

Негативным показателем в торговле Республики Беларусь является постоянное в течение последних лет превышение импорта над экспортом. Сальдо внешней торговли товарами за январь–сентябрь 2018 г. составило «минус» 3203,32 [2].

Для преодоления проблем и стабилизации внешней торговли Республики Беларусь целесообразно применение следующих мероприятий:

– уделять особое внимание развитию отраслей, обладающих наибольшим экспортным потенциалом;

– совершенствовать технико-технологическую организацию производства на предприятиях, внедрять прогрессивные технологии производства;

– обеспечивать снижение импортоемкости белорусской продукции путем максимального использования внутренних ресурсов для ее производства, а также экономии импортных сырья и материалов.

Таким образом, основными направлениями внешнеэкономической деятельности должны стать: расширение экспорта, рационализация объема и структуры импорта, углубление взаимодействия с мировым рынком, осуществление эффективной внешнеторговой политики.

#### **Источники**

1. Внешняя торговля Беларуси в январе–июне 2018 года [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/>. — Дата доступа: 28.11.2018.

2. Баланс внешней торговли товарами Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 28.11.2018.

**П.В. Гаерыш**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Н.Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент*

### **ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

В современных условиях происходит стремительное изменение сознания и активности работников, возрастают их материальные и духовные потребности. В связи с чем необходимо осуществлять поиск новых путей мотивации. Стимулирование, в свою очередь, предполагает внешний процесс воздействия, направленный на мотивы работников.

Ситуация, сложившаяся в объектах торговли, такова, что дополнительных средств на применение материального стимулирования

зачастую не хватает. В таком случае на первый план выходят меры морально-психологического стимулирования, правовое регулирование которых находится на этапе становления. Данная разнородность стимулирования предполагает создание комфортной психологической обстановки путем закрепления на локальном уровне особой корпоративной политики, которая образуется путем соединения следующих составляющих:

1. Корпоративная культура, основными принципами которой могут выступать следующие [1]:

- главные объекты внимания руководства — это то, что находится в зоне их повседневного контроля, а также указывает работникам на приоритеты деятельности;
- реакция руководства на организационные кризисы демонстрирует персоналу, какие приоритеты кадровой политики будут реализованы;
- моделирование ролей и обучение должны осуществляться в рамках концепции «Корпоративный университет». Обучение носит целенаправленный характер — работникам заранее дают именно те знания и навыки, которые им потребуются для решения завтрашних задач;
- критерии наград и статусов — это четко сформированные подходы по реализации дифференцированной системы мотивации персонала. Они показывают работникам, какие именно образцы поведения и результаты ждет от них организация;
- организационная «символика» — ритуалы и церемонии, используемые в периоды праздников, представительских встреч, выставок, рекламных кампаний, максимально полно демонстрирующие специфику корпоративной культуры и формирующие чувство сопричастности организации.

2. Наблюдение за ростом профессионализма, в том числе через обеспечение организации специалистами высшей квалификации с помощью формирования рациональной системы обучения и переподготовки работников.

3. Создание комфортной обстановки в коллективе с учетом специфики управления отдельно женским, мужским и смешанным коллективом.

4. Индивидуальное участие работника в принятии управленческих решений — привлечение работников к выработке собственных предложений либо альтернативных вариантов при разработке решения. Вера в индивидуализм, базирующаяся на уважении к уникальности личности каждого человека и его значимость в рамках организации.

5. Равное социальное положение работников в организации, т.е. установление единого социального статуса для всех членов коллектива вне зависимости от ранга, занимаемого работником в иерархии организации.

Таким образом, в настоящее время все больше руководителей обращают внимание на стимулирование, рационально выстраивая систему мотивации. При всем разнообразии мирового опыта важно понимание того, что каждой организации необходимо выработать собственные методы с учетом особенностей конкретной отрасли, структуры организации и человеческих ресурсов.

### **Источники**

1. Терезин, В.И. Управление корпоративной культурой / В.И. Терезин // Кадровая служба. — 2017. — № 3. — С. 73–76.

**Т.Ю. Галай, Е.В. Лишай**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С.В. Стасюкевич*

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ТОРГОВОГО КОМПЛЕКСА БГЭУ»**

Каждая организация в той или иной степени зависит от продукции, товаров и услуг, поставляемых ей другими организациями. В этом отношении ни один субъект хозяйствования не самодостаточен в полной мере, поэтому управление закупками — один из ключевых бизнес-процессов каждой организации общественного питания, так как от грамотного управления закупками зависит целый ряд стратегических преимуществ, способствующих ее экономическому развитию.

Исследование закупочной деятельности Центра «Торговый комплекс БГЭУ» позволило выявить то, что структурное подразделение сотрудничает с большим количеством поставщиков, расположенных в городе Минске. Около 80 % всего объема поставок приходится на 23 основных поставщика. Фактический объем поставок оказался выше планового по всем поставщикам, что свидетельствует о качественном выполнении ими своих обязательств. В 2016 г. организация увеличила количество поставщиков, появился выбор относительно условий поставки и цен.

В процессе анализа товарных запасов была выявлена такая проблема, как излишки плодоовощной продукции, что ведет к сокращению места на складе и порче данной продукции. В качестве решения данной проблемы предлагаем использовать прогнозирование сезонных объемов реализации на основе данных о товарообороте прошлых периодов, что позволит определять потребность в товарах и планировать товарные запасы. После проведения данных исследований изменить условия договора поставки, определив в нем фиксированный размер заказа. В результате работы расходы по хранению сократятся, а организация увеличит прибыль.