

Торговые марки «Айсберг», «МАГ», «Новый Лотос», «Детский-М», «Универсал», «Оптим», «Алеся», «Няня», «Ангора», «Дин», «Блик», «Экспресс», «БелаФлор», «Янтарь» и др.

В итоге Беларусь имеет в лице «Бархима» высокоавтоматизированное производство, где контроль и управление дозирования компонентов и других технологических процессов осуществляется при помощи компьютерной управляющей системы. А самое главное – завод может предложить белорусскому рынку синтетические моющие средства и другие товары бытовой химии высокого качества по сравнительно низкой цене.

Для обеспечения конкурентоспособности товаров ОАО «Бархим» предлагается проведение следующих мероприятий:

– предполагается расширение ассортимента производимой продукции, за счет организация выпуска новой линейки синтетических моющих средств для детского белья Kinders M New Born.

– активизация рекламной деятельности на основе создания корпоративного героя, который сделает запоминающейся любую рекламу предприятия, зацепит внимание зрителя, вызовет импульс, побуждающий к приобретению.

– освоение инновационных технологий: снабжение якорной мешалки дополнительными элементами, которые позволят усилить турбулентность жидкости и интенсивное перемешивание во всем объеме аппарата.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Крюков, А.Ф. Управление маркетингом: учебное пособие/ А.Ф. Крюков. – М.: КНОРУС, 2005. – 161 с.

УДК 331.101.3

Студ. А.В. Башинская, студ. В.Н. Лисицкая  
Науч. рук. доц. Е.В. Мещерякова  
(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА

В современном менеджменте вопрос мотивации персонала приобретает все большую актуальность. Любой руководитель должен уметь формировать мотивацию работников и использовать эффективные стимулы. Главной задачей современного менеджмента является создание таких условий труда, при которых побуждать людей работать на

организацию, однако большинство считало, что для этого достаточно простого материального вознаграждения. Но в современных условиях приоритеты изменились, и теперь нематериальные мотивы также играют очень важную роль при выборе места работы.

Креативные способы мотивирования, выходящие за рамки общепринятых, на практике могут дать максимальный эффект [1]. Рассмотрим их:

1. Социальная поддержка. На Дальневосточной железной дороге внедрен компенсируемый социальный пакет. Работнику устанавливается определенный лимит средств, в пределах которого он вправе самостоятельно выбрать необходимые ему социальные услуги.

2. Организация гибкого графика работы сотрудника. Служащие должны отработать в неделю определенное количество часов, причем они могут самостоятельно распределять свое рабочее время.

3. Дисконтные карты. В некоторых компаниях предусмотрена выдача поощряемым работникам дисконтных карт на приобретение товаров в своем же магазине.

4. Оплачиваемые централизованные обеды. Так как сотрудникам обычно приходится работать по 10-12 часов в день, руководство супермаркета «Сотка» считает, что необходимо заботиться о том, чтобы их сотрудники были сытыми.

5. Отгул из-за расставания. Владелица маркетинговой компании «Hime&Company», где все сотрудники женщины, использует в качестве методов стимулирования отгулы для сотрудниц, которые расстались со своими любимыми. Это время необходимо японским труженицам, чтобы вдоволь настрадаться и пережить разрыв. А вернувшись, они полностью отдаются работе.

6. Интересные названия для должностей. Во время руководства Уолта Диснея прачечные при отелях были переименованы в «текстильные службы». С тех самых пор эти подразделения встали в один ряд с маркетинговой и клиентской службами, однако попасть в них намного проще.

Стив Джобс переименовал должности консультантов своего офиса «Apple» в должности «гении».

7. Компенсация полного отпуска. Компания «Вим-Билль-Дан» предлагает своим служащим «отпускной бонус». Для его получения служащий должен отгулять все 28 дней и предоставить документальное подтверждение того, что он не остался дома.

8. Доплата за здоровье. Сеть магазинов «Седьмой континент» поощряет персонал денежными премиями за «неболение».

9. Поездка в Австралию. Компания «Мастерфайб» ввела

корпоративную валюту – «кенга». В конце трудовой недели каждый служащий получает 10 «кенга» и кладет их на «счет» коллеги, который на этой неделе трудился лучше всех. Коллега, накопивший максимальное количество «кенга», получает золотую монету. Собрав пятьдесят золотых, работник получает право посетить Австралию за счет компании.

