

что при положительной динамике объема производства различные показатели работы предприятия улучшаются, и система премирования увеличивает размер оплаты. Это значит, что примененный статистический метод доказывает смысл в дальнейшем относить расходы на оплату труда в составе общепроизводственных расходов к переменным затратам.

Анализ зависимости от объема производства каждой из статей общехозяйственных расходов показал, что и в случае с общепроизводственными расходами обращают на себя внимание расходы на оплату труда с отчислениями. Они коррелируют с объемом производства (коэффициент — 0,7334 и 0,7425). Поэтому имеет смысл рекомендовать ОАО "КИМ" включить и эти затраты в состав переменных расходов.

На основе новой классификации затрат были рассчитаны значения точки безубыточности. В результате точка безубыточности в каждом из рассматриваемых периодов снизилась. Это, конечно же, не означает автоматического увеличения прибыльности деятельности ОАО "КИМ", так как расчетными методами такого достичь нельзя. Подобный расчет — иллюстрация того, насколько может исказиться информация о состоянии предприятия при использовании только различных классификаций затрат.

Т.Н. Кохан
БТЭУ ПК (Гомель)

ОБЪЕКТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Стимулирование эффективности общественного питания предполагает применение воздействия организующей системы на организованную, т.е. определенное взаимодействие субъектов и объектов стимулирования.

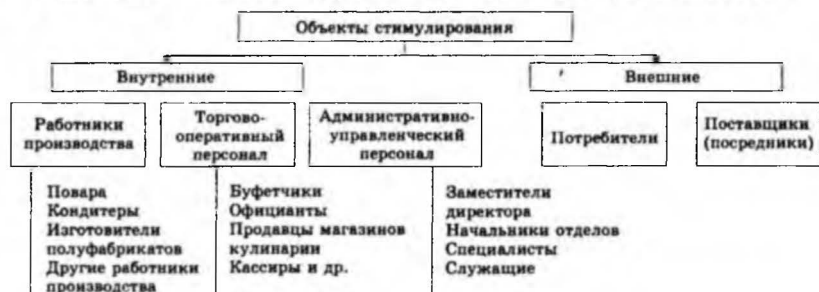
Субъект стимулирования — звено, элемент в системе управления, управляющая подсистема, направляющая стимулирующее воздействие на другие элементы, тогда как объект стимулирования есть подсистема, на которую направлено стимулирующее воздействие со стороны органа управления (управляющей подсистемы).

Объектами стимулирования в управлении эффективностью общественного питания выступают, с одной стороны, руководители на различных уровнях управления, а с другой — работники, на которых направлено его воздействие. Иными словами, будучи субъектом стимулирования, осуществляющим руководство, можно одновременно быть и объектом стимулирования — исполнителем решений высшего уровня управления.

Вместе с тем необходимо отметить многоуровневую направленность стимулирующего воздействия. Руководители первичного звена, стимулируя работников своей организации, одновременно стимулируются руководителями среднего и высшего звеньев. А работники первичного звена используют принятые установки для стимулирующего воздействия на потребителей и поставщиков.

Итак, объектами стимулирования могут выступать не только работники организации, но также поставщики (посредники) и потребители (как внешние объекты) (см. рисунок).

Необходимо отметить, что стимулирующее воздействие, направленное на внешние объекты, в общественном питании потребительской кооперации очень ограничено в части использования средств и приемов стимулирования. В связи с этим ощутимых результатов использования стимулирования данных объектов с целью повышения эффективности в общественном питании потребительской кооперации вряд ли можно ожидать. Однако нужно делать ставку и на малый результат, если в конечном счете все пойдет в копилку повышения эффективности работы организации.



Объекты стимулирования эффективности унитарного предприятия общественного питания

Одним из средств воздействия на внешние объекты являются программы лояльности, или (как их еще называют) программыощернения клиентов (потребителей).

На наш взгляд, использование программ лояльности в общественном питании потребительской кооперации может принести ощутимые результаты. Во всяком случае уже сейчас возникает необходимость не просто удовлетворять запросы потребителей, а предвосхищать их.

Также возникает необходимость заинтересовать наиболее выгодных для общественного питания поставщиков (посредников). Однако здесь сложность заключается в том, что поставщики и посредники будут работать с данной организацией только при условии, что она финансово устойчива и в состоянии производить

расчеты. В данном случае наилучшим стимулом для этих объектов могут быть повышение имиджа организации и улучшение его финансового состояния.

А.А. Курляндчик
БГСХА (Горки)

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИКИ САХАРНОЙ ОТРАСЛИ И ПУТИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

В процессе формирования и развития рыночных отношений, весьма актуальной является проблема выживания и стабильного функционирования отечественных предприятий в условиях конкурентного рынка. Крупномасштабные закупки за рубежом продуктов питания и сырья для них не только ослабляют собственную промышленность, но и ограничивают возможность использования валютных ресурсов на другие нужды, являются причиной роста внешней задолженности и расходов.

Сахарной промышленности присущи определенные особенности и связанные с ними проблемы. Они вытекают из специфики производства сахарной свеклы и выработки из нее продукта, переработки сахара-сырца, а также характерных национальных традиций потребления этого продукта в Республике Беларусь. Назовем основные из них:

- сахарная промышленность тесно связана со свекловодством;
- сахарная свекла — малотранспортабельное и скоропортящееся сырье;
- сахарная свекла вынуждена конкурировать с другими сельскохозяйственными культурами;
- высокий удельный расход свекловичного сырья в производстве;
- многокомпонентный состав сырья и высокий удельный вес отходов;
- производство носит сезонный характер;
- сахарная промышленность имеет сложный непрерывно-поточный характер производственного процесса;
- производство сахара — материало-, фондо- и трудоемкая отрасль, которая носит монопродуктивный характер;
- конкуренция со стороны импортеров белого сахара;
- сахар входит в корзину жизненно важных продуктов питания;
- сахар имеет практически 100 %-ную товарность.

Перечисленные особенности и вызванные с этим проблемы негативно отражаются на рыночной устойчивости предприятий данной отрасли.