

4632,3 тыс. долларов США, а темп роста объема в 2014 по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составил 115,8 %.

Таким образом, экономическая оценка каналов реализации сельскохозяйственной продукции позволяет не только принять обоснованное решение относительно их выбора, но и обосновать предложения по увеличению прибыли от реализации. При выборе перспективных каналов реализации сельскохозяйственной продукции должны быть учтены следующие факторы: возможный объем реализации, качество продукции, складывающаяся на рынке цена, затраты на реализацию, спрос на продукцию и степень его удовлетворения.

УДК 331.101.3:338.43

В. Ганус

(Республика Беларусь)

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

МОТИВАЦИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Для эффективной работы организации требуются ответственные, организованные, инициативные работники, стремящиеся к трудовой самореализации. Обеспечить такие качества работников в современных условиях невозможно с помощью только лишь традиционных форм мотивации. Объективной необходимостью выступает применение инновационных подходов к мотивации трудовой деятельности.

Многие исследователи относят к традиционным методам мотивации заработную плату и социальный пакет как наиболее применяемые большинством компаний на рынке труда. К инновационным методам мотивации относят моральные методы (информирование о заслугах работника в социальной среде), патернализм (забота о работнике), организационные методы (мотивация содержанием, условиями и организацией работы), участие в управлении и в совладении (участие в принятии решений и в распределении прибыли), карьера и развитие, негативные стимулы (угроза увольнения, снижения зарплаты, понижения в должности и т.д.).

В то же время существует точка зрения, что традиционным подходом можно назвать подход к мотивации, применявшийся в индустриальной экономике, а инновационным подходом – ориентированный на функционирование организаций в информационной экономике. При этом набор методов мотивации не изменяется, а отличия проявляются в технологиях ее реализации. На наш взгляд, данный подход предпочтительней, поскольку инструменты и методы мотивации трудовой деятельности (целеполагание, делегирование полномочий, управление карьерой и т.д.)

реализуются посредством различных воздействий, корректируются не только в процессе перехода к информационной экономике, но и в зависимости от жизненного цикла организации, особенностей коллектива и других факторов.

Сравнительный анализ моделей управления трудовой мотивацией на предприятиях агропромышленного комплекса Беларуси позволил сделать вывод, что в практике управления персоналом преимущественно используется традиционная модель, вместе с тем используются и отдельные элементы инновационной модели управления.

Базовый механизм мотивации на агропромышленных предприятиях преимущественно основан на процессе создания внешних, а не внутренних мотивов. Прямая связь мотивации с целями организации либо простая согласованность целей отсутствует. Личные цели сотрудника зачастую никак не связаны с целями подразделения, организации, поскольку он неудовлетворен уровнем оплаты труда, условиями и режимом работы, социально-психологическим климатом в коллективе и т.д.

В качестве управленческого ориентира в практике хозяйствования агропромышленных предприятий преобладают цели, а не результаты работы (осуществляется управление по целям). Оценка работы зачастую не связана с поощрением работников, носит формальный характер, что демотивирует, снижает эффективность работы персонала.

При инновационном подходе к компенсационным системам в модели мотивации, хорошо выполненная работа достойно вознаграждается, тем самым способствуя повышению эффективности выполнения последующих заданий, сотрудники, вносящие наибольший вклад в достижение стратегических целей, заслуживают наибольшее вознаграждение. Многие предприятия АПК имеют устойчивые проблемы с платежеспособностью и финансовым состоянием, работают с низким или отрицательной рентабельностью, что не позволяет достойно поощрять работников за результаты работы.

Развитие персонала осуществляется самостоятельно при отсутствии заинтересованности в этом со стороны руководства организации. Преобладает индивидуальный подход к удовлетворению потребностей сотрудника в развитии.

Такой инструмент, как информирование, используется преимущественно также в традиционном виде посредством приказов, распоряжений, распространения слухов.

Организационная культура, реализуемая на основе традиций, используется как механизм принуждения; средство реализации поведенческих ограничений сотрудника, а не как средство его поддержки и развития. В большинстве случаев используется традиционный подход, не предполагающий необходимости целенаправленно заниматься формированием и управлением корпоративной культуры в целом.

Для предприятия АПК в целом характерно частичное или формальное участие работников в обсуждении проблем организации, несвязанность целей работы отдельных исполнителей с целями и стратегией развития организации.

На основе вышесказанного по оценкам авторов для инструментов традиционного подхода составляет около 84 % против 16 % инструментов и методов инновационного подхода к мотивации трудовой деятельности в организациях агропромышленного комплекса Беларуси.

В этой связи особую роль играют инновационные методы мотивации персонала, поскольку ориентированные на карьерный и личностный рост отдельного сотрудника, взаимоувязанность результатов и целей его работы с целями и стратегией развития организации по закону синергии позволяют повышать производительность труда, эффективность работы не только отдельных работников и подразделений, но и всей организации в целом.

УДК 631.338

К. Денскевич

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: М.С. Назарова, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Задача сельскохозяйственного производства в качестве одной из сфер агропромышленного комплекса – обеспечение снабжения населения продуктами питания, сбалансирование спроса и предложения. Как показывает практика, это возможно лишь при использовании принципиально новых методов хозяйствования, развитии рыночных отношений.

Объём производства сельскохозяйственной продукции является одним из важнейших показателей, от которого зависят объём реализации, сумма прибыли, уровень рентабельности, финансовое состояние предприятия, его платежеспособность и другие экономические показатели. В процессе производства решаются следующие задачи:

1. Обосновываются и корректируются планы производства продукции растениеводства.
2. Осуществляется систематический контроль за выполнением плана производства продукции растениеводства.
3. Определяются и количественно измеряются факторы, оказывающие влияние на объём производства продукции растениеводства.
4. Выявляются внутрихозяйственные резервы увеличения продукции растениеводства и разрабатываются мероприятия по освоению этих резервов.

Изучение научных источников по заданной тематике позволил выявить основные направления увеличения объемов производства продукции растениеводства (рисунок1).