10. Квартира за телефон. Сеть магазинов, занимающихся реализацией мобильных телефонов, провела беспрецедентную акцию для своих продавцов-консультантов. За каждый проданный телефон сотрудник получал один квадратный сантиметр жилья. Спустя несколько месяцев подвели итоги акции. Победитель накопил 20 квадратов жилой площади.

11. Корпоративный детский сад. «СКБ Контур» открыла для своих служащих корпоративный детский сад.

12. «Оскар» для сотрудников. Руководство компании «Nayada» придумывает почетные титулы: самый быстрый продавец, виртуоз компании, душа офиса, новатор. Номинант вправе выбрать свою награду из перечня предложенных. Например, ужин в ресторане, посещение СПА-салона или шопинг в магазинах-партнерах.

13. «Звериная» работа. «ВВН» мотивирует своих сотрудников антиоскаром. Начальники, чьи сотрудники стали худшими по показателям за месяц, получают живую черепаху Дашу, за которой придется ухаживать. Эта рептилия постоянно живет в офисе, поэтому перепоручить ее родственникам или друзьям не удастся.

14. Конкурсы по интересам. Многие компании для повышения командного духа своих сотрудников проводят конкурсы по интересам: спортивные или творческие. МТС практикует проведение «Лиги чемпионов», а MacDonal'd's – «Голос МакДональдз», а вот сотрудники американского банка «WellsFargo» более 60 лет назад организовали самый настоящий хор.

15. Отличные условия труда. Объект зависти и восхищения компании Google является Googleplex, который вместил в себя помимо собственно рабочих помещений спортивный комплекс, небольшую клинику, химчистку и парикмахерскую. Многие компании в своих офисах несколько кабинетов адаптируют под спальни.

16. Прибавка к зарплате в виде лотереи. Крупная японская компания споры об ежегодной прибавке к зарплате решила весьма интересным способом: сотрудники кидают игральные кости. Цифра, попавшаяся сотруднику, становится процентом прибавки к зарплате (1-6%).

17. Питомцы на работе. Компания «Airbnb» позволяет своим сотрудникам брать с собой на работу домашних питомцев. Руководство считает, что так сотрудники не тоскуют по своим любимцам и могут

полностью погрузиться в рабочий процесс.

18. Жениться или разводиться? Компания «NihonShoken» поощряет браки между сотрудниками. И даже выдает каждому молодожену ежемесячный бонус в размере \$10. А вот одна английская компания в качестве поощрения покрывает своим сотрудникам расходы на развод с супругой или супругом.

19. Оплаченное образование. В компании «Johnson&Johnson» лучшим сотрудникам оплачивают образование MBA и повышение квалификации. В российском офисе компании IBS некоторых консультантов после особо сложных проектов отправляют на отдых на Канарские острова за счет работодателя. В компании «Staffwell» один раз в год в качестве поощрения лучшие сотрудники компании вместе с основателем отправляются в трехдневное путешествие в какую-либо страну.

20. День работы вне офиса. В компании «Yota» один раз в месяц штат сотрудников трудится на свежем воздухе, в кафе или везде, где есть Wi-Fi и простор, чтобы уместиться всем коллективом.

Как видно из приведенных примеров, для стимулирования персонала можно включить фантазию, сопоставить придуманное с интересами и потребностями сотрудников, и создать новый способ мотивации, который можно попробовать внедрить в организации. Новые способы стимулирования, используемые только в вашей организации, позволят придать неповторимость вашей корпоративной культуре, приведут к тому, что работники с большим удовольствием будут ходить на работу и, в конечном итоге, неминуемо скажутся на экономических результатах деятельности организации.

УДК 005.96:159.9658.114.3(100)

Студ. Д.С. Кастрицкая  
Науч. рук. доц. Е.В. Мещерякова  
(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ**

Управление персоналом – это одна из наиболее важных сфер жизни каждой организации, грамотные руководителя в этой области которой способны значительно повысить конечную ее эффективность. Успешная деятельность любой организации зависит не только от квалификации персонала, но и от умелого использования кадров, технологий кадровой работы [1].

Отсутствие в организации четко продуманной стратегии и тактики управления персоналом не позволяет организации использовать весь по-