

Три основные черты, присутствующие в определении группы, – взаимодействие, членство и групповая идентичность – подразумевают наличие определенных норм, тесно связанных с поведенческими ожиданиями. Задача менеджера заключается в том, чтобы обнаружить вознаграждаемые и отвергаемые варианты поведения социальных групп, к которым принадлежат его коллеги и потребители.

Многие аспекты хозяйственной деятельности являются продуктом сложного комплекса отношений. Учет и анализ этих отношений – необходимая предпосылка формирования эффективной маркетинговой политики предприятия, функционирующего в рыночных условиях хозяйствования. Одной из важных задач современного менеджмента является избавление от «одномерно-технократического» образа экономического мышления, преодоление сфокусированности на анализе отношений, овеществленных в потоках материальных ресурсов, в пользу расширенного видения хозяйственной деятельности, включенной в структуру социальных связей и отношений.

Пархименко В. А., БГУИР (Минск)

МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ РАБОТНИКОВ

В условиях рыночной экономики важно не просто качественно произвести продукцию, но намного важнее осуществить ее реализацию. При этом маркетинг не просто одна из функций управления, а область первостепенного внимания руководства предприятия. От того, насколько эффективен маркетинг, зависит успех и конкурентоспособность предприятия в долгосрочной перспективе. В свою очередь, эффективность маркетинговой деятельности во многом зависит от качества системы материального стимулирования маркетинговых работников.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о наличии значительных резервов совершенствования системы материального стимулирования маркетинговых работников. Возможны следующие три главных принципа организации такой системы:

1. Учет организационной иерархичности маркетинговой деятельности. Маркетинговая деятельность промышленного предприятия должна рассматриваться с позиций концепции многоуровневого маркетинга, в рамках которой по критериям объектности, временного горизонта и управленческого охвата выделяются стратегический, тактический и операционные уровни маркетинга. На разных уровнях деятельности маркетингологи решают управленческие задачи разной значимости, степени детализации и временной перспективы. Необходимым условием является учет таких различий в системе оценки результатов и материального стимулирования.

2. Учет внутренней функциональной дифференциации. Маркетинг дифференцирован не только по организационным уровням, но и по внутренним функциям. Так, можно выделить исследования и анализ, управление товарной политикой, ценообразованием, продвижением и распределением продукции, а также торговые, сервисные, складские функции. Работники, занятые в каждой из таких функциональных областей, должны оцениваться и стимулироваться по-разному.

3. Учет формата маркетинговой деятельности, под которым мы понимаем совокупность условий внешней среды, непосредственно влияющих на функционально-организационные параметры маркетинга предприятия. Соответственно должны изменяться и приоритеты в сфере оценки результативности маркетинговых работников и их поощрения.

Действенная система материального стимулирования маркетинговых работников должна включать набор показателей специфических для каждого организационного уров-

ня и функциональной области, а также соответствовать формату маркетинговой деятельности.

Соблюдение указанных принципов позволит повысить качество мотивации маркетологов и эффективность работы всего предприятия.

Пашкевич О. А., Институт аграрной экономики НАН Беларуси (Минск),

Пашкевич Н. А., БГСХА (Горки)

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА

Квалифицированный персонал является стратегическим фактором бизнеса, а эффективное управление им в отраслях экономики превращается в одно из конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность в этом случае обеспечивается за счет высокого уровня профессионализма и компетентности, личностных качеств и мотивационного потенциала работников.

Управление развитием персонала – это связанные между собой управленческие функции, цель которых – повышение образовательного и квалификационного уровней сотрудников в целях успешной реализации намеченной стратегии организации. Развитие персонала также включает в себя не только способности персонала адаптироваться к новым технологиям, оборудованию, а также овладевать новыми знаниями и постоянно повышать свой образовательный и общий культурный уровень, четко представлять перспективы своего служебного и профессионального роста. Система управления персоналом должна быть ориентирована на повышение роли организационной культуры и нововведений, активную мотивацию работников и современный стиль руководства.

Профессиональное развитие персонала необходимо рассматривать с двух позиций:

– с позиции человеческого фактора – человек как носитель профессионального опыта;

– с позиций формирования и развития кадрового потенциала – использование разнообразных технологий, методов и способов развития профессиональных способностей человека.

Часто складывается так, что персонал не осведомлен в достаточной степени о перспективах организации, направленности ее деятельности в социальном плане и о долгосрочных целях. В этих условиях не раскрывается творческий потенциал личности, уникальные знания сотрудников, интеллект, талант, компетенция, умение принимать решения – не работают на общий успех организации.

Положение в области национального кадрового менеджмента требует изменений. Для реализации кадровой политики на новом, более качественном уровне, руководители многих организаций признают, что персонал – главный ресурс их бизнеса, и начинают уделять внимание кадровым проблемам и выделять средства на их решение.

Среди новых тенденций управления персоналом лидирующие позиции занимают механизм формирования эффективной системы управления персоналом в организации, который в свою очередь опирается на современные подходы к управлению персоналом. В основу развития персонала организаций должна быть положена концепция, согласно которой знания и квалификация работников рассматриваются как принадлежащий им и приносящий доход капитал, а затраты средств на приобретение знаний и навыков – как инвестиции в него.

Решению проблем в этой сфере будет способствовать активизация национальной системы профессиональной ориентации и психологической поддержки работника как внутри рабочей среды, так и вне ее; создание независимой системы сертификации каче-