

проведение оценки персонала, применение результатов оценки при осуществлении производственной адаптации, аттестации работников, обеспечение взаимосвязи аттестации стратегии управления конкурентоспособностью персонала организации;

формирование позитивного отношения персонала к организации, ее руководства в результате целенаправленного планирования трудовой карьеры работников, эффективного материального и нематериального стимулирования их развития, повышения имиджа и привлекательности организации среди молодежи и других групп населения.

Реализация задач по развитию персонала требует значительных затрат ресурсов. Расходы на персонал является основой разработки производственных и социальных показателей, самой стратегии развития организации.

Успех управления персоналом определяется двумя основными факторами: способностью организации четко определить, какое поведение работников требуется для достижения ее стратегии;

возможностью применять эффективные управленческие рычаги для направления работников на должное поведение.

Оба фактора одинаково важны и сложны, особенно в условиях рыночной экономики. В связи с этим, чтобы создать действенную систему менеджмента в организации, разработать собственную организационную философию управления персоналом, каждой организации необходимо исходить из собственного опыта работы со своими работниками, а кроме того позаимствовать практику ведущих отечественных и мировых компаний.

УДК 331.2

**Е. Васькина**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.А. Зеленовский, к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **УВЕЛИЧИМ РОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА — УВЕЛИЧИМ ДОХОД И ЗАРАБОТНУЮ ПЛАТУ**

В современных условиях развития экономики, все большую популярность приобретает тема производительности труда.

Решение многообразных проблем ускорения социально-экономического развития страны выдвинуло на первый план обеспечение устойчивых темпов роста производительности труда. Это вызвало необходимость углубленного исследования процесса формирования затрат и результатов труда, разработки комплекса важнейших практических реко-

мендаций по повышению производительности труда, рассмотрения всех факторов её роста.

В настоящее время на предприятиях имеются большие потенциальные возможности повышения производительности: все еще велики потери таких ресурсов, как энергия, материалы, рабочее время персонала; низок уровень нормирования труда; система оплаты труда неадекватна современным условиям. Таким образом, проблема выявления и реализации путей и резервов роста производительности на уровне предприятия является особенно актуальной.

Степень важности данной темы возрастает в разы в условиях мирового финансового кризиса, в рыночных условиях залогом выживаемости и основой стабильного положения предприятия служит рост производительности труда.

Произведён анализ деятельности предприятия по производству обуви ООО «Чевляр» за 2013-2015 гг. Анализ трудовых ресурсов позволил установить, что на протяжении трёх лет среднегодовая численность рабочих уменьшается. Основной причиной уменьшения численности персонала, является увольнение по собственному желанию. Уменьшился коэффициент по приёму кадров. В 2015 году 30,8% от всей численности составляют работники со стажем до 1 года. Коэффициент замещения имеет отрицательное значение и за 2013-2015 гг. и составляет -0,048; -0,053; -0,145 соответственно, что говорит о преобладании уволившихся работников над принятыми, что свидетельствует о текучести кадров (Ктек.=0,186 в 2015 г.).

Напряжение в обеспечении предприятия трудовыми ресурсами может быть несколько снято за счёт более полного использования имеющейся рабочей силы, роста производительности труда работников, интенсификации производства, комплексной механизации и автоматизации производственных процессов, внедрение нового, более производительного оборудования, совершенствования технологии и организации производства.

Анализ фонда рабочего времени показал, что наличные ресурсы на предприятии используются недостаточно полно. За счёт уменьшения численности работников в 2015 году на 16 человек, потери фонда рабочего времени составили 32517,6 чел-ч. В среднем 1 рабочий отработал 220 дней вместо 255 по плану, из-за чего сверхплановые целодневные потери рабочего времени составили 35 дней на каждого рабочего, а на всех 7245 дней или 57743 чел-ч. Существенны и внутрисменные потери рабочего времени: за один день они составляют 1,17 часа, а за все отработанные дни 53281,8 ч. Общие потери рабочего времени — 75555 ч, или 16,7 %.

Анализ производительности труда показал увеличение среднегодовой выработки 1 рабочим на 12,1 млн руб. и среднедневной выработки на 39055

руб. в 2015 г. по сравнению с 2014 г., среднечасовая выработка в свою очередь уменьшилась на 17637 руб. и составила в 2015 году 92010 руб.

