

К сильным сторонам ОАО «Элема» (г. Минск) можно отнести профилирование на выпуске женского пальто. Организация имеет современное оборудование и технологии. ОАО «Элема» считается монополистом на рынке РБ по выпуску женского пальто (доля рынка организации составляет около 80 %).

Сильными сторонами ОАО «Коминтерн» (г. Гомель) является то, что организация полностью специализируется на выпуске мужского костюма, пиджака и брюк. Предприятию не приходится перестраивать линии для выпуска новых видов продукции, на предприятии работают квалифицированные работники, которых не надо переучивать. За каждым работником закреплены операции, которые он выполняет постоянно.

Сильными сторонами ОАО «Славянка» (г. Бобруйск) является то, что организация специализируется на выпуске спортивной одежды. Это также не требует времени на переобучение персонала, перестройку линий и т.д.

Слабые стороны конкурентов схожи: все предприятия, входящие в концерн, нуждаются в закупке нового оборудования, у них отсутствуют свободные средства для развития, слабые инновационные способности, низкое стремление к развитию и совершенствованию.

По результатам проведенного анализа конкурентов, считается, что ОАО «Знамя индустриализации» целесообразно сконцентрироваться на производстве женской деловой одежды в среднем и выше среднего сегментах, а также фирменной одежды, как рабочей, так и торговой и офисной.

УДК 658.310.9

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАКЕТА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Студ. Шарапкина А.В., д.э.н., проф. Ванкевич Е.В.

Витебский государственный технологический университет

Дифференциация социального пакета организации в разрезе сегментов персонала является бюджетным инструментом повышения эффективности занятости, так как не требует дополнительных затрат и позволяет персонализировать надбавку для каждого работника в зависимости от его индивидуального трудового вклада, квалификации, делового поведения. Обычно сотрудники воспринимают социальные доплаты организации как должное, как гарантированное дополнение к заработной плате, и не связывают его с затратами организации. Однако анализ свидетельствует, что в среднем на 1 рубль заработной платы работник получает 57,7 коп. прямых и косвенных доплат социального характера, что в расчете на одного работника в год может составлять значительную сумму (25,76 млн. руб.).

Целью дифференциации социального пакета является усиление мотивации и удержание наиболее ценных для организации сотрудников.

Услуги социального пакета могут дифференцироваться следующим образом:

- одинаковый набор услуг при дифференцируемой сумме для разных категорий работников;
- дополнительный набор услуг для определенных категорий работников;
- формирование определенного набора услуг социального пакета для каждой категории персонала;

- принцип «кафетерия» (или свободного выбора) в пределах установленной суммы (дифференцированной по различным критериям).

Таким образом, дифференциация услуг социального пакета может быть произведена как по сумме, затрачиваемой на их предоставление, так и по набору этих услуг.

Предоставляемые элементы социального пакета могут быть классифицированы на три группы: гарантированный государством минимум (отчисления в фонд социального страхования и оплата неотработанного времени), что составляет 29,7 % в структуре затрат работодателя на персонал; ожидаемые вознаграждения (премиальные и денежные) – 5,03 %; превосходящие ожидания вознаграждения (оплата профессионального обучения, культурно-бытовое обслуживание, дополнительные затраты) – 1,8 %. Если первые две группы должны обязательно оставаться в социальном пакете, то третья группа дает возможность повысить удовлетворенность социальным пакетом, не завышая при этом общих затрат на персонал (а это составляет 1,31 млн. руб. на каждого работника организации в год).

Эффект от дифференциации социального пакета многогранный, поскольку появляется возможность повышения удовлетворенности работников и снижения текучести кадров, формирования благоприятного имиджа организации. Затраты на социальный пакет позволяют избежать значительной доли расходов на поиск, адаптацию, предварительную подготовку или переобучение персонала, приходящего в организацию вместо выбывающих в результате текучести кадров.

В результате внедрения гибкого социального пакета прогнозируется рост производительности труда, инициативности и ответственности работников, заинтересованных в результатах своего труда, повышение уровня квалификации работников организации.

УДК 658.3

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАЗМЕРА ЭКОНОМИЧЕСКИ ОБОСНОВАННОЙ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТЫХ В ОРГАНИЗАЦИИ МЕТОДОМ БЕНЧМАРКИНГА

Студ. Антонышева Ю.В., д.э.н., проф. Ванкевич Е.В.
Витебский государственный технологический университет

Бенчмаркинг – это метод оценки и сравнения исследуемого предприятия с любым из мировых (отраслевых) лидеров в этом бизнесе с целью получения информации, которая поможет предприятию укрепить свои конкурентные преимущества. Бенчмаркинг может проводиться по различным направлениям деятельности организации. Особенный интерес представляет определение размера и структуры экономически обоснованной численности на зарубежных предприятиях и их сравнение с фактически сложившимися значениями на аналогичных предприятиях Республики Беларусь. Бенчмаркинг помогает определить оптимальный уровень и структуру численности персонала в организации, сопоставимый с основными конкурентами или лидерами в отрасли и на этой основе выявить резервы повышения производительности труда и эффективности производства. Следует принять во внимание несоответствие используемых в зарубежной практике подходов к выделению категорий персонала отечественным подходам, поэтому при расчетах имеется определенная погрешность. В зарубежной практике основной категорией работников, которая является базовой при определении размера экономически обоснованной численности, являются рабочие основного производства (или так называемый прямой персонал). Численность остальных категорий (непрямого персонала – руководителей, специалистов, рабочих вспомогательных и обслуживающих производств) зависит