

4. *Захаров А.Н., Зокин А.А.* Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. 2013. №1–2. С. 32-34.
5. *Мионов М.Г.* Ваша конкурентоспособность. М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2011. 160с.
6. *Портер М.* Конкуренция: учебник / М. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. 608 с.
7. *Криворотов В.В.* Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2006.
8. *Михайлов В.Ю., Золотов Д.А.* Расчет величины конкурентоспособности строительного предприятия // Пром.игражд.стр-во. 2010. № 8. С. 41-42.

*Дуан Юнь, научный руководитель А.Н. Саханова
Казахская Академия труда и социальных отношений, Алматы, Казахстан
Duan Un, A.N. Sahanova
Kazakh Academy of labour and social relations, Almaty, Kazakhstan
ban.1964cmail.ru*

Мотивация и способы поощрения сотрудников в компаниях КНР **Motivation and methods of encouragement of employees in companies of China**

Аннотация. Поощрение сотрудников можно производить различными способами. И обязанность руководителя состоит в том, чтобы определить достойных сотрудников и подобрать для каждого идеальный способ мотивации, что позволит увеличить производительность труда в компании.

Annotation. Encouragement of employees can be produced of different ways. And the duty of leader consists of that, to define deserving employees and pick up the ideal method of motivation for each, what the labour productivity will allow to increase in a company.

Ключевые слова: *мотивация, материальные поощрения, карьерный рост, благодарности, корпоративы*

Keywords: *motivation, material encouragements, career advancement, gratitudes, company parties*

Развитие мировоззрения и поведения людей в КНР привели к переменам, где чувство долга и стабильный заработок перестали быть основными движущими факторами в мотивации сотрудников к ответственной работе. Современные китайцы стремятся к самосовершенствованию, улучшают свои профессиональные навыки, не боятся принимать различные вызовы. Также они хотят сохранять баланс между работой и личной жизнью и не признают приоритет стажа и возраста, ожидая при этом открытого одобрения со стороны руководства. Понятно, что подобные изменения в сознании людей требуют и внесения соответствующих корректив в корпоративный регламент той или иной компании [1].

Когда в компании появляется вакансия на высокую должность, мудрый руководитель начинает поиск достойных кандидатов среди собственных сотрудников.

Например, если сотрудник любит свою компанию, руководитель может назначить для него работу, непосредственно ориентированную на успех предприятия, дать понять сотруднику, что его успех напрямую связан и с процветанием всей компании. Если же человек заинтересован в самом себе и собственной карьере больше, чем в процветании предприятия, то при распределении задач руководитель должен подчеркнуть значение этого задания для развития сотрудника, а также влияние на карьере сотрудника того специфического опыта, который будет получен в процессе работы. В случае же, если сотрудник больше всего думает о личной жизни, управленец может попробовать предложить такой план работы, при котором у сотрудника будет больше свободного времени. Конечно, в этом случае нужно объяснить человеку, что подобный график в некоторых случаях может негативно повлиять на карьерный рост, но, тем не менее, для компании будет важно присутствие этого работника [2].

Поощрение сотрудников можно производить различными способами. И обязанность руководителя (если он, конечно же, хочет увеличить производительность труда в своей компании) состоит в том, чтобы определить достойных сотрудников и подобрать для каждого идеальный способ мотивации.

Одним из важных видов поощрения являются *материальные поощрения*. Материальные потребности были и остаются первичными потребностями человека, поэтому наличие достойной заработной платы по-прежнему является наилучшим стимулом активности сотрудника. Как правило, при формировании зарплаты принимаются во внимание такие факторы, как значимость должности и личные достижения сотрудника. Именно на этом основании устанавливается размер заработной платы. И, разумеется, система заработной платы в компании обязательно должна быть справедливой и беспристрастной, а кроме того, соответствовать уровню зарплат на внешнем рынке — тогда у сотрудников не будет причин для недовольства. В противном случае прямым следствием будет снижение активности сотрудников и темпов работы, а то и утечка кадров, что, в конечном счете, самым негативным образом скажется на качестве продукции компании или услуг, ей оказываемых. Премирование же достижений в работе может ещё больше стимулировать активность сотрудников. Так что материальные поощрения являются одним из важнейших факторов повышения мотивации в работе [3].

Далее следует *карьерный рост*. Многие сотрудники стремятся раскрыть свой потенциал с целью карьерного роста в компании. И о таком способе поощрения сотрудников руководители нередко забывают. На самом же деле, наличие возможностей для повышения в компании может иметь весьма заметный мотивирующий эффект. И, даже, несмотря на всю любовь к своей текущей деятельности, вряд ли большинство ценных сотрудников откажется от такого способа поощрения их хорошей работы. Поэтому, когда в компании появляется вакансия на высокую должность, мудрый руководитель начинает поиск достойных кандидатов среди собственных сотрудников. Таким образом работники понимают: в компании действительно есть перспективы карьерного роста.

