

платы работников предприятия выявила, что оплата труда рабочих и специалистов значительно ниже среднереспубликанского и среднеотраслевого значений. Заработная плата работников не выполняет своей воспроизводственной функции. Высокая дифференциация оплаты труда на предприятии – коэффициент соотношения среднемесячной заработной платы служащих и рабочих составляет 2,2. При росте прибыли предприятия в 3 раза, выплаты работникам сократились. Проведение фотографии рабочего дня показало, что нет четкого регламентированных перерывов в процессе производства, имеются нарушения трудовой дисциплины, существуют простои работников и оборудования. Оценка соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы работника выявила постоянное превышение роста заработной платы. Обобщение результатов анализа организации оплаты труда на ЭОП УО «ВГТУ» позволяет сформулировать проблемы: снижение стимулирующей и воспроизводственной функций заработной платы; сокращение тарифной части оплаты труда; низкий уровень оплаты труда рабочих и специалистов; высокая дифференциация в оплате труда работников; слабая привязка оплаты труда к результатам деятельности работника; использование устаревших норм труда. В процессе исследования существующей практики организации оплаты труда на предприятии проводится анкетирование работников, целью которого является определение ключевых показателей эффективности для рабочих мест и должностей, составляющих основу мотивации. В результате анкетирования установлено, что основные показатели премирования должны быть установлены для каждой должности служащего в отдельности. Основными мотивирующими факторами для рабочих является повышение заработной платы, своевременное обеспечение производства материальными ресурсами и бесперебойная работа; для специалистов – рост заработка, более планомерная и прогнозируемая работа. Также в ходе опроса установлена растущая социальная напряженность в коллективе. Учитывая уроки позитивного зарубежного опыта организации оплаты труда, а также выявленные особенности и проблемы в этой области на отечественных предприятиях (на примере ЭОП УО «ВГТУ»), правомерно предложить следующие направления совершенствования организации оплаты труда: пересмотреть действующее нормирование труда; повысить тарифную часть оплаты труда; ввести в Положение о премировании показатели, учитывающие конечные результаты работника; увеличить выплаты работникам из прибыли; пересмотреть применяемую систему мотивации.

УДК658.81

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Д.М. Садковская, Т.Б. Савицкая, Е.Ю. Вардомацкая

По своей сущности управление сбытом – это одновременно и функция, и процесс менеджмента, в силу чего его основные характеристики имеют общие черты с другими функциональными задачами, образующими в совокупности процесс управления предприятием. Самостоятельной проблемой управления сбытом является повышение эффективности деятельности предприятия по реализации продукции. Сегодня успех в сфере сбыта в решающей степени зависит от действенности организации сбыта и квалификации управления сбытовой политикой. Сбытовая политика является чрезвычайно важной и принципиальной составляющей управления предприятием для обеспечения его долговременного успеха.

Целью данного исследования является поиск путей совершенствования организации и управления сбытовой политикой на Республиканском унитарном производственно-торговом предприятии «Оршанский льнокомбинат». Актуальность темы заключается в необходимости улучшения сбытовой деятельности организации с точки зрения повышения рентабельности выпускаемой продукции и улучшения ее качества.

Проведенный анализ объемов производства и реализации продукции по месяцам за период 2005-2007 гг свидетельствует о неритмичной работе предприятия и наличии проблемы сезонности.

Основной объем отгрузок льняных и полульняных тканей производится с сентября по март. Это главным образом связано с тем, что льняные ткани относятся к группе тканей летнего ассортимента. Потребители льняных тканей, на швейные предприятия, готовят коллекцию одежды с тем, чтобы к летнему сезону она поступила в розницу, т.е. пик работы Оршанского льнокомбината приходится на март месяц.

В данном исследовании была построена линейная многофакторная регрессионная модель, и проведен анализ зависимости реализации продукции (Y) от следующих факторов: X_1 – удельный вес продукции первого сорта; X_2 – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; X_3 – среднесписочная численность; X_4 – рентабельность продаж продукции; X_5 – затраты на 1000 руб. товарной продукции; X_6 – удельный вес коммерческих расходов; X_7 – цена продукции; X_8 – производительность.

Одним из средств решения данной задачи является проведение **корреляционно-регрессионного анализа**, определяющего статистическую связь между исследуемыми переменными и тесноту этой связи. Для проведения данного анализа использована специальная надстройка ТП MS Excel Пакет Анализа, которая значительно упрощает процесс расчета. В результате данного анализа можно сделать вывод, что наиболее значимым фактором, влияющим на реализацию, является X_1 – удельный вес продукции первого сорта. Для получения наиболее точных прогнозов и определения значимых факторов был проведен **факторный анализ**, с помощью которого большое число показателей-признаков, относящихся к имеющимся наблюдениям, сводится к меньшему количеству факторов, которые как можно более полно объясняют наблюдаемые связи между переменными, имеющимися в наличии. Анализируя факторы, влияющие на сбыт продукции Оршанского льнокомбината, можно сделать следующие выводы: наиболее информативными признаками являются – X_1 (удельный вес продукции первого сорта), X_4 (рентабельность продаж), X_7 (цена продукции).

В результате проведенных исследований можно внести следующие предложения по совершенствованию сбыта продукции РУПТП «Оршанский льнокомбинат»: сглаживание сезонности спроса льняных тканей; совершенствование системы ценообразования бытовых тканей.

Рассчитав индексы сезонности производства, спроса и реализации за анализируемый период 2005-2007 гг., для равномерной загрузки производства, обеспечения стабильной реализации, сгладим (выравним) сезонность спроса. Для этого используем экономико-статистический метод аналитического выравнивания рядов динамики по прямой. В результате получили выровненный спрос на льняные ткани за 2007 год. Для сглаживания сезонности предлагается ввести сезонные скидки покупателям за приобретение товара вне активного периода его продажи. Для расчета сезонных цен возьмем бытовые ткани, отгружаемые на экспорт, ввиду того, что рентабельность от их реализации довольно высокая. На основании среднемесячных цен и спроса на бытовые ткани, отгружаемых на экспорт, введем сезонные скидки и надбавки и рассчитаем сезонную цену продукции по месяцам. Таким образом, разница в объеме реализации продукции согласно спроса по сезонным и действующим ценам составила 1675 млн. руб., то есть с учетом сезонной цены мы получили бы больше выручки, чем при обычной цене при одинаковых объемах реализации продукции.

Дополнительной выручки при выровненном спросе и сезонной цене мы не получим, однако, выравнив спрос и сгладив сезонность, мы увеличиваем товарооборот предприятия, обеспечиваем его ритмичную работу в течение года.