

8.21. ОСОБЕННОСТИ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Ходжаев П.Д., д.э.н., доцент,
кафедра маркетинга и коммерции;

Субхонкулов И.А., старший преподаватель, кафедра бухгалтерский учет и аудит

*Таджикский государственный
университет коммерции, г. Душанбе*

В статье рассматриваются особенности материального стимулирования труда в системе потребительской кооперации. На основе анализа литературных источников авторами выявлены такие основополагающие принципы материального стимулирования труда, как личная заинтересованность, социальная ориентированность, коллективизм, равенство, справедливость и самостоятельность.

Литература

1. Трудовой кодекс Республики Таджикистан от 22 июля 2013 г. №981 [Электронный ресурс]. URL: http://www.mmk.tj/ru/library/trudovoi_kodeks_rt.
2. Белавин Д.Я. Заработная плата в условиях исчерпания резервов восстановительного роста [Текст] / Д.Я. Белавин // Вестн. Казанского гос. аграрного ун-та. – Казань, 2008. – Т. 8; №2. – С. 23-25.
3. Вахитов К.И. О понятии и сущности кооперативной собственности [Текст] / К.И. Вахитов // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2013. – №5. – С. 24.
4. Вырковский А. Грейды для апгрейда [Электронный ресурс] / А. Вырковский // Секрет фирмы. – 2005. – №2. – С. 41. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/861583>.
5. Вырковский А. Хэй-метод [Текст] / А. Вырковский // Секрет фирмы. – 2004. – №16. – С. 62. URL: <http://www.iteam.ru/publications/-human/section48/article 3234>.
6. Справочник изменений минимального размера оплаты труда (МПОТ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.klerk.ru/.
7. Фридман А.М. Модели развития потребительской кооперации Российской Федерации [Текст] / А.М. Фридман // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2010. – №5. – С. 35-43.
8. Чернышевский Н.Г. Избранные экономические произведения [Текст] / Н.Г. Чернышевский. Т. 2. – М., 1948. – С. 35.
9. Центральный союз потребительских обществ РФ [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <http://www.rus.coop/>.

Ключевые слова

Материальное стимулирование; труд; потребительская кооперация; заработная плата; рыночная экономика; трудовой коллектив; трудовой кодекс; персонал; работодатель.

Ходжаев Парвиз Давронович

Субхонкулов Изатулло Астанаевич

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность. Развитие экономики нашей республики характеризуются ориентацией на укрепление и совершенствование преимущественно экономических методов управления, в основу которых заложено управление интересами работников предприятий. Происходящие процессы изменения в современной экономике страны оказывают существенное влияние на формирование экономических интересов субъектов хозяйствования и направлений их взаимосвязей, а также стимулируют новые направления их развития и укрепления.

Особенность современной рабочей силы состоит в том, что кадры сегодня становятся заложниками маятника между эффективностью и лояльностью, отдавая предпочтение последней. Изменить сложившуюся ситуацию есть возможность только за счет создания эффективной системы оплаты труда, поскольку зарплата считается первостепенным фактором выбора рабочего места.

Все вышеизложенное определяет актуальность исследуемой проблемы.

Научная новизна и практическая значимость. В статье рассматриваются особенности материального стимулирования труда в системе потребительской кооперации. На основе анализа литературных источников автором выявлены ряд общих принципов материального стимулирования труда: личная заинтересованность, социальная ориентированность, коллективизм, равенство, справедливость и самостоятельность. Реализация данных принципов происходит и на современном этапе развития предприятий торговли потребкооперации, что говорит о некотором застое в управлении и организации труда работников. Современная наука выдвигает ряд новых, адаптированных к рыночной экономике, видов и форм материального стимулирования.

Заключение. Рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к публикации в периодической печати.

Рауфи А., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Отраслевой и международный маркетинг» Технологического университета Таджикистана, г. Душанбе.