11,0	3,0	0,0	6,0
Умеет ли руководитель пользоваться данными ему должностными правами	47,0	39,0	7,0	0,0	7,0

Результаты исследования подтвердили наличие четкой взаимосвязи между характером отношений с руководителем и удовлетворенностью трудом (табл. 2).

Табл. 2. Взаимосвязь отношений с директором (заведующим) магазина и удовлетворенностью трудом

Взаимоотношения с директором (заведующим) продовольственного магазина	Удовлетворенность работой, %			
	полная	средняя	отсутствует	нет ответа
Очень хорошие	71,2	25,3	1,6	1,9
Хорошие	49,1	37,6	7,2	6,1
Удовлетворительные	23,7	56,8	12,4	7,1
Неудовлетворительные	—	8,4	80,1	11,5

Как показывают результаты проведенного нами исследования (это подтверждает и практика управленческой работы в торговле), современный руководитель торгового предприятия (организации) подготовлен больше по организационно-техническим и товароведным вопросам и гораздо меньше по социально-психологическим.

При оценке степени развития различных качеств руководителей продовольственных магазинов получены следующие результаты (табл. 3).

Как видно из табл. 3, организаторские способности и личные качества у руководителей еще развиты недостаточно. Недостаток знаний в управлении трудовым коллективом приводит к конфликтным ситуациям, не способствует формированию авторитета. Изучение

Табл. 3. Характеристика степени развития различных качеств у директоров (заведующих) продовольственных магазинов (%)

Качества личности	Степень развития качества			
	сильно развито	развито недостаточно	нет этого качества	не могу оценить
Морально-политические (политическая зрелость, чувство ответственности, отношение к критике, способность к самокритике, дисциплинированность, общественно-политическая активность, моральная устойчивость)	69	28	—	3
Компетентность (видение перспективы, умение обеспечить рост производительности труда, использование резервов, выполнение плановых заданий и т. д.)	78	20	—	2
Организаторские способности (координация работы, умение контролировать исполнение, умение подбирать кадры, организация деловых контактов, умение создать нормальные условия труда и отдыха)	61	28	2	9
Личные качества (скромность, личный пример, умение формировать благоприятный психологический климат, настойчивость, решительность, инициативность, трудолюбие, умение располагать к себе, чувство юмора и т. д.)	56	34	—	10

причин конфликтов в продовольственных магазинах показало, что наиболее часто они возникают из-за недостатков в организации труда и неудовлетворительных взаимоотношений с непосредственным руководителем. Так, ответы на вопрос: «Как Вы относитесь к вашему непосредственному руководителю?» в продовольственных магазинах распределились следующим образом: «Уважаю и отношусь к нему с симпатией» — 21 %, «Уважаю, но как человек он мне безразличен» — 8 %, «Уважаю, но не симпатизирую» — 36 %, «Особого уважения не испытываю, и как человек он мне безразличен» — 18 %, «Не уважаю и не симпатизирую» — 12 %, нет ответа — 5 %.

Как видим, необходимо расширить психологическую подготовку специалистов. Речь прежде всего должна идти о перестройке психологии управленческих кадров, следствием чего являются создание творческой обстановки и формирование нормального социального и психологического климата в каждом торговом коллективе.

Новые требования к кадрам (специалистам и руководителям) обуславливают и новые формы и методы повышения их квалификации. В 1985 г. определена программа по расширению и совершенствованию подготовки и повышения квалификации кадров системы Министерства торговли БССР.

Численность специалистов, повысивших квалификацию на курсах при предприятиях и организациях торговли, значительно уве-

личилась. Это объясняется тем, что расширилась подготовка руководителей и специалистов по вопросам эксплуатации и внедрения АСУ и ВТ, а также по вопросам организации работы в новых условиях хозяйствования.

Вместе с тем необходимо повысить заинтересованность специалистов в постоянном обновлении профессиональных знаний, что позволит улучшить качество торгового обслуживания населения.

М. А. Бусел

СПРОС НА ТОВАРЫ КУЛЬТУРНО-БЫТОВОГО И ХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

По мере повышения благосостояния советских людей неуклонно возрастает спрос населения на товары культурно-бытового и хозяйственного назначения (КБХН), которые облегчают труд в домашнем хозяйстве, способствуют рациональному использованию свободного времени, росту культурного уровня советских людей. Доля этих товаров в общем розничном товарообороте Белорусской ССР увеличилась с 24,7 % в 1980 г. до 28,8 % в 1987 г. При этом в 11-й пятилетке ежегодный прирост продажи товаров КБХН на 1,6 пункта опережал реализацию продовольственных товаров и изделий легкой промышленности, а в 12-й пятилетке — на 6 пунктов.

По обеспеченности населения предметами длительного пользования Белорусская ССР значительно отстает от среднесоюзного уровня и уровней обеспеченности в соседних союзных республиках (табл. 1).

*Табл. 1. Обеспеченность населения товарами КБХН
длительного пользования в 1987 г.*

(штук на 100 семей)

Товары культурно-бытового и хозяйственного назначения	СССР	БССР	ЛитССР	ЛатвССР	ЭССР
Часы всех видов	546	569	653	728	727
Радиоприемные устройства	96	81	112	110	156
Телевизоры	101	90	99	109	97
Магнитофоны	43	35	40	48	57
Фотоаппараты	35	45	44	53	52
Холодильники и морозильники	92	85	91	112	106
Стиральные машины	70	52	64	76	69
Мотоциклы и мотороллеры	14	14	13	16	12
Велосипеды и мотовелосипеды	57	68	82	70	75
Электропылесосы	42	36	53	56	60
Швейные машины	65	66	49	54	60

Особенно низкой является обеспеченность населения республики радиоприемными устройствами, телевизорами, строительными материалами.

Развитие рынка товаров КБХН отличается в последние годы