

| 1 | 2 | 3 |
|--|---|--|
| Нарушение договорных обязательств | Нарушение сроков поставки, невыполнение требований к качеству | Оговорить в договоре поставки обязательность возмещения убытков (выплат штрафов и неустоек за нарушение договорных обязательств) |
| Некомпетентность рабочих | Простои и поломки оборудования | Предусмотреть дополнительное обучение со стороны поставщика оборудования |
| Нестабильность экономической ситуации и инфляция | Рост цен на ресурсы | Предусмотреть резервы затрат, а также премию за риск при определении критериев эффективности проекта |

Источник: собственная разработка на основе [1].

Анализируя данные таблицы, видим, что в особой зоне находятся риски изменения валютного курса и роста инфляции. Минимизировать их возможно, если применить стратегию уклонения: предприятию следует отказаться от кредита в иностранной валюте. Также целесообразно запланировать мероприятия по повышению квалификации рабочих.

Использование методов управления рисками может помочь отказаться от вложения средств в объекты сомнительной доходности.

Литература

1. *Донских, И. С.* Управление проектными рисками на предприятии полиграфической промышленности / И. С. Донских // Экономика и управление XXI века : сб. науч. ст. : в 2 ч. — Гродно : ГрГУ, 2016 — Ч. 1. — С. 96-101.
2. *Титович, А. А.* Менеджмент риска и страхования: учеб. пособие / А. А. Титович. — 2-е изд., испр. — Минск : Вышэйш. шк., 2011. — 287 с.

М.А. Ефимович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.Г. Довыдова**

НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ

Управление персоналом как наука взяло на вооружение достижения из таких областей знаний, как развитие трудовых ресурсов, конфликтология, лидерство, психология личности, организация труда (прежде всего, труда руководителей) [1].

Существует материальное и нематериальное стимулирование персонала. Обобщение опыта практической деятельности отечественных предприятий и зарубежных организаций показало значимость нематериальных инструментов стимулирования для сотрудников компаний и подтвердило ошибочность мнений об абсолютном значении материальных факторов в формировании лояльности персонала.

Автором было проведено исследование в форме анкетирования сотрудников организации Институт «Белжелдорпроект». Цель исследования — определить степень воздействия нематериальных методов стимулирования по мнению самих работников. Работникам предлагалось определить каждый метод в одну из групп: действует незначительно, действует существенно, действует очень существенно. Результаты исследования следующие:

- 42 % опрошенных считают, что моральное стимулирование (похвала, отзывы) действует очень существенно, еще 42 % — существенно, только на 16 % моральный фактор действует незначительно;
- участие сотрудников в принятии важных для компании решения является очень существенным методом стимулирования только для 17 % респондентов, для 42 % является существенным, а для остальных 41 % — незначительным;
- отношения в коллективе для 42 % являются очень существенным фактором, а для остальных 58 % — существенным;
- лишь 8 % опрошенных считают, что конкурсы и соревнования внутри компании очень существенно влияют на трудовую активность, 17 % считают, что существенно, а большинство сотрудников (75 %) считают метод незначительным.

На примере Российской Федерации можно рассмотреть программу мотивации сотрудников в ПАО «Промсвязьбанк». Руководство финансового учреждения разработало четкую, прозрачную систему стимулов для персонала, включающую также и нематериальные факторы:

- корпоративный спорт;
- корпоративные праздники;
- корпоративный портал и внутреннюю социальную сеть.

В результате внедрения системы была решена задача снижения текучести кадров (уменьшилась на 30 %) и повышения лояльности работников [2].

Среди белорусских компаний также существуют примеры применения такого нематериального стимулирования, как «вознаграждения-признательности». Так, холдинг «Алютех» ежегодно проводит среди своих специалистов профессиональный конкурс «Звезды Алютех», который является признанием заслуг и профессионализма работника. Результаты объявляются в канун Нового года.

Таким образом, моральное стимулирование и отношения в коллективе воздействуют на трудовую активность сотрудников в наибольшей степени, а участие сотрудников в принятии важных для компании решения и конкурсы внутри компании — в наименьшей.

Литература

1. *Беляцкий, Н. П.* Управление человеческими ресурсами : учеб. пособие для слушателей МВА / Н. П. Беляцкий, П. Ройш. — М. : Изд. центр БГУ, 2007. — 280 с.
2. Мотивация сотрудников [Электронный ресурс] // Сайт о кадрах и мотивации. — Режим доступа: <http://www.z-motiv.ru>. — Дата доступа: 17.03.2017.

А.А. Карабань

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.А. Гец

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ БЕЛАРУСИ

В ходе выполненных исследований установлено, что рост производственного потенциала аграрной отрасли и укрепление продовольственной безопасности страны в результате реализации мероприятий Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы и Государственной программы устойчивого развития села на 2011–2015 годы активизировали торговлю продовольственными товарами Республики Беларусь на зарубежных рынках. Так, за 2005–2015 гг. внешнеторговый оборот продовольственными товарами увеличился в 2,8 раза и в 2015 г. составил 7049,8 млн долл. США, в том числе экспорт — 3596,3 млн долл. США, импорт — 3453,5 млн долл. США. Положительное сальдо внешней торговли продовольствием составило 142,8 млн долл. США и выросло в сравнении с 2005 г. более чем в 2 раза. Следует отметить, что в отчетном периоде доля продовольственных товаров в товарной структуре экспорта Республики Беларусь достигла 13,4 % против 8 % в 2005 г. В первую очередь это связано с интенсивным освоением предприятиями внешних продовольственных рынков и с проведением взвешенной политики импортозамещения [1].

Проведенные расчеты позволили установить, что Беларусь наряду с Новой Зеландией, США, Австралией и Аргентиной является крупнейшим экспортером молочной продукции на мировой рынок. По итогам 2015 г. Республика Беларусь вошла в десятку ведущих мировых экспортеров сливочного масла (4,09 % мирового экспорта), молока (2,76 % мирового экспорта), сыра и творога (2,38 % мирового экспорта) [1].

В процессе исследований выявлено, что география внешней торговли продовольственными товарами постепенно расширяется. В 2015 г. Беларусь поставляла продовольствие более чем в 80 стран мира, в том числе во все страны СНГ, Германию, Венесуэлу, Францию, Грузию, США, Китай, Вьетнам, Нидерланды, Сербию. В то же время более 90 % экспортных поставок продовольствия осуществлялось в страны СНГ,