

*Хасьянов Р.О.,
студент магистратуры
1 курс, факультет социальных наук
Амурский государственный университет,
Россия, г. Благовещенск*

*Денисова Р.Р.,
доктор педагогических наук
профессор кафедры психологии и педагогики
Амурский государственный университет,
Россия, г. Благовещенск*

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ СПОРТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПРОДАЖ

Аннотация: в представленной статье рассмотрены особенности системы мотивации работников торговых предприятий в сфере спорта на основе разработки механизма совершенствования стимулирования работников.

Ключевые слова: персонал, стимулирование, мотивация, труд, система, эффективность, совершенствование.

Annotation: In the presented article, features of the system of motivation of employees of a commercial enterprise are considered on the basis of the development of a mechanism for improving incentives for employees.

Keywords: personnel, incentives, motivation, work, system, efficiency, improvement, activities.

Значение и популярность занятий спортом в современном мире с каждым годом всё сильнее возрастает. Также заметна активная тенденция в возросшей популярности физической культуры среди детей, подростков и студентов. Приобщение молодежи к занятиям физической культурой способствует развитию здорового поколения.

Непрерывно наравне с развитием и популяризацией занятием спорта наблюдается рост торговых предприятий, имеющих направленность на спорт. Таковыми являются: магазины спортивной одежды; магазины спортивного инвентаря; магазины спортивного питания; спортивные залы и клубы (так же работают на коммерческой основе).

Организаций в сфере спорта становится с каждым годом все больше и больше. Одним из решающих факторов победы в конкурентной борьбе на рынке товаров и услуг является квалифицированный персонал организации. Воплотить стратегические цели в реальность возможно только «руками» торгового персонала, обладающего достаточной мотивацией, знаниями и способного применить на практике свои навыки.

Мотивация персонала, пожалуй, одна из самых главных задач руководителя. Руководитель должен мотивировать своих работников самыми различными способами, но, чтобы от их труда была некая отдача, т. е. результат. Тема мотивации довольно старая, в мире очень много теорий мотивации, множество разных определений, исследований на эту тему, но почему-то только единицы имеют эффективную систему мотивации.

Итак, основной задачей каждого торгового предприятия является извлечение прибыли. То есть, мотивация персонала должна быть направлена на увеличение продаж. Так как предлагаемый товар предприятий в сфере спорта иногда весьма специфичен, то появляется острая необходимость качественного обучения торгового персонала. То есть, если торговая организация реализует спортивный инвентарь, то знание устройства и применения данного товара крайне необходимо. А если взять в пример магазин спортивного питания, то тут знание товара, его состава, правил употребления очень важны.

Анализ источников по теме исследования показывает, что различные стороны данной проблематики находились в поле зрения отечественных и зарубежных ученых. Труды таких ученых как Н.А. Баткаева, В.Р. Веснин, О.С. Виханский,

Н.А. Волгин, Л.П. Владимирова, Г.П. Гагаринская, В.И. Герчиков, И.Н. Герчикова, Б.М. Генкин, А.П. Егоршин, П.В. Журавлев, И.В. Ильин, С.Б. Каверин, С.А. Карташов, А.Я. Кибанов, А.А. Когдин, М.В. Ловчева, И.К. Макарова, Н.К. Маусов, Е.А. Митрофанова, А.И. Наумов, Ю.Г. Одегов, Л.Г. Почебут, О. В. Ромашов, В.А. Чикер, С.А. Шапиро, В.В. Щербина, В.Н. Якимов, Ш. Ричи, П. Мартин посвящены определению работы мотивационного механизма и разработке теорий мотивации.

При многих профессиональных обязанностях продавца-консультанта, требований к личностно-профессиональным качествам для ведения прибыльной деятельности, предпринимателю необходимо правильно мотивировать сотрудников. Это повышает их работоспособность, эмоциональную устойчивость, стрессоустойчивость. В результате, желание профессионального роста, будет взаимовыгодной целью, как для продавца, так и для предпринимателя

Проблема материальной мотивации продавцов на сегодняшний день почти не изучена, несмотря на то, что эта тема весьма актуальна. Единой точки зрения по этому поводу не существует. Например, известные ученые Фредерик Герцберг и Питер Друкер отнесли заработок к вспомогательным факторам, влияющим на удовлетворенность работой.

Таким образом, первым этапом при разработке системы мотивации сотрудников торговых организаций в сфере спорта будет внедрения качественного обучения.

Далее, в качестве материального стимулирования труда можно применять систему надбавок за реализованную продукцию. Так, многие торговые организации определяют конкретный процент от продаж, который сотрудник может получать как ежедневно, в конце рабочего дня, так и суммарно в составе заработной платы раз в месяц.

Еще одним методом мотивации является система скидок для торгового персонала. То есть, например, продавец магазина спортивной одежды может

приобретать товар для себя со скидкой от 10 до 30 %.

Так же можно отметить такой метод мотивации как предоставление возможности заниматься каким-либо видом спорта за счет торговой организации. Например, сотрудник магазина спортивного питания имеет возможность выбрать тренажёрный зал, абонемент в который оплатит его организация. Тут же хотелось бы обратить внимание на то, что торговые организации чаще подбирают в продавцы именно людей спортивного телосложения, либо людей, которые разбираются как в спорте, так и в здоровом образе жизни и т.д. И поэтому, предоставляя возможность продавцу посещать тренажерный зал бесплатно будет являться отличной мотивацией качественно выполнять свои обязанности на рабочем месте.

Что касается нематериальной мотивации, то можно отметить такие методы как: предоставление возможности персоналу принимать участие в презентации компании, либо стать лицом какой-либо акции; вручение каких-либо благодарностей за определенный вклад в развитие организации и т.д.

Итак, условиями формирования мотивации трудовой деятельности могут являться: внешние факторы – социальная ситуация, отражающаяся в мышлении продавца-консультанта; профессиональная деятельность; основные способы торговой деятельности; динамика развертывания содержания деятельности торгового персонала; внутренние факторы – осознание продавца ведущих мотивов собственного поведения, деятельности, общения и необходимости их изменения; свойства личности как основа формирования мотивации торговой деятельности.

Таким образом, мотивация является неотъемлемой частью любой торговой организации, и способна не только увеличить продажи, но и достигать каких-либо стратегических целей.

Использованные источники:

1. Кокарева Е. Л., Хвостовская А. В. Мотивация и стимулирование труда торгового персонала в розничной сети // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 751 - 755.
2. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2015. – 176 с.
3. Прозорова А. Д. Популяризация спорта во Владивостоке путем создания спортивного веб-сайта // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 841 - 844.