# ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА РАБОТНИКОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Петренко Евгений Васильевич**

студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

## Features of motivation and stimulation of labor of employees of the trade organization

***Evgeny Petrenko***

*student, Novosibirsk state University of Economics and management, Russia, Novosibirsk*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются сущность мотивации и стимулирования труда, а также необходимость и особенности мотивации и стимулирования труда работников торговых организаций.

**Abstract.** In this article the essence of motivation and stimulation of work, and also need and features of motivation and stimulation of work of employees of the trade organizations are considered.

**Ключевые слова:** мотивация, стимулирование труда, методы мотивации, материальное стимулирование, торговая организация, заработная плата.

**Keywords:** motivation, stimulation of labor, methods of motivation, material stimulation, trade organization, wages.

Мотивация представляет собой процесс стимулирования персонала предприятия к продуктивной трудовой деятельности. Целью этого процесса являются удовлетворение собственных интересов и потребностей наемных работников и достижение целей предприятия.

Применительно к труду мотивация – это стремление к удовлетворению своих индивидуальных потребностей посредством работы, направленной на достижение целей и задач организации, причем под термином «работник» подразумевается сотрудник, как элемент функциональной структуры организации. Стимул – побудительная причина деятельности и поведения человека, заинтересованного в совершении чего-либо, в получении социального одобрения или неких материальных благ. Стимулирование труда – это мера или комплекс мер, направленных на удовлетворение конкретных потребностей сотрудника. В большинстве случаев этот комплекс мер, прямо или косвенно, направлен на материальное поощрение работника Таким образом, мотив – это некий сигнал, который побуждает к действию ради достижения результата. Стимул же выступает в роли катализатора деятельности работника, приближающего его к цели. [1]

Потребности и интересы работника и руководителя торговой организации, как работодателя, отличаются. Приоритетом работника выступает достижение личных целей, получение общественно-значимых благ. Для руководителя торговой организацией целью управления мотивацией и стимулированием персонала, прежде всего, выступают экономические интересы, достижение финансовых и иных плановых целей, часто интересы работника и работодателя могут быть противопоставлены друг другу. При этом основанным показателем эффективности торговой организации будут ее экономические результаты, которые определяются количеством и качеством труда (выручка, прибыль, рентабельность продаж и рентабельность персонала, производительность труда). [2]

Эффективное управление персоналом в целом и мотивацией и стимулированием в частности, в организации невозможно без правильного понимания руководством процесса мотивации труда персонала. Необходимо знание о том, что движет человеком, какие мотивы лежат в основе его действий, и каким потребностям они соответствуют. Понимание этого процесса позволит торговой организации разработать действующую систему стимулирования персонала, которая будет соответствовать их интересам и ожиданиям, порождаемым у них физиологическими или психологическими недостатками чего-либо. [3]

В своей деятельности руководство торговой организации в качестве стимулирующих средств может применять материальное стимулирование и нематериальное.

Однако на сегодняшний день выявлено, что материальное стимулирование остается ключевым фактором заинтересованности персонала в трудовой деятельности.

В мотивации персонала торговой организации нужно применять соответствующий подход. Чтобы мотивировать продавца или менеджера продаж, у него должна быть четко поставлена цель, дойдя до которой будет реальный результат. Должен быть план на год, квартал, месяц и возможно даже неделю или день.

Смысл планирования в том, чтобы поставить ближайшие задачи и настроить сотрудника на рабочий лад. Используемый символ, например, в виде флажка, который олицетворяет лучшего продавца, также является неплохим приемом положительной мотивации сотрудников [4].

Отрицательная мотивация в качестве штрафов и наказаний в торговой организации является не эффективным методом, так как сотрудники, которые подвергаются постоянному давлению, долго в организации не задержатся, даже если имеется высокая заработная плата.

Из отрицательных факторов для персонала торговой организации существует тот факт, что работнику по продажам приходится слышать подавляющее большинство отказов. Чтобы избежать отрицательных эмоций, необходимо заблаговременно ознакомить с соотношением количества положительных ответов к отрицательным. Заработная плата торгового работника обязательно должна содержать в себе такую часть как оклад, который во многом дает ощущение стабильности и уменьшает риск, что сотрудник уйдет из торговой организации. Необходимо также вводить в процесс стимулирования торговых работников комиссия или процент от продаж, чтобы повысить тем самым мотивацию продать.

Часто в практике встречается, что работник сам не осознает основные мотивы его деятельности, не до конца понимает их, что во многом снижает его мотивацию к труду. Большинство организаций, уделяя внимание профессиональному развитию сотрудников, забывают об их физическом и моральном развитии. Необходимо отслеживать, чтобы работа соответствовала состоянию здоровья сотрудника, помимо уровня интеллекта и уровня опыта в данной сфере деятельности.

Когда руководство заботится о коллективе, уделяет достаточно времени, внимания, выделяет средства на обучение и повышение квалификации своих сотрудников, то есть заинтересовано в инвестициях в персонал, которые впоследствии сполна окупятся, когда для сотрудников система мотивации ясна, доступна и понятна, то можно вполне быть уверенными, что эффективность продаж в торговой организации с каждым месяцем будет расти [5].

Таким образом, можно подвести итог, что эффективное стимулирование персонала торговой организации невозможно, если не учитывать их трудовую мотивацию. Система стимулирования должна включать материальную и нематериальную составляющую, быть гибкой, индивидуализированной к разным категориям персонала, должны учитываться особенности и специфика работы в торговой сфере, стимулировать объем продаж, производительность труда.

**Список литературы:**

1. Адамская Л.В., Ковалев А.С. Мотивация и стимулирование в управлении персоналом // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – № 4 (17). – С. 17-19.

2. Заруцкая Е.А. Мотивация и стимулирование труда персонала организации // Вестник Тверского государственного университета. – 2018. – №1. – С. 120-126.

3. Литвинова Н.П. Формирование системы мотивации персонала: практический аспект. В сборнике: Экономические, экологические и социокультурные перспективы развития России, стран СНГ и ближнего зарубежья Материалы II Международной научно-практической конференции. ответственный редактор И.Г. Воробьева. 2015. С. 69-76.

4. Хабирова Г.Ф.Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала фирмы // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2017. – № 20-2. – С. 40-42.

5. Юркова И.Г., Яхутль Е.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала в сфере продаж // Развитие и актуальные вопросы современной науки. – 2017. – № 7. – С. 191-193.