

народных финансовых рынках убедительна. Ситуация на японском рынке позволила приобрести высокий потенциал Сиднею, Сингапуру и Гонконгу.

Экспансия Южной Кореи, Тайваня и Сингапура в качестве сельскохозяйственных рынков, материализация потенциальных возможностей сельского хозяйства Таиланда, Индонезии и Филиппин, развитие Китая - совокупность элементов, обуславливающая равновесие в Тихоокеанском регионе.

Макаров А.Н.
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА В БАНКЕ

Совершенствование маркетинговой деятельности в банке предполагает:

1. Мониторинг условий услуг, предлагаемых банками – конкурентами.
2. Анализ привлекательности продуктового ряда.
3. Мониторинг качества обслуживания клиентов.
4. Оценка имиджевого восприятия.
5. Продуктовая реклама
6. Работы по закреплению клиентов.
7. Внутренний маркетинг.

Маковская Н.В.
МГУ им. А.Кулешова (Могилев)

СЕГМЕНТАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Сотрудников компании следует разделить на категории исходя из их ценности и для каждого сегмента разработать свою систему управления. Можно предложить следующую сегментацию, которая состоит из четырех групп. Первая группа – ключевой персонал организации – это те люди, на которых держится компания, без которых она не может существовать. Особенность сотрудников данной группы в том, что они на протяжении длительного периода создают высокую ценность для клиентов компании. Вторая категория – разовые эксперты. В эту категорию входят люди, которые также создают высокую ценность для организации, но продолжительность воздействия которых достаточно ограничена. Третья группа – заменяемые специалисты. Это сотрудники, которые являются профессионалами в своей области, но которых достаточно легко найти и обучить работе в данной компании (менеджеры по продажам). И четвертая группа – те сотрудники, найти которых на рынке труда не составляет никаких трудностей, и при их замене в компании не требуется какое-либо обучение (водители

ли, уборщики). Очевидно, что нет необходимости создавать идентичные системы управления для перечисленных категорий.

В каждой компании может быть разработана своя сегментация персонала. После проведения сегментации возникает задача сформулировать ценностное предложение для того, чтобы привлечь, сохранить и заставить производительно работать сотрудников каждого сегмента. Для этого необходимо определить, что мотивирует современных руководителей.

Прибегнув к маркетинговой терминологии, можно выделить следующие ценности:

- хорошая или отличная от других компания, признанный лидер в своей отрасли;
- продукт, который компания предлагает сотруднику, а именно, работа, должность, рабочее место;
- вознаграждение за труд (цена).

Учитывая указанные факторы мотивации сотрудников можно сформулировать четыре основных ценностных предложения, используемые большинством компаний:

- вместе с победителем. Люди идут в компанию, чей брэнд является хорошо узнаваемым на рынке, и работать в которой престижно;
- кто не рискует, тот не пьет шампанское. Людей привлекает возможность многого достичь, как материально, так и нематериально, при этом они осознают, что это достижение связано с риском. Это предложение наиболее эффективно для молодых людей, не обремененных материальными и моральными обязательствами;
- великая идея. Человек может присоединиться к организации, потому что она предоставляет ему возможность работать для достижения глобальной цели, которая ему интересна и которую он разделяет. Это действительно только тогда, когда цель конкретизирована, измерима и ограничена во времени;
- хорошая жизнь (комфорт). Данное ценностное предложение эффективно для тех, кто в рамках старой теории развития карьеры, достигли своей карьерной основы.

Малашенко Т.В.

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации (Гомель)

ЭВОЛЮЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОМ

Возрастание роли человеческого фактора обусловлено возникновением разделения труда, вследствие чего возникает квалифицированный труд, повышается мастерство при выполнении определенных операций и т. д., что способствует дальнейшей интенсификации производства. Другой предпосылкой, обуславливающей необходимость выделения индивидуальности трудового потенциала, являются трансформационные перемены в обществе, потребность в социальной стабильности и