

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ З ПРОДАЖУ ПОСЛУГ СТІЛЬНИКОВОГО ЗВ'ЯЗКУ

Гончаренко І.М. к.е.н., Дмитрієва М.В. магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. У статті розглянуто методичні засади щодо вибору стратегій підприємств з продажу послуг стільникового зв'язку. Автором проаналізовано методи стимулювання робітників, орієнтовані на покращення якості послуг. Запропоновано нові підходи до стратегій управління, що підвищать зацікавленість фахівців у ефективній роботі та якісному наданні послуг.

Ключові слова: стимулювання діяльності фахівців, матеріальне стимулювання, послуги стільникового зв'язку, матеріальне стимулювання, підвищення ефективності продажів.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ПРОДАЖЕ УСЛУГ СОТОВОЙ СВЯЗИ

Гончаренко И.Н. к.э.н., Дмитриева М.В. магистр

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Аннотация. В статье рассмотрены методические основы к выбору стратегий предприятий по продаже услуг сотовой связи. Автором проанализированы методы стимулирования работников, ориентированные на улучшение качества услуг. Предложены новые подходы к стратегиям управления, повысят заинтересованность специалистов в эффективной работе и качественном предоставлении услуг.

Ключевые слова: стимулирование деятельности специалистов, материальное стимулирование, услуги сотовой связи, материальное стимулирование, повышение эффективности продаж.

DEVELOPMENT OF THE PROGRAM OF MATERIAL STIMULATION OF THE ACTIVITY OF SPECIALISTS ON SALE OF CELLULAR SERVICES

Goncharenko I., Dmitrieva M.

Kyiv National University of Technology and Design

Abstract. The article considers methodological principles for choosing business strategies sales service provider. The author analyzed the incentives of workers, focused on improving the quality of services. New approaches to management strategies that will enhance the interest of professionals in the effective work and quality service delivery.

Keywords: stimulation of specialists, financial incentives, cellular services, incentives, increase sales effectiveness.

Вступ. У сучасних умовах формування і збереження високопрофесійного творчого персоналу можливо лише в тому випадку, якщо система оплати і стимулювання праці забезпечує організації конкурентні переваги на ринку. З точки зору більшості керівників підприємств, основною складовою підвищення зацікавленості персоналу в ефективній роботі є розмір заробітної плати. Однак, слід зазначити, що системи оплати праці та стимулювання персоналу на підприємствах істотно розрізняються. Так, спостерігається значна різниця в розмірах мінімальної заробітної плати на підприємствах в цілому, а також мають місце значні відмінності в оплаті праці різних груп персоналу. Частково ці відмінності обумовлені розмірами організацій, їх економічним становищем і динамікою економічних показників. У той же час в різних організаціях застосовуються різні підходи до оплати праці. Часто розмір заробітної плати залежить не стільки від рівня кваліфікації та професійної

підготовки, скільки від індивідуального ставлення до даного працівника з боку керівництва [1, 2, 3].

Посилення впливу суб'єктивних факторів при формуванні систем оплати праці може привести до плинності кадрів, погіршення соціально-психологічного клімату в організації, служити джерелом пліток, нездорових настроїв.

Розробка ефективної програми матеріального стимулювання фахівців з продажів - процес досить складний, адже в результаті її формування повинен бути вироблений комплекс заходів, що підвищують зацікавленість персоналу в якнайшвидшому досягненні найкращого для підприємства результату.

Постановка завдання: Метою статті є розробка та формування ефективної програми матеріального стимулювання діяльності фахівців у сфері продажів послуг стільникового зв'язку.

Результати досліджень. Сам по собі розмір заробітної плати не є тим фактором, який прямо впливає на стабільність колективу і безпосередньо стримує плинність кадрів. Можна з упевненістю сказати, що плинність кадрів відсутня не в тих організаціях, де керівництво обмежується високим рівнем заробітної плати, а в тих, де сформувався згуртований колектив і комфортні відносини між співробітниками. На плинність кадрів впливає також почуття соціальної справедливості, пов'язане з організацією оплати праці. Важливим фактором, що впливає на стабільність колективу і стимулює підвищення результативності праці, також є компенсаційний пакет, пропонується компаніями своїм співробітникам. В даний час система стимулювання працівників включає довгострокові і короткострокові виплати, передбачені, з одного боку, законодавством про працю, а з іншого - специфікою і можливостями компанії [4,5].

