

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА В УСЛОВИЯХ ЕГО ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

канд. экон. наук, доцент О.Н Монтик., О.Ю. Воскобович, аспирант БНТУ, г. Минск

Резюме - статья посвящена вопросам оценки результативности труда сотрудников, работающих в организации дистанционно. Разработана модель оценки эффективности деятельности специалиста, выполняющего служебные обязанности вне офиса, основанная на сопоставлении темпов роста четырех видов полезного эффекта от дистанционной работы и темпов изменения затрат труда. Затраты труда предлагается оценивать, как темпы изменения четырех категорий времени: основное, вспомогательное, подготовительно-заключительное время и время регламентированных перерывов.

Введение. Цель исследования – формирование оптимальной организационной структуры компании, совершенствование методов работы сотрудников в условиях удаленного офиса и разработка методики оценки эффективности их деятельности.

Задачи исследования:

- 1) Определить основные этапы и алгоритм внедрения дистанционной занятости в организации.
- 2) Определить основные показатели, отражающие затраты времени и полезный эффект деятельности сотрудника в результате выполнения работы вне офиса.
- 3) Разработать модель оценки эффективности деятельности сотрудника, работающего дистанционно.

Основная часть. Развитие информационных технологий изменяет подходы к управлению и ведению бизнеса, позволяет сотрудникам организаций выполнять свои трудовые обязанности дистанционно. Многие известные компании активно используют преимущества дистанционного формата занятости.

Дистанционная занятость позволяет снизить организационные издержки и прочие управленческие расходы компании за счет работы сотрудника на дому, использования информационных средств обработки и передачи данных, повысить производительность труда за счет более комфортных условий и гибкого графика выполнения заданий. Снижая управленческие расходы в процессе использования дистанционного офиса, организация повышает свою конкурентоспособность за счет более низких общих затрат, чем у конкурентов. А более высокая конкурентоспособность компании позволит обеспечить прибыльность и устойчивость работы компании на целевом рынке в долгосрочном периоде времени. В этой связи актуальна задача разработки модели оценки эффективности деятельности сотрудника, работающего дистанционно.

В современной конкурентной среде развитие организации становится для руководства одной из важнейших задач. В литературе по менеджменту можно найти различные определения термина «Организация». Основные подходы к определению данного понятия приведены в таблице 1 [1], [2], [3], [4].

Таблица 1 – Основные подходы к определению понятия «Организация»

Автор научных трудов по менеджменту	Определение
Г.А. Латфуллин	объединение людей ради реализации некоей миссии и достижения определённой цели, осуществляющих совместную деятельность через разделение обязанностей, объединённых единым организационным стержнем и правилами, а также определённым властным началом в рамках неких границ в той или иной организационной форме.
В.Ф. Володько	совокупность материальных объектов и коллектив людей, объединённых для достижения определённой цели
Н.М. Зубко	самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги и занимающийся различными видами экономической деятельности.
Н.И. Кабушкин	процесс, посредством которого создаётся и сохраняется структура управляемой либо управляющей системы
	совокупность (система) взаимоотношений, прав, обязанностей, целей, ролей, видов деятельности, которые имеют место в процессе совместного труда
	группа людей с общими целями.
	предприятие, фирма, учреждение, ведомство и иные трудовые формирования

Основными характеристиками организации являются миссия и цель, материальная база, позиция на сегменте рынка (в отрасли), внутренняя и внешняя среда [5]. Важной характеристикой деятельности организации является цель её деятельности [5]. Организация, как правило, рассматривается как средство коллективного достижения целей, которые не могут быть достигнуты людьми индивидуально. В данном контексте под целью понимается

конкретное конечное состояние или желаемый результат (производство материальной продукции (услуг), получение прибыли и т.д.), которого стремится добиться группа людей, работая вместе [5].

Дистанционная деятельность сотрудников организаций в Республике Беларусь должна осуществляться с использованием института надомного труда. При этом как составление трудового договора, так и правила организации дистанционной работы имеют ряд отличий от стандартной трудовой деятельности:

– в трудовом договоре необходимо указать: обеспеченность дистанционного сотрудника необходимыми материалами, информацией, инструментами для дистанционной работы; порядок возмещения расходов сотруднику связанных с выполнением дистанционной работы (по согласованию сторон); нормы выработки.

– контроль рабочего времени сотрудника должен производиться с использованием специальных программ, если же рабочее время дистанционного сотрудника не учитывается, либо не поддается контролю, следует исходить из того, что он самостоятельно распределяет рабочее время.

– по общему правилу работа такого лица должна выполняться вне офиса нанимателя, однако, дистанционный работник может присутствовать в офисе организации на каких – либо собраниях, семинарах, на обучении[6].

Кроме законодательных особенностей внедрения дистанционной занятости необходимо также учитывать и организационные особенности. С внедрением дистанционной занятости изменяется система управления предприятия. В соответствии с определением, система управления организации – это совокупность связанных между собой элементов управления организацией, которые обеспечивают её результативное и непрерывное функционирование [7].

Предлагается применять разработанную в данной статье схему, отражающую основные этапы внедрения дистанционной занятости на предприятии (рисунок 1).



Рисунок 1 – Этапы внедрения дистанционной занятости на предприятии

Эффект – это результат определённого действия, мероприятия, процедуры, выполнения различных работ в достижении экономических либо социальных целей. Эффективность же выражается отношением результатов деятельности (эффекта) к затратам ресурсов на их достижение. Для оценки эффективности внедрения дистанционной занятости на предприятии необходимо сопоставить результаты труда дистанционных сотрудников с затратами времени на их достижение. Чтобы точно оценить эффективность внедрения дистанционной занятости, необходимо присвоить ранговое значение каждому показателю коэффициентов роста результатов и затрат в соответствии со значимостью данных показателей для предприятия. Показатели, отражающие эффект, выбираются в зависимости от должности и особенностей труда специалиста, работающего дистанционно.

