

подход, который позволяет достичь большей скоординированности действий всех коммуникационных каналов и повысить экономический эффект от их применения.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что в сложных экономических условиях при некоторой нестабильности цен на товары и услуги наибольшего результата можно достичь, используя концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций. Данная концепция предполагает тщательное планирование, осмысление, координацию работ по всем коммуникационным каналам и позволяет оценить эффект капиталовложений как в сам продукт, так и в средства его продвижения и поддержание необходимой стадии его жизненного цикла.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дурович А.А. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн.2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 400с.

УДК 631.152:658.012.4(476.6)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

Дегтяревич Ир.И., Дегтяревич Н.А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республики Беларусь

Переход народного хозяйства на рыночные механизмы затрагивает все уровни руководства. Происходят серьезные изменения в системе экономических, организационных и социальных отношений в стране. Предоставление юридической и хозяйственной самостоятельности товаропроизводителям, полностью отвечающим за результаты своей деятельности, предполагает, что каждое предприятие должно создать такую систему управления, которая обеспечивала бы высокую эффективность его работы. Во многом это зависит от профессиональных знаний и навыков руководителей и специалистов предприятия.

Кадры – наиболее ценная и важная часть производительных сил общества. В целом эффективность предприятия во многом зависит от квалификации служащих, их расстановки и использования, что влияет на объем и темпы роста производимой продукции, использования материально-технических средств. То или иное использование кадров прямым образом связано с изменением показателя производительности труда. Рост этого показателя является важнейшим условием развития

производительных сил страны и главным источником национального дохода.

Успех любого дела зависит в конечном счете от того, насколько работник соответствует занимаемой должности. Поэтому подбор и расстановка кадров требуют от соответствующих работников умения комплексно оценивать знания, опыт, деловые и личные качества, способности и свойства характера кандидатов на должность, умение предвидеть развитие этих способностей и соответственно определять возможности их дальнейшего продвижения.

К разным категориям управленческих работников применяются группы критериев, значимость которых может быть различна в зависимости от уровня управленческой должности. Использование определенных критериев в практике подбора и расстановки кадров может дать необходимый эффект, если будут применяться методы оценки, с помощью которых можно определить соответствие кандидата занимаемой должности.

В настоящее время ведутся исследования и осуществляется проверка в производственных условиях ряда методов оценки уровня деловых качеств управленческих работников, основанные на системе коэффициентов и баллов.

Как показали исследования в ВРСУП «Заря и К» Волковысского района Гродненской области, управленческий персонал на различных уровнях оценивается только посредством проведения аттестации. Считаем целесообразным в дополнение к общепринятому методу аттестации кадров управления использовать коэффициентный метод оценки результативности труда управленца. Такая оценка проводится на основе интегрального показателя, который может быть получен путем объединения двух частных оценок: первая – определяет показатели, характеризующие работника, т.е. степень развития профессиональных и личных качеств работника (П) и уровень квалификации (К), вторая – показатели, характеризующие выполняемую работу, т.е. позволяет сопоставить результаты труда работников (Р) с учетом уровня сложности выполняемых функций (С). Комплексная оценка Д определяется по следующей формуле:

$$Д = ПК + РС \quad (1)$$

Применив предлагаемую методику для проведения комплексной оценки работы заведующего машинным двором, мы получили следующий результат:

$$Д = 0,94 \cdot 0,50 + 0,925 \cdot 1,0 = 1,395$$

Полученное значение комплексной оценки говорит о том, что данный работник имеет недостаточно высокий результат труда.

Таким образом, применение данной методики на предприятии позволит выявлять лучших работников, что будет способствовать, в свою очередь, продвижению по служебной лестнице более квалифицированных работников, а также даст руководителю возможность проводить более справедливое распределение премий, доплат и повышающих процентных надбавок к окладам соответствующих работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агашкова А. Обучение персонала: каждому - по потребности, от каждого – по способности / Кадровая служба – 2008, №6. – С.108-114
2. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя: учебное пособие – М., ИНФРА-М, 2000, - 135с.
3. Поведайко М.Л. Методики, используемые для социально-психологической диагностики / Отдел кадров, - 2001, №4. – С.67-69

УДК 664:658.8 (476.6)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОСТАВОК ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОАО «ЛИДАПИЩЕКОНЦЕНТРАТЫ»

Дегтяревич Ир.И.¹, Михайловская С.И.²

¹УО «Гродненский государственный аграрный университет»

²Институт повышения квалификации и переподготовки кадров

УО «ГрГУ им. Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

Открытое акционерное общество «Лидapiщеконцентраты» является динамично развивающимся предприятием, активно использующим при производстве своей продукции современные технологии.

Реалии сегодняшнего рынка предъявляют все большие требования к производственным и сбытовым предприятиям по организации поставок готовой продукции и расширению рынка сбыта. В этой связи вопросы увеличения объемов сбыта и расширения географии поставок являются достаточно актуальными.

В ходе проведенных исследований нами было установлено, что анализируемое предприятие занимается продвижением продукции как на внутренний рынок Республики Беларусь, так и на экспорт. Рассмотрим более подробно структуру реализации продукции в целом по обществу в разрезе основных каналов сбыта (рисунок 1).

Как видно из данных диаграммы, наибольший удельный вес в 2009 г. занимали поставки продукции предприятиям Минторга, а наименьшая доля поставок при этом приходилась на внешний рынок – 2,8%, или 842,9 млн руб. К 2010 г. в структуре сбыта произошли некоторые изменения. Так, более чем в 2 раза увеличилась доля поставок на