

Информационная кампания – это комплекс мероприятий, направленных на достижение цели путем привлечения и поддержания внимания к проблеме [1, с. 234].

К таким мероприятиям можно отнести подготовку и распространение материалов о предполагаемом изменении, проведение пресс-конференций и собраний, работу с персоналом организации, привлечение внешних специалистов и т.д.

Информационная кампания должна быть всеохватывающей, подробной и использовать различные способы коммуникации. При этом информация должна объяснять происходящие изменения и заострять внимание на положительных результатах внедрения изменений для каждого сотрудника организации.

Специалисты отмечают, что сопротивление персонала уменьшается, если полным объемом информации о текущих и предстоящих преобразованиях обладает не только высшее руководство, но линейное. Это связано с тем, что работники привыкли к стилю руководства и общения, а также к поведению своего непосредственного начальства.

Такие человеческие чувства как понимание и сопереживание положительно влияют на поведение персонала. Поэтому целесообразно организовывать специальное «вентилирующее» собрание, проводимое внешними специалистами, на котором сотрудникам предоставляется возможность выразить своё недовольство и мнение. Такая встреча способствует снятию стресса за счет «вентиляции» эмоций, а также способствует сплочению коллектива благодаря эффекту группового переживания. Таким образом, улучшается психологический климат в коллективе, что, в свою очередь, значительно способствует преодолению сопротивления персонала организационным изменениям и направляет коллектив на достижение поставленных целей.

В современных условиях развития существует мнение, что осведомленность каждого работника о деятельности организации приводит к утечке ценной информации и распылению власти. Однако достоинства предоставления информации персоналу перевешивают вышеназванные недостатки – информируя своих подчиненных, руководство показывает, что рассматривает их как полноправных членов организации, полностью доверяет им, что повлечет за собой ответную реакцию персонала.

Полностью избежать сопротивления персонала внедрению изменений невозможно, однако проведение информационной кампании позволит смягчить эти проявления, оказывая, в том числе, и психологическую поддержку персонала.

## Литература

1 Резник, С. Д. Организационное поведение: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – с. 430 с.

*И. И. Будько*

*Науч. рук. С. Н. Говейко,*

*канд. экон. наук, доцент*

## НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Несмотря на заметные положительные сдвиги, в АПК Республики Беларусь решены далеко не все проблемы. Одна из них заключается в том, что эффективность сельскохозяйственного производства остается на уровне, не позволяющем в полном объеме компенсировать текущие расходы и вкладывать средства в расширение производства. Недостаточная окупаемость затрат на производство и реализацию сельскохозяйственной продукции не позволяет работать прибыльно даже тем

субъектам хозяйствования, которые имеют высокие результаты в производстве. Низкая рентабельность обуславливает устойчивую тенденцию накопления долгов.

Так как продукция АПК продается и на внутреннем, и на внешнем рынках, следует различать конкурентоспособность отраслей на них. Все меры по повышению конкурентоспособности следует разделить на меры, направленные на рост внутренней конкурентоспособности, внешней конкурентоспособности и воздействующие на конкурентоспособность на обоих рынках. К мерам воздействия на общую конкурентоспособность отраслей АПК можно отнести повышение уровня производительности ресурсов (или наоборот, снижение затрат ресурсов на единицу выпускаемой продукции). Производительность ресурсов следует рассматривать по их видам: труд, земля, основной и оборотный капитал, предпринимательская способность.

Способы снижения материалоемкости в АПК: внедрение в производство новых технологий; увеличение степени автоматизации и механизации; совершенствование управления затратами (в том числе освоение технологии точного земледелия); развитие программ экономии и бережливости.

Способом увеличения производительности основного капитала в АПК является внедрение в производство инноваций (как технологических, так и организационных) и соответствующая инвестиционная деятельность. Для развития инновационной деятельности, во-первых, необходима государственная поддержка научной деятельности в сфере, применимой в АПК. Во-вторых, важно развитие сотрудничества научных организаций, государства и предприятий для разработки и внедрения инноваций.

Способы увеличения производительности трудовых ресурсов в АПК: повышение эффективности системы образования и подготовки кадров для АПК; развитие послевузовского образования, системы повышения квалификации и переподготовки кадров; совершенствование системы мотивации и стимулирования работников.

Способы увеличения эффективности использования управленческих и предпринимательских кадров в АПК: развитие экономических механизмов регулирования АПК; усиление мотивации управленческих кадров; приватизация предприятий; передача предприятий в доверительное управление стратегическим инвесторам; привлечение иностранных менеджеров.

Способы увеличения производительности земельных ресурсов в АПК: введение частной формы собственности на земли сельскохозяйственного назначения; развитие рынка сельскохозяйственных земель; использование земельного налога как инструмента регулирования рынка земли и стимулирования интенсификации ее использования.

***И. В. Глазенкова***

*Науч. рук. В. В. Ковальчук,*

*канд. экон. наук, доцент*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

В настоящее время при оценке финансового состояния организации особое значение имеют показатели рентабельности, которые непосредственно связаны с величиной прибыли. Рентабельность характеризует эффективность деятельности организации в целом, в том числе производственной, инвестиционной, финансовой и т.д. Проводить расчет показателей рентабельности организациям необходимо для того, чтобы определить расхождения между планируемым уровнем рентабельности и ее