Давыдовский Ф.Н.¹, Величко Е.А.²

Ключевые факторы и условия построения модели внутрифирменного расчета в условиях энергетической монополии

¹Северо – западный открытый технический университет

²Санкт – Петербургский государственный университет
(Россия, Санкт – Петербург)

doi:10.18411/lj-31-03-2018-70

idsp: 000001:lj-31-03-2018-70

Аннотация

Авторами рассматриваются основные факторы и условия построения системы внутрифирменного расчета в условиях замкнутой технологической монополии. Данная система позволяет обеспечить максимально возможную эффективность работы, прежде всего, за счет роста материальной заинтересованности персонала в результатах своего труда и выполнения соответствующих показателей.

Ключевые слова: Внутрифирменный расчет, энергетическая монополия, система материального стимулирования.

Рассматривая различные варианты организации экономических отношений в условиях деятельности энергетических монополий, следует учитывать влияние самых разнообразных факторов, существование которых определяется спецификой процессов производства и распределения электрической и тепловой энергии. С одной стороны, возникает необходимость делегирования полномочий и ответственности между различными уровнями управления энергетической монополии, но, с другой - существуют естественные пределы такого распределения, определяемые, прежде всего, технологическими ограничениями организации сетевого хозяйства и инженерных тепловых сетей, обладающих в силу этого, свойством замкнутости. Этот фактор, в свою очередь, заставляет определить баланс между централизацией функций управления и децентрализацией принимаемых решений. Так, финансовая и инвестиционная политика остаются прерогативой всей монополии и организуются на основе методов и принципов централизованного управления. Организация же труда и материальной заинтересованности персонала предприятий, выступающих как структурные звенья единой монополии, может функционировать на принципах коллективных форм организации труда, к числу которых можно отнести и внутрифирменный расчет структурных подразделений, строящийся на принципах формирования и пропорционального распределения расчетного дохода структурных подразделений.

Создание эффективного механизма материальной заинтересованности, помимо децентрализации ряда функций управления, требует соблюдения ряда дополнительных условий, к числу которых можно отнести:

- задействование стимулов еще на стадии составления планов с целью учета выявленных резервов производства [1];
- создание и развитие механизма встречного планирования структурных подразделений монополии [2];
- развитие внутрифирменной конкуренции и хозяйственной самостоятельности при выполнении напряженных планов [3];
- ориентирование плановых показателей на прогрессивный уровень напряженности плановых заданий и нормативный уровень использования ресурсов [4];
- обеспечение соответствия стимулирования выполнения напряженных планов и системы стимулирования работников организации в целом путем установления четкой зависимости степени выполнения

напряженного плана в каждом подразделении от величины его трудового вклада и трудового вклада каждого работника в конечные результаты работы этого подразделения [5];

- обеспечение стабильности условий образования нормативов стимулирования, установленных до принятия планов, в ходе их выполнения и при фактическом отчислении средств в фонд заработной платы структурных подразделений. Реализация на практике этих требований означает качественное изменение всей системы планирования в условиях естественной монополии [6,7].

Центральным звеном построения экономической модели, позволяющей реализовать данные условия, является перераспределение функциональных полномочий между двумя основными видами функций энергетической монополии: функциями технического и административного управления и функциями структурных подразделений по осуществлению основной деятельности. В свою очередь, это предполагает перераспределение функций принятия и реализации решений на трех основных уровнях управления монополией и построения соответствующих показателей результативности деятельности: энергетической системы в целом, структурного подразделения как части такой системы, конкретных работников, специализирующихся на выполнении своих специфических трудовых функций. При этом каждому такому уровню должен быть присущ свой порядок формирования и распределения полученного дохода и его распределения по уровню выполнения заданных показателей.

Смысловое содержание модели внутрифирменного расчета заключено не только в эффективном перераспределении получаемого дохода на всех уровнях управления энергетической монополии, но и между ними. С этой целью должен быть использован метод фондообразования средств материального стимулирования, накопления, восстановления основных фондов и амортизации, должна внедряться соответствующая система показателей использования данных фондов.

