

Конечно, если есть такая возможность, лучше избавиться от ситуации, вызывающей стресс. Но это далеко не всегда возможно. В таких случаях наилучшим вариантом является изменение отношения к проблеме. Большую помощь в этом могут оказать техники рационально-эмотивной (когнитивной) психотерапии.

УДК 331.101.38

ТРУДОВАЯ МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Мещерякова И.А., аспирантка

Научный руководитель Давыденко Л.Н., д-р экон. наук,
профессор кафедры «Международный туризм»

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

Основным подходом в системе мотивации должны быть: 60-70 % зарплаты сотрудника-это фиксированная часть, 30-40% бонусная (мотивационная) часть. Под бонусной частью в данном контексте понимаются все виды премий, установленные системой мотивации.

Существуют специальные исследования аудиторских или консалтинговых компаний коридоров рынка зарплаты: зеленый коридор («типичная зарплата» на рынке соответствующая стандартной квалификации сотрудника); желтый коридор - величина, соответствующая уровню оплаты труда ключевых сотрудников; красный коридор - величина заработной платы, устанавливаемая сотрудникам высокой квалификации.[3,с.328]

Применив уровень зарплат в разрезе должностей в банке по сравнению с рынком, необходимо определиться, имеет ли смысл повышать уровень зарплаты тем сотрудникам, которые находятся в зеленом коридоре и ниже до уровня красного коридора и выше. Если да, то имеет смысл повышать не фиксированную, а бонусную, т.е. предложить условия, при которых банк поделится прибылью с сотрудником, соответственно приложенным им усилиям.[2,с.224]

Особое внимание стоит уделить системе долгосрочного поощрения. Данная система фокусируется на эффективности деятельности,

входящей за рамки временной шкалы в размере одного года. Целью является учет долгосрочных рисков, создание культуры эффективной деятельности, создание культуры права собственности (развивается привязанность сотрудника к данному банку).

Основные правила долгосрочной системы мотивации заключаются в том, что выплата заработанного бонуса (30-40% зарплаты) растягивается на 3-5 лет. Сотрудникам бизнес-направлений – из-за незаконченных сделок и учета нереализованных рисков. Сотрудникам не бизнес-направлений – для целей привязки к данному банку.

Из той части бонусов, которая направляется на выплату в текущем году, наличными выплачивается 20-30%, остальное – в виде акций или других ценных бумаг.

Необходимые условия для эффективной организации и успешного применения долгосрочных систем поощрения:

- организационная структура должна позволять осуществлять независимую агрегированную оценку подверженности кредитной организации все видам риска и соотнесение результатов такой оценки с капиталом.[1,с.9]

Подразделение, осуществляющее такую оценку, должно быть независимо от подразделений, связанных с принятием рисков и подчиняться непосредственно совету директоров или правлению банка.

- процедуры долгосрочных систем поощрения должны быть интегрированы в систему стратегического управления и систему управления рисками.

- банк должен иметь методику и автоматизированную систему измерения доходности с учетом риска, на основании которой возможно непосредственное сопоставление прибыльности различных направлений деятельности.

- банк должен разработать и принять собственную методику расчета бонусной программы мотивации с учетом риска в разрезе краткосрочной и долгосрочной части.

Список литературы

1. Герчиков, В.И. Нематериальное стимулирование персонала [Текст] / В.И. Герчиков // Мотивация и оплата труда. - 2005. - №1. – 9 с.

2. Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие / Под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 224 с.

3. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда [Текст]: учебник / Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гужина. — Москва: КНОРУС, 2011. — 328 с.

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Миронова В.В., магистрант
Научный руководитель Богданович Е.Г., канд. ист. наук, доцент

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Главная цель маркетинговой стратегии предприятия легкой промышленности – это увеличение объема продаж выпускаемой продукции. Осуществляя ее разработку, нужно постоянно собирать и анализировать информацию как о конкурентах, та и о потребителях продукции.

Одно из основных правил для разработки маркетинговой стратегии предприятия легкой промышленности – это стараться определить, что нравится целевым клиентам предприятия, а что нет.

Необходимо, чтобы маркетинговая стратегия предприятия легкой промышленности представляла собой некое уникальное соединение основных характеристик, дизайна, качества, обслуживания и стоимости. Финансы, производство, бухгалтерия и другие стороны деятельности предприятия не так уж и важны, если на ее товары и услуги нет достаточного спроса, который и дает предприятию возможность получать прибыль. Другими словами, финансовый успех организации в значительной степени зависит от эффективности ее маркетинговой службы. Коммерческий успех, для которого создается маркетинговая стратегия предприятия легкой промышленно-