

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

В основе человеческой деятельности лежат потребности. Потребность становится условием деятельности индивида, когда человек начинает ее осуществлять, и тогда она трансформируется в новое образование-мотив. Если анализировать человеческие поступки, то можно заметить, что большинство из них носит целевой характер. Как правило, мы осознаем множество целей, которые более или менее привлекательны в конкретный период времени, но лишь одна из них приобретает притягательную силу и направляет деятельность человека.

Мотивация представляет собой процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации. Она является формой активности людей по достижению определенного результата. Эта направленная деятельность возникает из-за потребности человека в определенных предметах или явлениях, необходимости изменить свое материальное или социальное положение, она всегда связана с постановкой цели и установлением средств ее достижения. Мотивация означает не просто направленность субъекта на определенный предмет потребности, она будет иметь место в том случае, когда индивид достаточно ясно предполагает результаты своей деятельности и его последствия. Жизненный опыт свидетельствует о том, что всегда имеется право выбора. Мотивация же являет собой процесс, путем которого мы можем осуществить выбор между предполагаемыми вариантами действий. Поведение будет предопределяться факторами макро- и микроэкономического порядка.

Микроэкономический уровень предполагает исследование трудовых отношений, которые формируются на основе трудового договора.

Содержание трудового договора, во-первых, обязано согласовывать экономические интересы субъектов трудовых отношений; во-вторых, призвано индивидуализировать определенные трудовые отношения. Конкретизация трудовых отношений, по сути, означает придание им специфического характера. Реально индивидуализация выражается в установлении условий для выполнения трудовой функции и означает большую определенность прав и обязанностей работника, осознание своей роли в производстве, что способно повысить ответственность, эффективность труда, улучшить культуру производства.

Макроэкономический уровень исследования трудовых отношений предполагает исследование модели трудовых отношений, которая представляет собой совокупность отношений, складывающихся между субъектами трудовой деятельности под влиянием факторов макроэкономического порядка и характеризующуюся системой взаимосвязанных экономических, правовых, политических, социальных, нравственных элементов и особенностей менталитета.

В мире сложились три основных модели трудовых отношений: европейская (континентальная), англосаксонская и китайская.

Европейская модель основывается на тщательной нормативной регламентации трудовых отношений, четкой регламентации трудовых прав и обязанностей работников, ориентирована на поддержание полной занятости, характеризуется отраслевым тарифным регулированием, сравнительно небольшой дифференциацией заработной платы, относительно высоким уровнем гарантированной минимальной заработной платы. Эта модель испытывает серьезные трудности, которые связаны с поддержанием высокого уровня безработицы, особенно в наиболее развитых государствах данного региона.

Англосаксонская модель существует в таких государствах, как Великобритания, США, Австралия, Новая Зеландия. В основе она имеет близость гражданского и трудового найма, свободу предпринимателей в отношениях приема на работу и найма, что провоцирует большую подвижность рабочей силы. Преобладающим уровнем регулирования является локальный. В сфере оплаты модель использует существенную дифференциацию в оплате труда занятого персонала, что же касается законодательно установленного параметра минимальной зарплаты – то он может вообще не использоваться. Для этой модели характерен более низкий уровень безработицы и более динамичный экономический рост.

Китайская модель имеет двухсекторную структуру. Здесь сочетается жесткое регулирование трудовых отношений государственного типа с практически полным его отсутствием в частном и концессионном секторах экономики. По сути, она предполагает постепенный переход на рыночные трудовые отношения по инициативе сверху, под постоянным руководством правящей партии.

Байбардина Т. Н., Грищенко И. И., БТЭУ (Гомель)
**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Мебельное производство в Беларуси – крупнейшая отрасль лесопромышленного комплекса по выпуску товаров народного потребления. Однако в настоящее время мебельные предприятия Беларуси находятся в сложном положении. Несмотря на отдельные позитивные моменты, на предприятиях наблюдается недоиспользование производственных мощностей, значительный износ основных фондов, составляющий более 50% в целом по отрасли.

Развитие рынка мебели Республики Беларусь идет по пути роста требований к качеству товаров и комплексу маркетинговой поддержки. Потребители становятся все более чувствительными к комфорту и качеству и определенная категория потребителей менее чувствительных к уровню цен. Удовлетворять усложняющиеся потребности клиентов на рынке продавцам и производителям становится все сложнее. В связи с этим усиливается роль маркетинга в работе предприятий.

Повышение эффективности деятельности служб маркетинга с позиции стратегического планирования предполагает:

- позиционирование службы маркетинга с учетом ее интеграции в систему управления;
- обеспечение влияния руководителей служб маркетинга на принятие решений, связанных с внутренней инвестиционной политикой, программой производства, инновациями и повышением качества;
- выработку организационно-методических основ функционирования системы маркетинга с учетом требований стандартов ИСО-9000;
- укрепление информационных связей с отделом маркетинга концерна «Беллесбумпром»;
- проведение бенчмаркинга;
- внедрение системы мотивации труда сотрудников отделов маркетинга за привлечение новых клиентов, успешную реализацию маркетинговых мероприятий;
- акцентирование внимания на разработке модульной мебели, из базовых элементов которой можно составить любой комплекс, использование экологически чистых и термо-влажностойких материалов;