

## **ОРГАНИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ КОММЕРЧЕСКОГО И ХОЗЯЙСТВЕННОГО РАСЧЕТА**

**Руденок Е.Г.**

**Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

Эффективная работа организации в рыночных условиях возможна лишь при правильно организованном и четком взаимодействии всех внутренних подразделений, заинтересованности трудовых коллективов и отдельных работников в высоких конечных результатах.

Как показывает практика, провозглашение коммерческого расчета как принципа и метода хозяйствования на уровне первичного звена экономики, базирующегося на сопоставлении затрат с результатами, прямо и непосредственно не обеспечивает материальную заинтересованность работников и их экономическую ответственность за результаты своего труда.

Материальное стимулирование в достижении высоких результатов производства – необходимое условие успешного осуществления коммерческого расчета. Рациональная система материального стимулирования положительно влияет на все стороны деятельности организации и ее подразделений. Чтобы система поощрения была наиболее действенной, она должна удовлетворять одному общему требованию: уровень материального стимулирования подразделений, участков, отдельных работников должен находиться в соответствии с их результатами работы и отражать их вклад в экономику организаций зерноперерабатывающей отрасли.

Система мотивации персонала – один из важнейших вопросов, разработка и внедрение на практике подобной системы. При этом необходимо точно определить основные термины. Мотивация – это сознательный выбор личностью определенного типа поведения, а стимулирование — это целенаправленное воздействие на личность, создание внешней среды, побуждающей действовать заданным образом. Стимулирование – это тактика решения проблем повышения эффективности труда, которая побуждает работников лучше трудиться за счет удовлетворения их потребностей. Система мотивации персонала включает в себя взаимосвязанные стратегии, политики, процессы и процедуры вознаграждения сотрудников. Размеры и виды вознаграждений определяются в зависимости от личного вклада каждого человека в достижение целей организации, его умений и компетенций, при этом учитывается занимаемая работником должность и ее стоимость на рынке труда.

Таким образом, при формировании мотивационной политики организация обязательно должна:

- согласовать интересы акционеров и сотрудников относительно способов достижения корпоративных целей и задач через реализацию индивидуальных способностей;
- повысить заинтересованность работников в персональных результатах труда;
- создать возможности для повышения уровня профессионализма и роста результативности труда персонала;
- поддерживать инновационные предложения и действия сотрудников.