

ротства банков или других финансовых учреждений. Избежать данных рисков можно путем страхования своих депозитов;

б) кредитный риск. Данный риск может возникнуть в компании в результате неплатежеспособности или несвоевременной уплаты долгов и кредитов покупателей, партнеров, поставщиков и других юридических лиц, с которыми сотрудничает организация;

7) налоговый риск. Возникновение потерь в организации из-за внесенных изменений в налогообложение предприятий. Сюда относятся поправки налоговых ставок, принятие новых налогов, изменение упрощенного налогообложения или его отмена и т. д.

Заключение. Возникновение всех вышеперечисленных рисков приводит к потерям и убыткам на предприятиях. Для того чтобы их избежать необходимо проводить оценку рисков. Оценка рисков необходимая часть предпринимательской деятельности, которая позволяет оценить и спрогнозировать результаты того или иного управленческого решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. – Дата доступа: 12.03.2022.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/of-itsialnaya-statistika/>. – Дата доступа: 12.03.2022.

3. Вечканов, Г. С. Краткая экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1998. – 509 с.

4. Теоретические основы экономической категории «риск», классификация финансовых рисков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/181/46555/>. – Дата доступа: 12.03.2022.

УДК 159.944.3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Я. Д. Мязенникова, А. П. Макеенко, студенты группы 10503119 БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик

Резюме – формирование системы адаптации персонала на предприятии является неотъемлемой частью проведения кадровой политики в организациях, так как в современном мире персонал является очень важной частью любого предприятия.

Summary – the formation of the personnel adaptation system at the enterprise is an integral part of the personnel policy in organizations, since in the modern world personnel is a very important part of any enterprise.

Введение. Адаптация – это протекание приспособления персонала к работе в новой компании. Абсолютно каждый индивид, студент, или уже имеющий опыт сотрудник, ощущает напряжение при смене рабочего места. Каждому человеку характерно ощущать беспокойство, думать получится ли у них, сумеют ли наладить взаимоотношения с коллегами. Не каждый человек может достаточно быстро включиться в новую рабочую обстановку [1].

Основная часть. Цели адаптации персонала: снижение издержек: чем быстрее новичок вольется в рабочую обстановку, тем быстрее начнет выполнять свои обязанности эффективно; ослабление уровня и количества стресса у каждого нового работника; увеличение уровня удовлетворенности обязанностями у сотрудника; уменьшение текучести кадров: когда новый работник ощущает себя некомфортно и зажато на месте, где работает и в новом коллективе, он может приступить к поиску новой должности в новой компании. Если текучесть кадров высока – работники не успевают адаптироваться и привыкнуть к новому коллективу. Поэтому снижение текучести кадров крайне важно [2].

Факторы, влияющие на адаптацию: насколько компания открыта к появлению новых работников в коллективе; психологическая атмосфера в команде работников, в доброжелательной среде адаптация протекает куда быстрее; способности управления сотрудниками, непосредственно как у самого директора, так и у вышестоящего руководства; умение мотивировать нового сотрудника; личностные характеристики новичка – эмоциональная компетентность, социальные навыки, уровень образования, квалификация; соотношение различных навыков и профессиональных знаний в занимаемой должности [2].

Мероприятия по улучшению адаптации нового сотрудника на предприятии: официально представлять новичка всему рабочему коллективу сотрудников, с теми, с кем в конечном итоге, будет работать новый сотрудник. Акцентировать внимание на проведение общего собрания, насчет представления нового работника; начальнику компании следует проводить общие сборы сотрудников (собрания), информировать о намерениях, целях, планах организации на конкретный промежуток времени, обсуждать рабочие вопросы с сотрудниками, находить трудности и слабые стороны предприятия, на которые обращают внимание работники, а также выслушивать предложения по планированию дальнейших действий; назначать корпоративы, поздравлять полный состав работников и служащих с праздничными днями; обратиться в консультацию, где компетентные люди проводят тренинги в компании по увеличению командного духа и сплоченности коллектива.

Заключение. На наш взгляд, в процесс адаптации можно внести то, чтобы в первый рабочий день, человеку, который находится на новой должности, высылали лист с заданиями, которые ему необходимо сделать. Таким образом, компания помогает новому сотруднику адаптироваться на

новом месте. Так же, можно добавить кого-то, кто бы наблюдал за новичком, чтобы работник не стеснялся задавать вопросы, а также ответственно относился к заданиям руководителя. Это все необходимо для того, чтобы быстро установить контакт между новичком и менеджером, так как это действительно важно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Манаев, С. В. Адаптация новых сотрудников: роли, функции, назначение // Управление персоналом, 2011. – № 11–12. – С. 57–58.
2. Маусов, Н. К. Адаптация персонала в организации // Управление персоналом, 2014. – № 13. – С. 26.

УДК 339.137.2

SWOT-АНАЛИЗ DIGITAL-АГЕНСТВА WEBMART GROUP

М. В. Рынейская, студентка группы 10503321 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик

Резюме – В данной статье рассмотрен SWOT-анализ Digital-агентства Webmart Group, определение понятия SWOT-анализа, исследована структура SWOT-анализа на примере выбранного белорусского Digital-агентства Webmart Group.

Resume – This article considers the SWOT analysis of the Webmart Group Digital Agency, defines the concept of SWOT analysis, explores the structure of the SWOT analysis using the Belarusian Digital Agency Webmart Group as an example.

Введение. На сегодняшний день из-за большой конкуренции компаниям необходимо знать свои сильные и слабые стороны, возможные риски и угрозы, возможности развития компании. По этой причине перед руководством встает вопрос: как провести всестороннюю оценку фирмы и как разработать стратегию развития? Данная тема является безусловно актуальной как для белорусского рынка, так и для других стран [1].

Основная часть. SWOT-анализ – аббревиатура, состоящая из 4 букв: Strengths (сильные стороны предприятия/бизнеса), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности), Treats (угрозы). Первые два пункта являются внутренними для компании, а последние два – внешними, т. е. за пределами компании. Данный анализ позволяет увидеть общую картину фирмы и построить стратегию развития. SWOT-анализ может быть применен в любой отрасли. Для многих отраслей уже сформированы определенные критерии для проведения анализа [2].

Digital-агентство Webmart Group на рынке интернет-маркетинга с 2010 года. Компания занимает первое место в Беларуси в отрасли контекстной рекламы. Сотрудничает с крупными белорусскими предприятиями. Осуществляет свою деятельность в сфере контекстной рекламы, разра-