

Информация заносилась в таблицу, по данным которой были построены диаграммы с целью проведения их анализа с учетом современных тенденций рынка и потребительского спроса.

Результатом проведения маркетингового исследования ОАО «Минский маргариновый завод» стали некоторые рекомендации по поводу упаковки продукции, разработки нового товара, а также улучшения качества продукции. Таким образом, основное внимание предприятию следует уделить улучшению качества продукции при параллельном принятии мер по рекламе и продвижению их на рынок (особенно это касается майонеза «Провансаль-люкс», у которого была изменена упаковка, и потребители перестали «узнавать» товар). При разработке нового товара наиболее вероятным и выгодным для предприятия вариантом является налаживание производства соусов на майонезной основе в упаковке Doу-рак или полиэтиленовом пакете (в зависимости от сегмента, на который будет ориентирован данный продукт). Также следует отметить, что в данной товарной категории полностью отсутствуют товары конкурентов белорусского производства, то есть конкуренция представлена только импортными производителями.

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

И.В. Полховская

*Филиал УО «Белорусский государственный
экономический университет» в г. Пинске*

Пять-шесть лет назад главным способом мотивации персонала служили деньги: высокая зарплата удерживала талантливых и квалифицированных, а дополнительные бонусы заставляли работать эффективнее. Сегодня ситуация изменилась.

Во-первых, пришедшие на постсоветское пространство, и в частности в Беларусь, западные фирмы показали впечатляющие результаты новых стандартов работы с персоналом: сотрудники трудились эффективней. Во-вторых, конкурентоспособность компаний стала определяться не только качеством продукции, но и сервиса, от уровня которого зависит степень приверженности работников ценностям компании. В-третьих, руководители осознали, что

терять кадры невыгодно: после увольнения лишь 20 % информации, накопленной ими за время работы, сохраняется в компании в виде документов, остальное «уходит» с ними.

Переломить ситуацию возможно путем создания целостной системы, основанной на универсальных принципах мотивации и понимающей индивидуальный подход.

Цель исследования – разработка системы мотивации на СП «Полесские аккумуляторы». Предметом исследования является мотивация к достижению успеха и избеганию неудач у рабочих предприятия.

Рабочим были предложены анкеты, разработанные по методике диагностики личности на мотивацию к успеху избеганию неудач Т. Элерса.

Среднее значение мотивации к достижению успеха (ДУ) в коллективе по средней арифметической взвешенной определяется по формуле

$$Cp(ДУ) = (\sum (X_i \cdot f)) / \sum f,$$

где X_i – уровень мотивации; f – частота появления уровня X_i во всей совокупности.

$Cp(ДУ) = (13 \cdot 1 + 14 \cdot 3 + 15 \cdot 3 + 16 \cdot 4 + 17 \cdot 2 + 18 \cdot 7 + 19 \cdot 7 + 20 \cdot 7 + 21 \cdot 8 + 22 \cdot 8 + 23 \cdot 6 + 24 \cdot 5 + 25 \cdot 2) / 63 = 19,825 \approx 20$ – умеренно высокий уровень мотивации.

Среднее значение мотивации к избеганию неудач (ИН) в коллективе по средней арифметической взвешенной:

$Cp(ИН) = (8 \cdot 6 + 9 \cdot 3 + 10 \cdot 2 + 11 \cdot 4 + 12 \cdot 7 + 13 \cdot 2 + 14 \cdot 6 + 15 \cdot 3 + 16 \cdot 4 + 17 \cdot 7 + 18 \cdot 4 + 19 \cdot 5 + 20 \cdot 4 + 21 \cdot 6) / 63 = 14,825 \approx 15$ – средний уровень мотивации к избеганию неудач.

Таким образом, на основании проведенных исследований видно, что в коллективе СП «Полесские аккумуляторы» преобладает мотивация к достижению успеха.

При построении системы мотивации на предприятии следует рассматривать следующие этапы:

1) идентификация личного интереса сотрудника и интересов предприятия. Интересы предприятия: заставить работать эффективней, с большей отдачей; удержать ценных сотрудников. Интересы сотрудника: высокое денежное вознаграждение, построение карьеры, интересная работа, хороший коллектив и т.д.;

2) соотнесение личного интереса сотрудника и интересов предприятия, выяснение степени их корреляции;

3) поиск и выработка формы реализации этих интересов, понятной для работников и эффективной для компании.

Для сотрудников, мотивированных на достижение успеха, формами реализации будут выступать: материальное вознаграждение и (или) повышение в должности, грамоты, благодарности, обучение сотрудника, приобретение новых навыков и умений, постановка новых интересных задач.

Для сотрудников с высоким уровнем мотивации на избегание неудач и наказаний действенными могут выступать штрафы, увольнение, понижение в должности.

АНАЛИЗ КАЧЕСТВ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

М.И. Рубанова

*Филиал УО «Белорусский государственный
экономический университет» в г. Бобруйске*

Западными учеными с целью определения требований, предъявляемых к современному менеджеру, были проведены исследования, на основании которых был составлен профиль компетентности евроменеджера. Для евроменеджера в первую очередь важна стратегическая компетентность. Глобальное и системное мышление, способность видения и способность решать проблему у евроменеджера стоят на первом месте, а профессиональная компетентность занимает последнее место в группе его качеств.

Для проведения анализа соответствия требований руководителей и евроменеджера на основании профиля евроменеджера были опрошены руководители малых предприятий, индивидуальные предприниматели г. Бобруйска, студенты Бобруйского филиала БГЭУ. Респонденты оценивали качества менеджера по пятибалльной шкале. По результатам проведенного опроса составлен профиль компетентности бобруйского менеджера.

Так, его профиль существенно отличается от профиля евроменеджера. Если у евроменеджера на первом месте стоит группа качеств стратегической компетентности, то у бобруйского первое место занимает функциональная компетентность. Социальной