Доход структурных подразделений должен планироваться расчетно-аналитическим методом, исходя либо из сложившегося норматива отчислений из фонда оплаты труда, либо или из необходимости разделения подразделений в соответствие с их спецификой: по циклу производства на предметно-замкнутые и не имеющие подобного цикла, вспомогательные подразделения и отделы аппарата управления.

Для подразделений с предметно-замкнутым циклом чистый доход, подлежащий перераспределению, определяется по следующей схеме:

$$Рд = Вд - М - Пф - Пк - Сш$$

$$Чд = Рд - Оф$$

$$Фп = Вд - Сх$$

где: Рд - расчетный доход подразделения;

Вд - выручка подразделения;

М - материальные затраты;

П - плата за производственные фонды;

Пк - выплата процентов по кредиту;

Сш - сальдо штрафов;

Оф - отчисления в доход филиала;

Фп - ФОТ подразделения;

Сх - сальдо внутрипроизводственных претензий;

Чд - чистый доход подразделения.

При этом, плановый фонд материального поощрения j-го подразделения определяется по формуле:

$$Фпj = \frac{Фп * Кj}{\sum Кj}$$

где Фп - часть фонда материального поощрения филиала, распределяемая по подразделениям;

Кj - сумма коэффициентов выполнения плановых показателей для подразделений, по которым распределяется фонд материального поощрения.

1. Величко Е.А., Давыдовский Ф.Н. Хозяйственная самостоятельность промышленных предприятий в условиях внутрифирменного расчета структурных звеньев энергетической монополии [Текст] / депонированная рукопись № 139-B2015 26.08.2015
2. Давыдовский Ф.Н. Монополия и конкуренция в электроэнергетике: альтернативы развития и проблема эффективности [Текст] // Экономика, предпринимательство и право. 2011. № 6. С. 30-44.
3. Давыдовский Ф.Н., Величко Е.А. Ключевые показатели эффективности труда и концепция построения премиальных систем сотрудников проектных команд [Текст] // Системное управление. 2015. № 2 (27). С. 4.
4. Давыдовский Ф.Н., Величко Е.А. Методические основы премирования инженеров конструкторского бюро по результатам оценки трудового вклада [Текст] // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11-1. С. 109-112.
5. Давыдовский Ф.Н., Величко Е.А. Методические вопросы апробации премиальных систем на предприятиях судостроительного комплекса города [Текст] // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2015. № 3. С. 76-84.
6. Давыдовский Ф.Н., Величко Е.А. Построение оптимальной модели обязанностей сотрудников конструкторского бюро на основе метода регламентации трудовой деятельности [Текст] // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 8-5. С. 767-771.
7. Давыдовский Ф.Н. Разработка системы премирования сотрудников центральных заводских лабораторий по ключевым показателям эффективности труда [Текст] // Аудит и финансовый анализ. 2014. № 5. С. 424-431.

Искаков Т.Б.

Маркетинговая деятельность в сфере спортивно-оздоровительных услуг

*Казахская академия спорта и туризма
(Казахстан, Алматы)*

doi:10.18411/lj-31-03-2018-71

idsp: 000001:lj-31-03-2018-71

Аннотация

Автор статьи раскрывает опыт маркетинговой деятельности в сфере спортивно-оздоровительных услуг. В статье раскрывается ценность спортивно-оздоровительных услуг для маркетинга; показаны виды маркетинга в области спортивно-оздоровительных услуг; выражен собственный взгляд автора на проблему маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг; раскрыта концепция социально-этического маркетинга.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительные услуги; маркетинг; концепция маркетинга; спортивный маркетинг; социально-этичный маркетинг.

На современном этапе организациям физкультурно-спортивной направленности в Республике Казахстан предоставлена большая автономия, независимость и свобода деятельности. У нас есть возможность привлечения бюджетных и внебюджетных средств финансирования, организации платных занятий и коммерческой деятельности. Мы сами формируем свой педагогический коллектив и обслуживающий персонал, самостоятельно распоряжаемся финансовыми ресурсами, развиваем свою материально-техническую базу, информационное, методическое и технологическое обеспечение. В связи с этим, потребность в эффективном управлении в системе физической культуры и спорта, функционирующей в режиме рынка, обусловила необходимость применения маркетинга в этой области.