

## **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.

Рассматривая культуру как фактор потребительского поведения, можно указать следующие ее особенности: культура приобретаема, большая часть человеческого поведения обусловлена обучением; в большинстве индустриальных (постиндустриальных) обществ культура формирует рамки, в которых думает и действует большинство индивидумов; влияние культуры часто не осознается; культура адаптивна.

Границы, которые культура накладывает на поведение, называются нормами. Нормы - это просто правила, которые предписывают или запрещают конкретные поступки в конкретных ситуациях и базируются на культурных ценностях или выводятся из них. Ценности - это социально предпочитаемые ориентиры поведения или конечные цели жизни (существования) человека/группы/общества. Культурные ценности не обязательно логически последовательны. Для большинства прогрессивных обществ характерно некоторое напряжение между конфликтующими культурными ценностями. Это вызвано быстрыми изменениями в таких сферах, как технологическое развитие. Абстрактные и иногда конфликтующие культурные ценности индустриальных обществ формируют пространство для развития разнообразия жизненных стилей в каждом обществе.

*Идельчик Е.А., БГЭУ (Молодечно)*

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Наиболее важным аспектом теории и практики менеджмента применительно к любой организации - будь то крупное или малое, коммерческое или не коммерческое, действующее в сфере услуг или промышленное - является управление персоналом.

Уровень развития экономики, а также менталитет и потенциал общества оказывают существенное влияние на характер управления персоналом, который формирует определенную специфику данного вида деятельности. В свою очередь, специфика сводится к тому, что управление персоналом одной страны отличается от применяемых подходов в управлении персоналом других территориальных единиц, подчеркивая индивидуальность каждой.

В свою очередь, потребность выявления специфики отечественной системы управления персоналом в Республике Беларусь обусловлена тем фактом, что слепое плагиаторство современных разработок в исследуемом направлении может привести к негативным последствиям. Поэтому внедряя современные HR-инструменты развитых стран (включая мероприятия, направленные на предотвращение и борьбу с кризисными ситуациями), отечественному предприятию (организации) необходимо быть более осмотрительным, принимая во внимание особенности и характер существующей системы управления человеческими ресурсами.

Преимущественно в своем стиле управления отечественный руководитель использует социально-психологические методы работы. Опираясь на дружественные отношения в коллективе, он пытается создать сплоченную команду, способную совместно решать возникающие проблемы и устойчиво занимать позиции на рынке. К сожалению, большая часть руководителей отмечает тот факт, что их собственные заслуги и заслуги всего коллектива в целом не оцениваются по достоинству. Однако это не является причиной безразличия к своей деятельности. Наоборот, управленец стремится к саморазвитию, к получению больших знаний и применению их в своей деятельности, на практике. Руководитель избегает в характере своей работы двух основных крайностей: попустительство и увлечение командными методами.