

ПРЕМИРОВАНИЕ РАБОТНИКОВ И ПОВЫШЕНИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Актуальность проблем материального стимулирования работников не оспаривается ни наукой, ни практикой, так как от четкой разработки эффективной системы премирования зависит не только повышение социальной и творческой активности конкретного работника (менеджера, рабочего), но и конечные результаты деятельности предприятий различных организационно-правовых форм собственности, производственной и непроизводственной сфер деятельности.

Проблеме премирования работников предприятия посвящено множество научных работ и монографий известных российских и зарубежных ученых-экономистов.

Тем не менее в условиях рыночных отношений возрастает значение премирования персонала для всех субъектов хозяйствования, что вызывает необходимость постоянной доработки и совершенствования.

В условиях формирования рыночных отношений важным является достижение единства интересов всех категорий работников в обеспечении высоких конечных результатов производственно-финансовой деятельности организации в целом на основе учета и поощрения трудового вклада каждого подразделения и отдельных работников.

Сущность премирования заключается в выплате работникам определенных денежных сумм сверх основной заработной платы с целью материального поощрения за труд. Премирование — это экономический метод стимулирования мотивации труда работников в решении стратегических и тактических задач предприятия.

Изучение зарубежного опыта показало, что в мировой практике существует большое количество премиальных систем, которые используют различные показатели для определения результативности труда работников предприятия. Эффективность той или иной системы определяется в первую очередь социально-экономической ситуацией, уровнем жизни и сознанием работников. Для внедрения данных систем на белорусских предприятиях необходимо видоизменять их с учетом менталитета и мотивационных факторов персонала.

Экономически эффективной считается система премирования, при которой дополнительные затраты труда обеспечивают дополнительный результат деятельности, превышающий размер премий: полученная сумма экономии превосходит величину поощрения за ее достижение.

Правильно организованная система премирования на предприятии позволяет получать максимальный эффект от ее внедрения, в результате чего наблюдается рост производительности труда, выручки и увеличе-

ние прибыли. Основным направлением улучшения системы премирования может стать распределение премиального фонда между структурными подразделениями с использованием метода анализа иерархий.

*Е.Д. Хох, С.Р. Гороховик
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ПРЕОБРАЗОВАНИИ ЕГО В ХОЛДИНГ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «АМКОДОР»)

ОАО «Амкордор» — ведущий производитель дорожно-строительной техники в странах СНГ, который является структурой холдингового типа и включает 12 предприятий. В скором времени это количество увеличится, так как, согласно Указу Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах открытого акционерного общества “Амкордор”», в целях расширения материально-технической базы производства будет осуществлена прямая продажа ОАО «Амкордор» акций ОАО «Дзержинский завод “Агромаш”», продажа производственного республиканского унитарного предприятия «ЗАВОД ЭПОС», продажа акций ОАО «Минский приборостроительный завод». В результате чего на ОАО «Амкордор» подготовлен план мероприятий по разработке и реализации инвестиционного проекта «Создание высокотехнологичного, экспортноориентированного холдинга «Амкордор». Сотрудники ОАО «Амкордор» с опасением и неуверенностью относятся к предстоящим изменениям. Проведенный опрос показал, что 80 % опрошенных не хотели бы преобразования в холдинг по причине незнания и непонимания сущности холдингового преобразования, а также нежелания что-либо менять. Важным аспектом является и то, что все предприятия, которые будут куплены ОАО «Амкордор», характеризуются убыточностью, крайне низким техническим уровнем производства, износом основных производственных фондов и т.д.

Исходя из всего сказанного выше, необходимо затронуть такую проблему, как конкурентоспособность предприятия при преобразовании в холдинг и пути ее повышения. Конкурентоспособность товаров, предприятия более полно раскрывается через систему ее показателей. Для оценки уровня конкурентоспособности применяют схему единичных, групповых и интегральных показателей. С позиций конкретного потребителя важнейшее значение в оценке конкурентоспособности имеют сопоставление функциональных эргономических и эстетических показателей. Функциональные показатели определяют, какую основную потребность и каким именно способом удовлетворяет товар как предмет потребления в отличие от других товаров, образующихся на