

Библиографический список:

1. Аболонин, С. М. Бизнес-план автотранспортного предприятия / С. М. Аболонин, А. В. Пахомов. М. : Транспорт, 2009.
2. Аванесов, Ю. А. Основы коммерции на рынке товаров и услуг: учеб. для вузов М. : 2005.

PLANNING AND COMMERCIAL ACTIVITY ATP

Volkov P.S., Subaeva A.K.

Keywords: *elements of commercial activity, a place of transport service in commerce, intra production planning of ATP*

Work is devoted to bases of commercial service and planning of economic activity. At carrying out research by authors it is revealed that in the Russian ATP, isn't present while the isolated large commercial services, various functions of commercial work are distributed between separate divisions of the enterprise that is incentive for creation of commercial services.

УДК 631.152:15

ВОСПИТАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ, КАК МЕТОД ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПЕРСОНАЛ ОРГАНИЗАЦИИ.

А.Н. Михайлова, 3 курс, экономический факультет
Научный руководитель - доцент кафедры экономики и
управления на предприятиях АПК Лапина Г.В.
ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»

Ключевые слова: лояльность, стимулирование, мониторинг, результативность.

Лояльность сотрудников является актуальной для любого предприятия. Ее необходимо «воспитывать», если конечно предприятие хочет успешно развиваться, а для этого необходимо сформировать такой коллектив, который будет предан своему делу, сотрудники качественно и своевременно выполняют свою работу, тем самым увели-

чивают производительность предприятия.

Статистические исследования, проведенные в России, показывают, что 2/3 персонала время от времени задумываются о переходе в другие организации. Примерно треть из них задумывается о смене организации из-за зарплаты. Примерно 50% работников становятся устойчиво лояльными через 10 лет работы в ней, а треть - после 5 лет работы и более. Формирование лояльности персонала - длительный процесс, напрямую связанный с корпоративной культурой предприятия и организацией работы по развитию и закреплению персонала. Процесс всегда требует бюджета[1].

В нынешних условиях финансово-экономического кризиса вопрос лояльности персонала приобретает особое звучание. Нелояльность персонала организации обычно нарастает постепенно, проходя два скрытых этапа - от недовольства решениями руководства предприятия и тихого саботажа его решений к открытому выступлению (бунт).

Лояльное отношение к организации предполагает верность сотрудника целям, интересам, ценностям, направленности деятельности и сохранение собственности организации.

Но лояльность сотрудников базируется не только на деньгах. Все большее значение приобретают факторы нематериального стимулирования. Признание коллегами и руководством, понимание важности деятельности, ответственность и ощущение компетентности, возможность профессионального развития. Если руководство не замечает достижений персонала, легко получить кадровую нестабильность и увольнение сотрудников. Люди, не чувствующие заботы работодателя, уходят, как только появляется шанс зарабатывать больше.

Показатели лояльности:

- заинтересованность сотрудника в организации, точнее в ее деятельности;
- преданность своему делу, своей работе;
- желание повышать профессиональный уровень, и свой и своего подчиненного;
- творческий подход к предложениям, поступающим от начальства;
- проявление желаний улучшить организацию, инициатива;
- цели организации и цели сотрудника совпадают.

Большинство руководителей признает тот факт, что продуктивность работы персонала зависит не только от профессионализма и компетентности сотрудников, но и от того, как они относятся к выполняемой работе. Отношение сотрудников к своей работе зависит от ряда факторов, которые в совокупности определяют степень удовлетворенности и ло-

яльности персонала.

Можно выделить 6 ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность и лояльность персонала предприятия:

1. Взаимоотношения с коллегами и руководством предприятия - насколько комфортная обстановка сложилась в коллективе и во взаимоотношениях с руководством;

2. Содержание и характер выполняемой работы - насколько сотрудники удовлетворены той работой, которую они выполняют;

3. Оплата труда и льготы - насколько справедливо, по мнению сотрудников, предприятие вознаграждает их труд;

4. Обучение и развитие - насколько полезной и необходимой считают сотрудники систему корпоративного обучения и развития;

5. Изменения и инновации - как сотрудники воспринимают проводимые в организации изменения и насколько готовы участвовать во внедрении инноваций;

6. Корпоративная культура и ценности - насколько сотрудники принимают и разделяют корпоративные ценности и идеологию.

Согласно статистике, высокий уровень удовлетворенности и лояльности побуждает сотрудников прикладывать больше усилий для качественного и своевременного выполнения своей работы, тем самым увеличивая производительность предприятия и способствуя достижению его стратегических целей.

