

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В КОМПАНИЯХ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

*М.А. Кибук, К.А. Касперская, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

*Резюме – В данной статье определяется важность правильной мотивации сотрудников для общего развития компании и достижение целей организации; сравнить различные методы и приемы мотивация сотрудников на примере компании «Свитанок».*

*Resume – This article determines the importance of proper employee motivation for the overall development of the company and the achievement of the organization's goals; compare different methods and techniques of employee motivation using the example of the «Svitank» company.*

**Введение.** Все чаще говоря об управлении компанией, можно столкнуться с тем, что одной из комплексных задач является управление персоналом, и особенно мотивация персонала. В настоящее время этот вопрос остается наиболее серьезным и актуальным еще и потому, что мотивация напрямую влияет на производительность труда. Работа, связанная с производством текстильных изделий, часто сталкивается с изменениями в потребительском спросе на эти товары, волатильностью требования заказчика и изучение нового оборудования и технологий. Достижение конечной цели возможно только при эффективной работе каждого члена команды. Вот почему нужна надлежащая система мотивации, которая будет отвечать интересам каждого.

**Основная часть.** Конечно, богатство всегда было лучшим мотиватором. Корректна оплата труда повышает производительность и качество работы. Мотивация персонала может быть, как материальной, так и нематериальной. Примерами материального вознаграждения являются дополнительные выплаты за перевыполнение рабочих планов (бонусы, проценты по сделкам), поощрение людей, ведущих здоровый образ жизни, оплата абонентской платы Гимнастический зал; медицинское и социальное страхование; материальная поддержка к праздникам (дни рождения, свадьба, юбилей), в экстренных ситуациях (смерть близких, грабеж, пожар). А примерами нефинансовых стимулов являются бесплатные или частично оплаченные путевки в санаторий для всех участников или в базы отдыха, скидки на покупку различных вещей, товаров; гибкий график выполнения профессиональных обязанностей.

Однако в современных реалиях все чаще возникает вопрос о том, что, помимо денег, может мотивировать персонал. По результатам исследования определить наиболее эффективный из методов нематериального стимулирования среди сотрудников Свитанка было установлено, что основными стимулами являются интерес (28%), хорошая команда (16%) и удовольствие (13%). Не менее существенными факторами для людей оказались такие факторы, как отсутствие контроля и давления, глубокое моральное удовлетворение, перспективы бизнеса, его полезность, самореализация и потребность в творчестве [1]. Особую роль играют умственные и нравственные приемы мотивации. Эти методы помогают профессионально развивать сотрудников и повышать их эффективность. Самые популярные методы:

- 1) психический и социальный диагноз. Это позволит выявить разрывы между сотрудниками и поможет устранить эти разрывы;
- 2) проводить различные тренинги или соревнования, которые позволят выявить лидерские качества в коллективе;
- 3) создание атмосферы предприятия. Например, изменить дизайн шкафов, добавить к стене фотографии всего отдела, добавьте расслабляющую музыку, которая позволит вам проявить творческий подход в ежедневной работе [3].

В качестве моральной похвалы используют:

- 1) похвала работника всей командой;
- 2) личная благодарность устно или письменно от руководителя.

Любой из вышеперечисленных способов мотивации применяется ежедневно на отечественных предприятиях Республики Беларусь, в том числе в Свитанке. Однако одно правило или лучше способ мотивации не существует. Часто нематериальные методы вознаграждения помогают достичь желаемый результат намного быстрее, чем наличные платежи. Невозможно добиться высоких результатов в управлении персоналом, используя только 1 из представленных методов. Наиболее правильным решением является немедленное использование комплекса мер, направленных на стимулирование работы персонала. Вероятно, большинство не согласится с утверждением, что внутренняя мотивация не всегда сильный. Но, несмотря на это, часто именно она побуждает к действию. Особое значение имеет внутренняя мотивация персонала на предприятиях текстильной промышленности, так как не каждый специалист согласится выполнять работу, которая ему не нравится. Вот почему человеку нужна мотивация. Самомотивация – это способность мотивировать себя выполнять любые действия, которые не вызывает никакого интереса. Человек с мотивацией не ждет приказов, а самостоятельно устанавливает цели и задачи, а также стремится к их достижению. Человек должен научиться настраиваться на выполнение необходимых работ, постановка четких перспектив. Каждый сотрудник может поставить свою собственную цель: купите новый автомобиль, станьте главой отдела или открыть собствен-

ный бизнес. Неважно, какой будет эта цель главное, чтобы она была. [2] Таким образом, можно отметить, что сегодня для менеджера важно полагаться не только на материальную мотивацию персонала выгодно, но также уделяют особое внимание социально-психологическим мотивам.