Темп роста производительности труда и темп роста заработной платы превышает 1, что говорит об увеличении объёмов производства и росте заработной платы. Коэффициент опережения в 2015 году составляет 0,8680, это свидетельствует о перерасходе фонда заработной платы. Следовательно, важной проблемой для предприятия становится рост заработной платы по отношению к уровню производительности труда.

На основе анализа деятельности ООО «Чевляр» были выявлены три текущих резерва роста производительности труда (реализация мероприятий, по использованию выявленных текущих резервов планируется в течение 3 лет (2017–2019 гг.):

1. За счёт уменьшения коэффициента текучести кадров, в 2017 году годовой выпуск продукции увеличится на 12 тыс. пар обуви, это повысит годовую выработку на 2,2 млрд руб. и увеличит прибыль на 133 млн руб.. Среднегодовая выработка на одного рабочего составит 137,6 млн руб..

2. За счёт сокращения внутрисменных потерь рабочего времени на предприятии (резерв составляет: 75555 часов), планируется увеличение: среднегодовой выработки на одного рабочего, которая в 2018 году составит 171,2 млн руб.; выпуска продукции на 37,7 тыс. пар обуви; годовой выработки на 7 млрд руб.. Прибыль от реализации продукции в 2018 году увеличится на 420 млн руб..

3. За счёт увеличения коэффициента роста производительности труда над коэффициентом роста заработной платы, предприятию ООО «Чевляр» в 2019 году необходимо увеличить выпуск продукции на 40 тыс. пар, среднегодовая выработка на одного рабочего составит 173,4 млн руб., годовая выработка в стоимостном выражении повысится на 7,4 млрд. руб.. Прибыль от реализации продукции за 2019 год составит 4,1 млрд руб..

Чистая прибыль, поступающая в распоряжение руководства ООО «Чевляр» после использования всех текущих резервов на конец 2019 года составит 824 млн руб., что позволит в перспективе произвести модернизацию имеющегося на предприятии морально и физически устаревшего оборудования, а так же повысить заработную плату работникам предприятия.

Кроме того, мной предложены следующие мероприятия по повышению производительности труда.

1. Улучшение организации производства.
2. Структурные изменения в производстве продукции.

3. Повышение профессиональной квалификации рабочих; набор и обучение учеников на предприятии, повышение мотивации работников различными поощрениями (избегая денежных вознаграждений).

4. Укрепление трудовой дисциплины.

УДК 339.138:631.145

**М. Веселова**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: И.И. Станкевич, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В АПК**

Агропромышленный комплекс (АПК) — крупнейший межотраслевой комплекс, объединяющий несколько отраслей экономики, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получения из него продукции, доводимой до конечного потребителя.

В условиях рыночной экономики для предприятий агропромышленного комплекса Республики Беларусь существует необходимость учета тенденций, происходящих во внешней маркетинговой среде, с целью адаптации к ним и выбора средств, приемов, способов рыночного поведения, гарантирующего субъекту хозяйствования выгодную позицию не только на сегодняшний день, но и на перспективу. Причем в условиях конкурентной борьбы за потребителя (локальной и глобальной) главным является повышение качества стратегического маркетинга как перспективного планирования в агропромышленной сфере. Согласно стандартам ISO серии 9000, по системе качества первой стадией жизненного цикла продукции является маркетинг. Однако следует дифференцировать стратегический и операционный маркетинг. Несмотря на то, что они звенья одной цепочки, цели их различны. Общим, объединяющим их, являются потребности, ценности и рынок – возможно в различные периоды и с разной степенью детализации.

Исследования демонстрируют, что стратегический маркетинг – это концепция ориентации любой деятельности на потребителя; первая стадия жизненного цикла объекта; первая общая функция управления. Концепцию стратегического маркетинга рекомендуется реализовывать при управлении любым объектом. В этом случае он будет общим направлением системы менеджмента.

Результаты стратегического маркетинга – нормативы конкурентоспособности товаров и стратегии организации – должны лечь в основу стратегических и тактических планов. Это подчеркивает важность изучения потенциальных потребностей и ценностей, проведения сегментации рынка и разработки нормативов конкурентоспособности объектов. Качество работ по стратегическому маркетингу является приоритетным фактором повыше-