Персоналу комерційних організацій найчастіше надаються такі види пільг: - житлова допомога (позики на пільгових умовах або безоплатно, сприяння в отриманні житла, компенсація квартплати); -страхування майна (нерухомості, автомобілів і т.п.); -особисте страхування / позики; -додаткове медичне страхування; -безкоштовне медичне обслуговування працівників; -надання засобів мобільного зв'язку, часткова оплата витрат на мобільний зв'язок; -оплата транспортних витрат (проїзд в громадському транспорті, надання службового транспорту, позики на придбання транспорту, оплата витрат на бензин); -компенсація витрат на харчування протягом робочого дня (оплата обідів); -премії різного роду; -бонуси; -часткова оплата витрат на освіту і підвищення кваліфікації.

В основу системи стимулювання працівників відділу реалізації можна покласти наступний принцип: встановлення прямої залежності між розміром оплати і обсягом реалізації. Така система відома під назвою "комісійні" або "комісійні винагороди" і більше застосовується в торговельних підприємствах, що спеціалізуються на роздрібній торгівлі. Традиційно поняття комісійних асоціюється з певним відсотком від суми реалізації (відсотком з обороту), який отримує працівник, який продав товар. Наприклад, торговий агент по реалізації підприємства Х зайнятий оптовим продажем електричних прасок різних модифікацій. Його винагорода складає 1,5% від обсягу реалізації. За місяць він продав дві партії товару - одну за 70 тис. грн., іншу - за 90 тис. грн. Його комісійні в цьому випадку склали 2,4 тис. грн [6].

Комісійні у вигляді фіксованого відсотка від обсягу реалізації встановлюються, як правило, в ситуації, коли підприємство прагне до максимального збільшення загального обсягу продажів. Якщо підприємство має кілька видів продукції і зацікавлене в посиленому просуванні одного з них, воно може встановлювати більш

високий комісійний відсоток для цього виду виробів [7]. Орієнтуючи продавця на збільшення обсягу продажів, метод фіксованого відсотка робить його абсолютно байдужим до інших аспектів реалізації - ціни за одиницю продукції, маржі (різниця між продажною ціною і витратами) за одиницю і маржі по всьому контракту, умов платежу, тощо.

Ці фактори враховуються іншими методами визначення комісійних, зокрема:

-фіксована грошова сума за кожен продану одиницю. Цей метод орієнтує на реалізацію максимального числа одиниць продукції і використовується, коли підприємство прагне збільшити завантаження виробничих потужностей;

-фіксований відсоток від маржі за контрактом. При такій системі оплати працівники відділу продажів намагаються реалізувати продукцію за максимально високою ціною за одиницю, щоб домогтися максимально високої маржі. Цей метод використовується при орієнтації підприємства на максимізацію прибутку в поточний момент і при неможливості збільшити число проданих одиниць продукції;

-фіксований відсоток від обсягу реалізації в момент надходження грошей за контрактом на рахунок продає організації. Цей метод зацікавлює агента з продажу в укладанні контракту з максимально сприятливими для продавця умовами платежу. Він використовується підприємствами, котрі відчувають труднощі зі збором дебіторської заборгованості, а також в умовах високої інфляції;

-виплата фіксованого відсотка від базової заробітної плати при виконанні плану по реалізації. Цей метод орієнтує працівників відділу продажів на виконання плану, що забезпечує стабільність в роботі всього підприємства [8,9,10].

Висновки. Проаналізувавши конкретні методи стимулювання фахівців, можна зауважити, що для того, щоб система стимулювання персоналу стала ефективною, повинні виконуватися наступні умови:

1. Система стимулювання повинна відповідати стратегії розвитку бізнесу і організації, а також прийнятій політиці стимулювання. Це означає, що підстави стимулювання повинні вибиратися, виходячи з цілей розвитку, складових реалізовану стратегію.

