

Таким образом, маркетинговые исследования как ключевой аспект управления конкурентоспособностью, призваны помочь руководству предприятия в принятии оперативных и стратегических решений, разработке направлений будущего развития предприятия.

Список использованных источников:

1. Киреенко, Н.В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика. В 2 ч. Ч. 1 / Н.В. Киреенко; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 265 с.

2. Коттлер, Ф. Основы Маркетинга. Краткий курс / Ф. Коттлер. – К.: Вильямс, 2015. – 496 с.

УДК 331.101.3:658

Диана Невдах

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.С. Пашкова, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Одной из актуальных проблем, с которыми сталкиваются современные организации, – это мотивация персонала. Переход к рыночной экономике внес свои особенности в управление персоналом, возросла роль личности работника. Соответственно и начало меняться соотношение стимулов и потребностей, на которые может опереться система стимулирования.

Также фактором, усугубляющим эту ситуацию, является то, что собственники организаций и топ-менеджеры схожи по своим амбициям, имеют сильную волю и стремятся к достижению поставленных целей. Проблема менеджмента состоит в том, что интересы обеих не всегда совпадают. Владельцы видят ориентир в одном, топ-менеджеры считают его своим препятствиям. Поэтому очень важно достичь взаимопонимания в этом вопросе и, отталкиваясь от установленных целей, руководить работой персонала.

В настоящее время при переходе к рыночным отношениям основным мотивирующим фактором работников является желание

иметь гарантированную заработную плату. При этом ни интенсивность, ни качество труда в расчет не берутся, преобладает желание иметь спокойную работу с небольшим, но гарантированным заработком, нежели интенсивную работу с высокой оплатой.

Ключевая цель мотивации и стимулирования заключается в том, чтобы добиться отождествления целей каждого работника с целями компании. Благодаря этому происходит стимулирование деятельности персонала и, как следствие, увеличение производительности. Если работник заинтересован и вовлечен в процесс, то он лучше выполняет свои трудовые обязанности.

Для более подробного рассмотрения системы мотивации персонала используем данные, полученные в Инспекции МНС.

Для мотивации эффективного труда работников, поддержки их инициативы, распространения передового опыта работы в налоговых органах создана система поощрений. Методы стимулирования могут быть подразделены на два крупных комплекса: материальные и нематериальные.

Именно материальные методы признаются мощными способами для стимулирования работников и соответственно чаще всего применяются руководителями компании. Работники за выполнение своих трудовых обязанностей получают заработную плату, а для обеспечения более эффективной деятельности назначаются премии, но не всем работникам, а лишь тем, которые достигли определённых результатов в работе.

Лучшие работники налоговых инспекций по ходатайству своих коллективов представляются к награждению различными наградами. В 2021 году за заслуги в профессиональной деятельности, личный вклад и достигнутые результаты в работе 2 работника Минской области награждены государственными наградами. Различными наградами Министерства по налогам и сборам, областной налоговой инспекции и наградами областных и районных органов власти отмечено 83 сотрудника. В качестве материального стимулирования сотрудникам инспекции выплачивают премии.

На первый взгляд целесообразно будет провести ряд мероприятий по развитию мотивации персонала налоговой службы. Все имеющиеся методы и способы стимулирования работников для повышения их профессионализма не раз прописаны в различных нормативно-правовых актах.

Перед кадровыми подразделениями налоговых органов стоит важная задача планирования потребности в кадрах, разработки мероприятий по обучению и профессиональному развитию работников, работы с кадровым резервом, развития карьеры и других направлений кадровой работы.

В заключение следует отметить, что дальнейшее укрепление и развитие кадрового потенциала налоговых органов позволит оценить социально значимые и профессионально важные качества сотрудников, спрогнозировать успешность их профессиональной деятельности, повысить эффективность и результативность работы персонала.

Список использованных источников:

1. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Налоговые инспекции – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.by/> Дата доступа: 22.02.2022.

2. Новости в экономике [Электронный ресурс]/ news.21.by – Режим доступа: <https://news.21.by/economics/> Дата доступа: 22.02.2022.

УДК 338.242:636.5

Виктория Нестерович

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.М. Бородинская, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПТИЦЕВОДСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Конкурентный статус (конкурентная позиция) организации — совокупность сильных и слабых сторон организационно-экономического положения организации на отраслевых и региональных рынках товаров и услуг относительно главных его конкурентов, достигаемого методами и средствами, не противоречащими положениям антимонопольного законодательства Республики Беларусь. Конкурентный статус выступает как своеобразный индикатор положения организации на рынке.