В статье разработана и предлагается следующая формула расчета коэффициента эффективности деятельности специалиста, работающего дистанционно (\mathcal{E}_{dc}):

$$\mathcal{E}_{dc} = \sqrt[4]{\frac{T_{pk} \times r_1 \times T_{pc} \times r_2 \times T_{pv} \times r_3 \times T_{psc} \times r_4}{T_{oc} \times a_1 \times T_{всп} \times a_2 \times T_{pn} \times a_3 \times T_{nz} \times a_4}}$$

- где
- T_{pk} - коэффициент роста клиентской базы;
 - T_{pc} - коэффициент роста количества сделок, совершённых в срок;
 - T_{pv} - коэффициент роста выручки;
 - T_{psc} - коэффициент роста средней стоимости сделки;
 - T_{oc} - коэффициент роста основного времени;
 - $T_{всп}$ - коэффициент роста вспомогательного времени;
 - T_{pn} - коэффициент роста времени регламентированных перерывов;
 - T_{nz} - коэффициент роста подготовительного и заключительного времени;
 - r_i - ранг показателей результативности деятельности сотрудника;
 - a_i - ранг затрат времени.

Если показатель $\mathcal{E}_{дс}$ получился больше 1, то внедрение дистанционной занятости на предприятии эффективно, так как результат (эффект) от деятельности сотрудника, работающего дистанционно, увеличивается более высокими темпами, чем растут затраты времени на осуществление работы вне офиса. Если коэффициент $\mathcal{E}_{дс}$ получился меньше 1, то внедрение дистанционной занятости на предприятии неэффективно, так как темпы роста затрат времени на осуществление работы вне офиса увеличиваются более высокими темпами, чем растет результат (эффект). Научной новизной предлагаемой методики является использование динамических показателей, учитывающих изменение результатов деятельности специалиста и затрат рабочего времени по категориям времени. Новым является учёт удельных весов различных категорий рабочего времени в общей продолжительности рабочего дня. Предлагаемая модель позволит повысить качество менеджмента в организации, формировать оптимальную организационную структуру предприятия, обеспечивая максимальную прибыль и конкурентные преимущества.

Заключение. Определены основные этапы внедрения дистанционной занятости в организации. Определены основные показатели, отражающие затраты времени и полезный эффект деятельности сотрудника в результате внедрения дистанционной занятости. Разработана модель оценки эффективности деятельности сотрудника, работающего дистанционно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Латфуллин, Г.А. Теория менеджмента: учебник для вузов / Г.А. Латфуллин, А.С. Никитин, С.В. Серебренников. – 2 –е изд. – СПб: Питер, 2014. – 458с.
2. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие для студентов эконом. специальностей учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / В.Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2010. – 303с.
3. Зубко, Н.М. Предпринимательская деятельность: курс лекций / Н.М. Зубко, П.Д. Карлюк, А.Н. Каллаур. – Минск: Тетралит, 2014. – с.
4. Кабушкин, Н.И. Основы менеджмента: учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – 11 –е изд., испр. – М.: Новое знание, 2009. – 268с.
5. Климович, Л.К. Цели организации и управленческие стратегии / Л.К. Климович // Основы менеджмента: учебник / Л.К. Климович. – Минск: РИПО, 2013. – Гл. 5 – С. 93 – 114.
6. Кодексы Республики Беларусь [Электронный ресурс]: трудовой кодекс Республики Беларусь Режим доступа: <http://трудовой-кодекс.бел>. – Дата доступа: 20.10.2018.
7. Фрайд, Дж. Remote: Офис не обязателен / Дж. Фрайд, Д. Хайнемайер Хенссон. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 288с.

УДК 338.24

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИОРИТЕТОВ В РАЗВИТИИ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик, А.С. Воскресенская, БНТУ, г. Минск

Резюме - статья посвящена вопросам оценки набора товаров и услуг торговой организации и выявления приоритетных направлений ее ассортиментной стратегии. Разработана усовершенствованная матрица Бостонской консалтинговой группы, основанная исключительно на внутренней информации предприятия и отличающаяся от стандартной матрицы параметрами на осях координат. Данными параметрами являются доля каждой группы в объеме сбыта и доля в темпе изменения объема сбыта.

Введение. Цель исследования – разработка методов оценки товарных стратегий торгового предприятия на целевом рынке. Задачи исследования; раскрыть теоретико-методологические основы формирования и реализации эффективных товарных стратегий; проанализировать методы прогнозирования ассортиментного портфеля; разработать рекомендации по повышению эффективности товарных стратегий торгового предприятия.

Основная часть. Товарная стратегия становится основой управленческого процесса, т.к. в условиях усиления конкурентной борьбы и быстроменяющейся ситуации на рынке предприятия должны вырабатывать долгосрочную линию поведения, которая позволяла бы им не просто реагировать на трансформацию внешнего окружения, а и предвидеть эти изменения заранее. Успешный результат предпринимательской деятельности предприятия в рыночных условиях определяется эффективностью выбранной им товарной стратегии и управления его экономическим потенциалом. Поэтому проблема разработки грамотной товарной стратегии предприятия – одна из наиболее важных и актуальных. Несмотря на значительное количество научных разработок в сфере товарной стратегии и сбыта, недостаточно раскрыты вопросы оценки экономической привлекательности отдельных ассортиментных позиций, позволяющих обеспечить потенциал конкурентоспособности предприятий.

Товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю [1]. В научной и специальной литературе существует множество определений понятия товарная политика предприятия при отсутствии однозначного ее понимания (таблица 1).