2. Застосування системи стимулювання має бути справедливим, тобто при виникненні підстави для стимулювання повинні застосовуватися тільки ті форми, які вказані в Положенні про стимулювання персоналу як відповідні даній підставі. Ніякі стимули не повинні застосовуватися без відповідної підстави.

3. Застосування системи стимулювання має носити неминучий характер. Стимулювання повинно проводитися кожного разу при виникненні відповідних підстав стимулювання.

4. Система стимулювання повинна бути відома всім працівникам компанії. Ця умова має особливу важливість, оскільки якщо виконані всі попередні, але персонал не поінформований про існуючу систему стягнень і заохочень, то він не може коригувати свою поведінку в організації. При цьому працівник повинен бачити, що стимулювання проводиться строго відповідно до Положення та в кожній ситуації, визначеної як підстава стимулювання. В іншому випадку вся система стимулювання надаватиме лише деструктивну дію, так як працівник не розумітиме критеріїв, за якими оцінюється його робота. Крім цього, формування системи стимулювання персоналу має підкорятися певною методикою, яка може бути розроблена індивідуально для кожного підприємства, але якої слід неухильно дотримуватися.

Література: 1. Багрова І.В. Нормування праці: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 212 с. 2. Бородатий В.П., Крижко І.Д.,

Ягодзінський А.Й. Управління персоналом: Навч. посібник. – К.: ІЗМН, 1997. – 272 с. 3. Веснин В.Р. Менеджмент персонала. – М.: «Элит-2000», 2003. – 304 с. 4. Воронько О.А. Керівні кадри: державна політика та система управління: Навч. посібник. К. Видавництво УАДУ 2000. – 156 с. 5. Дзюба С.Г., Гайдай І.Ю. Нормування праці: Навчальний посібник. – Донецьк: ТОВ «Юго – Восток, ЛТД», 2004. – 133 с. 6. Ділові ігри, виробничі ситуації та практичні завдання з навчальної дисципліни «Управління персоналом» / Укл. С.К. Потьомкін, Т.С. Шапошнікова, І.М. Козлова. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 108 с. 7. Дятлов В.А., Кибанов А.Я., Пихало В.Т. Управление персоналом. – М.: Приор, 1998. – 366 с. 8. Дячун О.В. Організація, нормування та оплата праці: Навч. посібник. – Львів, 2001. – 220 с. 9. Єрмоменко В.О., Коваленко Г.О., Рижиков В.С. Основи нормування праці: Навчальний посібник. – Краматорськ: ДДМА, 2004. – 252 с. 10. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ КРЕДИТНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ЇХ ОРІЄНТАЦІЇ НА РОЗВИТОК РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Гончаренко І.М., к.е.н., Шевченко І. магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. У статті розглянуто принципи управління інвестиційною діяльністю кредитних організацій, їх вплив на реальний сектор економіки і запропоновано можливі методи підвищення ефективності.

Ключові слова. Інвестиційні процеси, інвестиційна діяльність, кредитні організації, банки, реальний сектор економіки.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ИХ ОРИЕНТАЦИИ НА РАЗВИТИЕ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Гончаренко И.Н к.э.н., Шевченко И. магистр

Киевський національний університет технологій та дизайну

Аннотация. В статье рассмотрены принципы управления инвестиционной деятельностью кредитных организаций, их влияние на реальный сектор экономики и предложены возможные методы повышения эффективности.

Ключевые слова. Инвестиционные процессы, инвестиционная деятельность, кредитные организации, банки, реальный сектор экономики.

MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITY OF CREDIT INSTITUTIONS IN TERMS OF THEIR FOCUS ON THE DEVELOPMENT OF THE REAL ECONOMY

Goncharenko I., Shevchenko I.

Kyiv National University of Technology and Design

Abstract. The article discusses the principles of investment activity of credit institutions and their impact on the real economy and suggested possible methods of improving efficiency.

Keywords. Investment process, investment, credit institutions, banks and the real economy.

Постановка проблеми. Розв'язання проблем фінансового забезпечення інвестиційної моделі економічного розвитку протягом останніх років активізуються