

Относительно высоким уровнем качества в ассортиментной номенклатуре характеризуются изделия Panasonic. В рамках требований международной конвенции на право потребителя обладать полной и объективной информацией о товаре нами ниже предложена соответствующая обзорная информация, рекомендуемая для ознакомления населения.

*Маханькова Т.П.
УО БГЭУ (Бобруйск)*

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Решением проблемы удержания эффективно работающего сотрудника является его удовлетворенность работой и его лояльность по отношению к организации, в которой он работает рождаемые внутренним маркетингом организации. Внутренний маркетинг – это философия отношения к работнику как к клиенту и стратегия создания работы – продукта в соответствии с потребностями сотрудника – клиента.

Внутренний маркетинг характерен, в первую очередь, для организаций сферы услуг и направлен на эффективное обучение и мотивацию деятельности сотрудников, создание условий для работы персонала как единой команды, обеспечивающей наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов. В организациях, особенно оказывающих услуги, внутренний маркетинг необходим как этап внедрения философии маркетинга в организацию.

Через эффективное удовлетворение нужд персонала, находящегося в контакте с потребителями, предприятие увеличивает свои возможности эффективно удовлетворять, а значит и удерживать, внешних потребителей, что является гарантом долгосрочной выживаемости предприятия на рынке. Внутренний маркетинг напрямую связан с новой парадигмой маркетинга, называемой маркетингом взаимоотношений. Согласно этой парадигме постоянные деловые отношения примерно с двадцатью процентами всех клиентов предприятия сферы услуг приносят около восьмидесяти процентов общей прибыли предприятия. Другими словами, в конкурентной среде организации выгоднее иметь и обслуживать на долгосрочной основе постоянных клиентов, нежели тратить маркетинговые средства на привлечение одноразовых новых клиентов. Успех этого будет существенно зависеть как от качества поведения сотрудников организации, так и от их искреннего желания оказать качественную услугу потребителю.

*Медведева Ю.А.
УО БГЭУ (Минск)*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Вопросам исследования, оценки и развития управления всегда придавалось значение в теории управления. Исследование показывает, что актуальность и разработанность данной проблемы тесно сопряжены с оценкой его роли в социально-экономических системах.