Снижение уровня удовлетворенности и лояльности персонала напротив, тормозит развитие предприятия, понижает результативность сотрудников и увеличивает вероятность ухода ценных кадров из организации. Поэтому очень важно **вовремя распознать** первые признаки негативных изменений и принять соответствующие меры по исправлению ситуации.

Мониторинг удовлетворенности и лояльности персонала — это наиболее эффективный способ **взглянуть на организацию глазами самих сотрудников** и понять:

- довольны ли сотрудники условиями труда и содержанием выполняемой работы?

- какие проблемы и трудности существуют во взаимоотношениях сотрудников с руководством и коллегами?

- какие факторы способны мотивировать сотрудников работать лучше?

Исследовать уровень лояльности персонала можно при помощи проведения анонимного опроса сотрудников организации по специально разработанной методике «SSM» (Smart Satisfaction Monitoring). **Опрос-**

ник «SSM» позволяет получить точную и достоверную информацию об уровне удовлетворенности и лояльности сотрудников по 6 ключевым факторам. Современные технологии позволяют проводить опрос через интернет, что повышает скорость получения и анализа необходимой информации[2].

Стоимость оценки

- до 15 человек - 350 руб.
- 16 - 50 человек -300 руб.
- 51 - 100 человек - 250 руб.
- более 100 человек - стоимость обсуждается индивидуально

В стоимость оценки входит организация дистанционного опроса сотрудников, обработка результатов оценки и подготовка консолидированного отчета.

По результатам проведения исследования получают подробный отчет, в котором отражены показатели удовлетворенности и лояльности персонала по выбранным факторам, а также важность данных факторов для сотрудников.

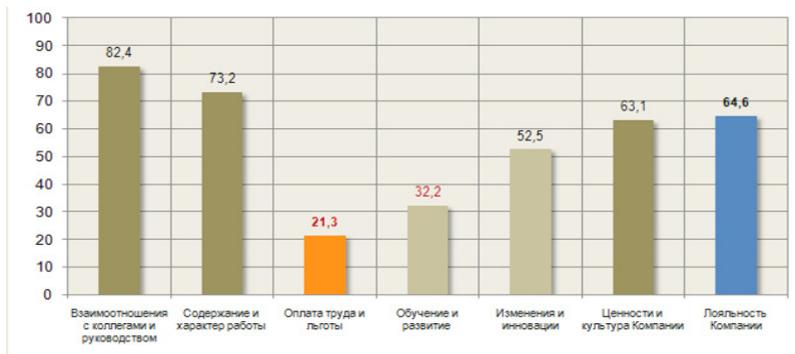


Рисунок 1 – Предполагаемые результаты исследования.

Для повышения лояльности сотрудников в организации необходимо осуществить следующий перечень мероприятий:

- улучшить условия труда;
- повысить уровень оплаты труда;
- разработать социальные программы.

Полученная информация позволит руководству организации усовершенствовать применение социально- психологических методов менеджмента, **своевременно** выявив «проблемные зоны» в системе управления персоналом и приняв адекватные меры по повышению ре-

зультативности, удовлетворенности и лояльности сотрудников.

Список использованной литературы:

1. Соловьева М.А. Психологические предпосылки лояльности . URL: www.halyava.ru .
2. Smart Satisfaction Monitoring. URL: www.sbsc.ru/online.html

RAISING THE LOYALTY

A.N. Mihailova, Lapshina G.V.

Key words: loyalty, incentives, monitoring, performance.

Loyalty of employees is relevant to any enterprise. It is necessary to «educate» it, unless of course the company wants to develop successfully, and for this should form a team, which will be devoted to their work, staff quality and timely perform their work, thereby increasing productivity.

УДК 656-631.145

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ – В ЭКОНОМИКЕ АПК

*С.К.Галимов, студент 2 курса экономического факультета
Научный руководитель - А.К. Субаева, кандидат
экономических наук, доцент
ФБГОУ ВПО «Камская государственная инженерно-
экономическая академия», филиал в г.Чистополе*

Ключевые слова: рынок сельскохозяйственной техники, мощности ремонтно-восстановительных заводов, фонд ремонта сельхоз-техники, узлы и агрегаты списанной техники.

Работа посвящена анализу вторичного рынка поддержанной техники. При проведения исследования авторами выявлено, что типовые мощности ремонтно-восстановительных заводов, строившихся до 90-х гг., рассчитаны на капитально-восстановительный ремонт 200 комбайнов или 400 тракторов в год. В настоящее время работу этих заводов на полную мощность рассматривать нереально, поэтому необходимо рассмотреть вопрос создания ремонтных фондов в других регионах и распространить их действие на покупку в рассрочку