

А. А. Буракова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов

СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ КАК ПОТЕНЦИАЛ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Существует множество различных аспектов подхода к анализу, изучению и улучшению трудовой деятельности человека.

Одним из самых действенных способов стимулирования работников, увеличения товарооборота и повышения производительности труда является установление достойного уровня заработной платы на основе достигнутого результата. Эта система обеспечивает удовлетворение физиологических и материальных потребностей работника. Справедливая величина заработной платы формирует мотив самоуважения, признание и поддержание социального статуса. Также немалую роль играет способность руководства компании судить о степени и качестве выполнения работы сотрудниками, выявлять резервы экономического роста и вовремя определять, в какой мере материальное стимулирование труда способствует росту товарооборота, прибыли, повышению заинтересованности работников в достижении высоких конечных результатов.

Для малых организаций, имеющих небольшое количество сотрудников, наилучшим путем повышения производительности труда будут мероприятия без сокращения издержек на содержание штата.

На примере небольшой организации, осуществляющей оптовую продажу и имеющей небольшой сервисный центр по ремонту, была разработана система материального стимулирования работников.

Увеличение товарооборота напрямую зависит от сумм заключенных сделок и отгрузок товаров для занимающегося продажами отдела и от среднего чека на обслуживание клиентов для сервисного центра соответственно. Все эти манипуляции зависят непосредственно от исполняющего обязанности человека, поэтому для точного достижения цели необходимо продуманное стимулирование.

Руководителем организации ежеквартально составляется и утверждается план продаж, который должен быть выполнен каждым сотрудником отдела продаж. Согласно разработанной системе мотивации должностной оклад будет увеличен в зависимости от процентного превышения нормы плана по продажам.

К примеру, при превышении нормы продаж, установленной планом руководителя, на определенный процент, работник получит часть разницы в качестве премии, чем обеспечит увеличение своего оклада.

Согласно системе стимулирования для работников сервисного центра, работа которых зависит от выполненных работ, увеличение

оклада будет также влиять на сумму премиальных. Размер премии будет зависеть от дополнительно заключенных/оказанных услуг, помимо тех, что будут в ежедневном плане заявок. При продаже сопутствующих товаров либо оказании дополнительных услуг, таких как дополнительная диагностика оборудования, каждый работник получит процент от стоимости всех дополнительных операций. Отдельным пунктом можно выделить процент от продажи фирменного оборудования или товаров-партнеров.

Следовательно, коллективная слаженная работа, четкое выполнение своих обязанностей, рациональное использование рабочего времени, внедрение предложенной системы стимулирования и общая заинтересованность в финансовом результате организации позволят увеличить прибыль торговой организации.

Е. Д. Важник
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Влияние малого и среднего бизнеса на экономику очень велико, этот факт не поддается опровержению. Без бизнеса рыночной экономике будет очень сложно нормально функционировать и развиваться. Малый бизнес в рыночной экономике — ведущее направление, формирующее и определяющее практически все ее аспекты, начиная темпами экономического роста и заканчивая увеличением доли валового национального продукта. Причем в странах, где малый бизнес очень развит, на его долю приходится порядка 60–70 % ВВП, поэтому в большинстве стран деятельность предпринимателей считается очень важной и всячески поощряется [1, с. 12].

Малый и средний бизнес имеет ряд очень важных достоинств [2, с. 65]:

- 1) увеличение доли экономически активного населения;
- 2) увеличение количества собственников, которые составляют костяк так называемого среднего класса;
- 3) создание большого количества рабочих мест с низкими капитальными затратами;
- 4) отбор наиболее мотивированных и способных личностей, которые в дальнейшем смогут поддерживать сектор малого предпринимательства;