

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Работа с персоналом ведется недостаточно эффективно, требует активизации и координации. Неприятие на данный момент времени новых шагов по совершенствованию управления персоналом приведет к потере высокой квалификации сотрудников, незаинтересованности молодых специалистов в продолжении развития своего профессионализма, снижается эффективность принятия управленческих решений.

На предприятиях должны обратить серьезное внимание на разработку собственной стратегии управления персоналом и увязать данную стратегию с общей стратегией развития предприятия. Если на предприятии не будут уделять должного внимания работе по развитию стратегии управления персоналом, это может привести к значительному росту отрыва высшего руководства от среднего при выработке принципиальных решений и неинформированности руководителей среднего звена о предстоящих изменениях. Это способствует развитию антагонизма между администрацией и всем коллективом, дальнейшему уходу молодых высококвалифицированных специалистов, усилению чувства своей невостребованности у многих квалифицированных специалистов на предприятии, старению коллектива, снижению квалификации.

*Иванчикова Е.Н., БГСА (Горки)*

## **АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА**

Основная цель изучения конъюнктуры товарного рынка - установить, в какой мере деятельность промышленности и торговли влияет на состояние рынка, на его развитие в ближайшем будущем и какие меры следует принять, чтобы полнее удовлетворить спрос населения на товары, более рационально использовать имеющиеся у предприятий возможности. Результаты изучения конъюнктуры предназначены для принятия оперативных решений по управлению производством и продажей товаров.

Изучение конъюнктуры товарного рынка базируется на анализе показателей, характеризующих производство и поставку товаров данной группы, объем и структуру розничной продажи, товарных запасов на складах предприятия, в оптовой и розничной торговле.

При изучении конъюнктуры товарного рынка ставится задача не только определения состояния рынка на тот или иной момент, но и предсказания вероятного характера дальнейшего его развития по крайней мере на один-два квартала, но не более чем на полтора года. Результаты анализа прогнозируемых показателей конъюнктуры рынка в сочетании с отчетными и плановыми данными дают возможность заблаговременно выработать меры, направленные на развитие позитивных процессов, устранение имеющихся и предотвращение возможных диспропорций.

*Ивашевич И.Ф., ПВБК (Пинск)*

## **КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Культура - это набор ценностей, идей, предметов человеческого труда и других значимых символов, помогающих людям как членам общества общаться, интерпретировать и оценивать ситуации.