Немаловажным являются и *уровневые достижения*. Некоторой группе людей не нравятся слишком сложные задания, потому что, если в игре никак не удаётся пройти уровень, она становится неинтересной. Но нельзя давать им и слишком лёгкую работу, так как игра, которую легко пройти, тоже слишком скучна. Поэтому не

стоит назначать для них задания, которые можно выполнить, например, за год, а нужно спланировать работу так, чтобы она содержала множество небольших испытаний: так новое поколение будет начинать каждую рабочую неделю с ощущением «прохождения уровня», ведь только таким способом и можно стимулировать их рабочую активность.

Если же работа слишком монотонная, тогда руководителю нужно научиться находить небольшие испытания на каждый день, подумать о том, что полезного удастся сделать сегодня. А тяжёлую работу можно разделить на ряд простых и/или быстро выполнимых задач, когда каждый этап будет считаться прогрессом и приносить удовлетворение, что также станет серьёзным стимулом для мотивации многих молодых сотрудников [4].

Благодарности также имеют большое значение при поощрении работников. Иногда небольшая похвала может существенно повысить уверенность сотрудника в себе и придать энтузиазма, то есть самым непосредственным образом стимулировать повышение производительности труда. Конечно же, позитивная оценка работы должна быть своевременной — то есть когда сотрудник делает значительные успехи, менеджер должен незамедлительно похвалить его: так человек почувствует, что начальство его одобряет и высоко ценит. Можно также использовать и письменную благодарность, а устная похвала чаще хороша не просто в личной беседе, а в присутствии остальных сотрудников компании. И неудивительно, что столь эффективный и недорогой способ мотивации используется мудрыми руководителями во всех странах.

Для поощрения своих сотрудников руководство компании устраивает *корпоративные мероприятия*. Многие сотрудники каждый день проводят больше времени друг с другом, чем со своей семьёй, поэтому руководителю необходимо наладить дружеские отношения между коллегами. Компания может организовать различные мероприятия для сотрудников — так называемые корпоративы, где коллеги лучше узнают о достоинствах друг друга. В противном случае отношения между сотрудниками вряд ли станут тёплыми и будет создаваться определённая дистанция во время работы. Стоит ли говорить, что, если между людьми дружеские или приятельские отношения, у них и совместные дела идут гораздо успешнее. Хорошие межличностные отношения не только служат стимулом рабочей активности, но и являются залогом успеха в любом деле, позволяя одновременно добиваться этих важных для любого руководителя целей.

Также можно организовывать соревнования с призом в качестве выходных или просто поощрять ценных сотрудников *отгулами*. Ради дополнительного отгула или даже половины выходного дня многие сотрудники будут стараться почти так же активно, как и при поощрении с помощью денежного вознаграждения. Подмечено, что, когда перед работниками стоит выбор между выходным и премией, некоторые выбирают первый вариант. И лучшей мотивирующей наградой за выполнение рабочей задачи таким сотрудником становится именно выходной день [5].

Таким образом, мотивация сотрудников — это весьма сложный процесс, и система поощрений сегодня вряд ли сможет обойтись хотя бы без одного из вышеуказанных элементов. Поэтому руководство любой компании должно принимать во внимание и внутренние факторы, то есть основывать свою методику с учётом глу-

бинных, жизненных потребностей сотрудников. Только так и можно создать эффективную систему поощрений для эффективной мотивации работников той или иной компании.

Список литературы

1. Агапцов С.А., Мордвинцев А.И., Фомин П.А., Шаховская Л.С. Мотивация труда как фактор повышения эффективности производственно хозяйственной деятельности предприятия // <http://www.smartcat.ru/pstaff/books/book61/index.shtml>
2. Хингака Х. Управление материальной мотивацией в Alibaba // Научный диалог: экономика и управление [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://interactive-plus.ru/article/15411/discussion_platform
3. Вэй Чжун Развитие и управление человеческим ресурсом. Развития экономики корпорации «Хайэр». [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.cnipr.com.
4. Пэн Цзяньфэн Как подбирать, воспитывать, использовать и сохранять кадры // Издательство экономики КНР, 2013.
5. Особенности управления персоналом на совместных предприятиях с иностранными инвестициями Китая // Культурно-экономическое сотрудничество стран Северо-восточной Азии: материалы Международного симпозиума Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2011.

*А.С.Едигарьева, научный руководитель Л.Н. Бондарева
Российский государственный профессионально-педагогический университет», Екатеринбург, Россия*

A.S. Edigareva, L.N. Bondareva

*Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia
edigareva1@mail.ru*

Имидж как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности фирмы

Image as a marketing tool to increase competitiveness of the company

Аннотация. Проблема многих предприятий заключается в том, что многие руководители, по-прежнему, не достаточно уделяют внимание такому аспекту как «Положительный имидж». Руководители уделяют внимание производству, сбыту, персоналу, конкурентам, но очень часто забывают, что именно создание положительного имиджа позволит добиться успеха на много быстрее.

Abstract. The problem of many businesses is that many managers are still not paying enough attention to this aspect as a "positive image". Managers pay attention to production, marketing, personnel, competitors, but often forget that it will allow the creation of a positive image of success much faster.

Ключевые слова: маркетинг, имидж, репутация, конкурентоспособность

Keywords: marketing, image, reputation, competitiveness

В двадцать первом веке, развитие предпринимательской деятельности — это острая конкуренция среди компаний. Где главную роль занимают различные марке-