**Заключение.** Для того, чтобы компания была конкурентоспособной на рынке труда, предлагать работникам не только достойную заработную плату, но и учитывать взаимоотношения внутри коллектива, необходимость обеспечения системы профессионального роста и развития и особенно прислушиваться к мнению сотрудников.

В компании Свитанок руководство использует как социально-экономические, так и социально-психологические методы мотивации персонала для стимулирования работы сотрудников. Важным экономическим методом мотивации персонала в компании является заработная плата, а также различные виды доплат и пособия: оплата сверхурочных и выходных. Работникам оказывается материальная помощь в связи с трудными материальными условиями. События социальной мотивации персонал в компании: развитие персонала (обучение за счет компании). В компании необходимо усилить моральное стимулирование персонала. Требуется индивидуальный подход к каждому. человек, и различные меры стимулирования. Конкурсы профессионального мастерства должны проводиться в масштабе компании; присваивать за достигнутые результаты звание лучшего в определенной области и т. д.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Монтик, О. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов специальности 1 -26 02 01 «Бизнес-администрирование» / О. Н. Монтик, С. В. Шевченко; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2016.

2. Устинович, И. В. Операционный менеджмент [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению расчетно-графической работы для студентов специальности 1 -26 02 01 «Бизнес- администрирование» / И. В. Устинович; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2017.

3. Устинович, И. В. Организация производства и управление предприятием [Электронный ресурс]: методические указания и индивидуальные задания к практическим занятиям для студентов специальности 1 -25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / И. В. Устинович; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2016.

УДК 330.8

#### АНАЛИЗ КУЛЬТУРНЫХ ТЕОРИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*М.А. Кибук, К.А. Касперская, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

*Резюме – Предприниматели считаются семенами развития отраслей промышленности. Предприниматели играют важную роль в процессе реализации бизнеса и продвижения. Иначе говоря, предприниматели – это лица, ответственные за управление и организацию бизнеса посредством разумного использования теорий предпринимательства. Различные теории предпринимательства актуальны для развития бизнеса, который помогает бенефициарам работать продуктивней. Цель этих теорий заключается не только в повышении квалификации и знаний предпринимателей, но и в том, чтобы помочь им применять их на практике, выявить риски и найти пути их уменьшения.*

*Summary – Entrepreneurs are regarded as the seeds of the industries development. Entrepreneurs are really important in the process of business implementation and its promotion. To put it another way, entrepreneurs are the people who are in charge of managing and organizing the business by the reasonable use of the theories of entrepreneurship. The different theories of entrepreneurship are relevant for the business development which helps the beneficiaries to work more productively. The objective of these theories is to improve the knowledge and skills of the entrepreneurs and to encourage them implement them into practice, identify risks and find ways to reduce them.*

**Ведение.** Не существует ни одной универсальной теории, которую могли бы использовать и применять предприниматели. Каждый человек несет ответственность за свой культурный выбор. Предприниматели – один из важных продуктов культуры. Предпринимателям важно применять свои культурные ценности в культурной среде. Культурная теория предпринимательства помогает влиять на стейкхолдеров их предприятия, внушая им важность культуры по отношению к бизнесу. Культурные теории предпринимательства дают обширные знания о некоторых традиционных и эффективных теориях предпринимательства.

**Основная часть.** Теория Хозелица. Социокультурная теория Хозелица основана на предположении, что каждый индивид наделен социальной и культурной властью. По его словам, предприниматели могут развиваться там, где хорошо развито общество. Большинство предпринимателей — выходцы из определенного социально-экономического класса. Хозелиц опирается на концепцию о том, что культурно маргинальные люди в обществе считаются культурно развитыми, а принадлежащие к хорошо развитому обществу считаются имеющими