

СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА РАБОТНИКОВ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР РОСТА КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

Раздерищенко В.Н.

(Гомельский кооперативный институт)

За период с 1990 по 1999 год численность населения, занятого в сельском хозяйстве сократилась с 19,1 до 15,3%. Устоявшаяся тенденция переселения сельских жителей в городскую местность еще раз подтверждает факт неравнозначных условий жизни на селе по сравнению с городом. В этих условиях повышение качества торгового обслуживания сельских жителей будет способствовать в некоторой степени росту их уровня жизни. Торговля системы потребительской кооперации занимается обслуживанием в основном сельских жителей. На наш взгляд, заинтересовать работников торговли в высокой культуре обслуживания может правильно разработанная система материального стимулирования труда работников.

Система материального вознаграждения является эффективной, если она способствует росту экономической активности работников, что в конечном итоге проявляется в повышении эффективности труда. Эффективность труда рассматривается в двух аспектах – экономическом и социальном. Причем отдельные показатели экономической эффективности наиболее полно могут быть оценены лишь при одновременном изучении показателей социальной эффективности. Например, оптимизация издержек обращения должна производиться при обязательном повышении культуры обслуживания населения.

В настоящее время такие показатели, как достижение объемов товарооборота и обеспечение рентабельной работы предприятия нашли отражение при премировании работников на торговых предприятиях потребительской кооперации. К тому же объем товарооборота при применении сдельной формы оплаты труда является основным показателем, влияющим на размер тарифной заработной платы. Кроме того, на отдельных предприятиях торговли при премировании продавцов учитывается соблюдение фактических остатков товарных запасов в соответствии с установленными экономически обоснованными нормами

в зависимости от типа магазина. Следует отметить, что данное условие премирования, безусловно, способствует повышению качества торгового обслуживания населения и приводит к росту социальной эффективности труда работников торговли. Остальные же показатели и условия премирования учитывают в основном рост экономической и при этом не затрагивают социальную эффективность, что отражается на качестве обслуживания населения.

В условиях конкурентного рынка игнорирование социального фактора привело бы к потере доли рынка. Однако ввиду того, сельская местность малопривлекательна для частного бизнеса низкое качество торгового обслуживания может не всегда привести к потере покупателей. В то же время, практически монопольное положение на рынке сельской местности не является фактором для снижения качества обслуживания, что еще раз подтверждает необходимость установления зависимости роста вознаграждения работника от повышения социальной эффективности их труда.

Степень экономической и социальной эффективности труда наиболее полно выражается в сумме получаемой прибыли. Поэтому использование прибыли в качестве стимула является одним из основных условий повышения эффективности труда.

Как было отмечено выше, работники торговли премируются в зависимости от достигнутого уровня рентабельности. При этом, главным условием при премировании является обеспечение рентабельной работы предприятия. Размер выплачиваемой работникам прибыли не зависит от суммы прибыли, получаемой предприятием, так как имеется установленная граница. Выход из сложившейся ситуации видится в разработке шкалы, в которой размер премии зависел бы от получаемой суммы прибыли.

Конечно, прибыль не должна быть единственным показателем, учитываемым при стимулировании труда. В условиях нестабильной экономики ее размер зачастую не зависит от усилий работников, поэтому все негативные явления рынка не должны отражаться на их зарплате. В то же время, более четкое установление зависимости части заработка от прибыли должно занимать одно из основных условий при стимулировании труда работников.