

УДК 658.310.9

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЗНАМЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ»

Студ. Рашевский В.С., асс. Зайцева О.В.

Витебский государственный технологический университет

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что эффективное использование трудовых ресурсов невозможно без формирования действенной системы управления персоналом на предприятии.

Проанализировав систему управления персоналом ОАО «Знамя индустриализации», можно сделать выводы о том, что негативным моментом в деятельности организации является тот факт, что численность рабочих сокращается более быстрыми темпами, чем служащих, а численность руководителей остается устойчивой. Также по данным расчётов видна положительная тенденция снижения текучести кадров.

Следовательно, несмотря на некоторые недостатки, можно сказать, что система управления персоналом в ОАО «Знамя индустриализации» развивается достаточно динамично.

В соответствии с выявленными недостатками при анализе управления персоналом в ОАО «Знамя индустриализации», автор предлагает следующие мероприятия: развитие нематериальных форм стимулирования деятельности персонала, внедрение системы контроля доступа, изменение порядка исчисления стажа в организации и выплаты надбавок к тарифным ставкам, должностным окладам за стаж работы. Данные мероприятия смогут внести значительный вклад для повышения эффективности управления персоналом в ОАО «Знамя индустриализации».

УДК 659

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ЕЕ ФУНКЦИЙ

Студ. Власкин А.С., ст. преп. Коробова Е.Н.

Витебский государственный технологический университет

На современном этапе реклама перешагнула узкие рамки информационной функции, обеспечивающей направляемый поток информации, и берет на себя коммуникативную функцию. С ее помощью поддерживается "обратная связь" с рынком и потребителем. Это позволяет контролировать продвижение товаров на рынке, создавать и закреплять у покупателя устойчивую систему предпочтений к рекламируемым объектам, вносить коррективы в бытовую деятельность. Используя возможности направленного воздействия на потребителя, реклама способствует не только формированию спроса, но и управлению им. Существуют различные классификации функций рекламы. Некоторые авторы группируют функции рекламы следующим образом: маркетинговую, коммуникативную, образовательную, экономическую и социальную. Наиболее удобна классификация средств рекламы, в основу которой положен признак отношения средства рекламы (носителя рекламной информации) к объекту рекламирования. При этом в одних случаях в качестве носителя рекламной информации может выступать сам объект

рекламирования (товар), а в других – носитель рекламной информации отделен от объекта рекламирования во времени и пространстве. В соответствии с этим признаком, все средства рекламы можно подразделить на три группы: демонстрационные средства рекламы, основанные на демонстрации объекта рекламирования; изобразительно-словесные средства рекламы, в основу которых положено описание и изображение объекта рекламирования; демонстрационно-изобразительные – сочетающие демонстрацию и изображение объекта рекламы.

УДК: 658

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОНИТЕКС»)

Студ. Гедревич А.М., к.т.н., доц. Савицкая Т.Б.

Витебский государственный технологический университет

Являясь основным звеном народнохозяйственного комплекса, предприятие концентрирует в себе все ресурсы производства. В связи с этим объективная оценка производственных возможностей предприятий, а также параметров и характеристик их производственного потенциала имеют не приходящее значение для принятия решений.

Анализ одной из составляющих производственного потенциала, а именно материальных ресурсов, показал, что наибольший удельный вес в структуре материальных затрат организации занимают сырье и материалы – 87,23 % или 97 406 млн. руб. Об уровне эффективности использования материальных ресурсов в организации можно судить по следующим показателям: материалоемкость продукции равна 0,714 руб./руб., при этом показатель материалоотдачи равен 1,401 руб./руб. Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции составляет 91,6 %. В уменьшении материальных затрат следует искать существенный резерв снижения себестоимости продукции. В нынешних условиях, когда ситуация на валютном рынке довольно нестабильная, с целью снижения материальных затрат разумным является использование системы управления затратами. Предлагаемая методика управления затратами на производство предполагает: закрепление всех элементов затрат за производственными, обслуживающими и функциональными подразделениями; жесткую систему санкций к виновникам отклонений; ответственность за не представление информации об отклонениях в работе служб и отделов. Также необходим полный своевременный контроль за отклонениями затрат, что поспособствует оперативному принятию управленческих решений.

УДК: 658.152

ИССЛЕДОВАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»

Студ. Красненко В.А., к.т.н., доц. Савицкая Т.Б.

Витебский государственный технологический университет

Актуальность изучения производственного потенциала предприятия определяется его ролью в увеличении масштабов общественного производства, повышения качества