

ной деятельности следует устранить этот очевидный пробел: необходимо предложить потребителям линейку сопряженной техники.

Инновационная деятельность на ОАО «БЕЛАЗ» — это не абстрактная деятельность, которая только на бумаге, а четко определенные и реализуемые мероприятия, позволяющие предприятию проводить независимую экономическую деятельность, быть конкурентоспособной и занимать устойчивое положение на мировом рынке.

Предприятия, внедряющие инновации и осознающие их необходимость, находятся в зоне повышенного риска, однако другого пути к выживанию нет. Все вышесказанное подтверждает вывод о том, что деятельность организации в области инноваций является объективной необходимостью при данном уровне развития экономики и сложившихся условиях.

А.А. Лев, М.Я. Козлова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович
БГЭУ (Минск)*

РЕЙТИНГИ РАБОТОДАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖАНИЯ И РАЗВИТИЯ HR-БРЕНДА

В условиях превышения спроса на квалифицированных специалистов над предложением их на рынке труда возрастает роль HR-бренда компаний. Необходимость и актуальность его формирования очевидна в связи с необходимостью создания благоприятного образа компании в сознании сотрудника и привлекательной репутации для потенциальных работников.

Рейтинги работодателей можно рассматривать как инструмент поддержания и развития HR-бренда работодателя, поскольку они способствуют успешному ознакомлению целевой аудитории с характеристиками организации и являются эффективным каналом передачи информации о привлекательности работы в компаниях.

Для Республики Беларусь подобные рейтинги — непривычный способ определения степени привлекательности работодателей, в то время как в США и Европе — основной и главный.

Цель работы — предложить методику составления рейтинга работодателей в РБ. Международный опыт составления подобных рейтингов лег в основу предлагаемой методики, которая, по мнению авторов, является комбинацией лучших приемов составления данных рейтингов.

Для всесторонней оценки компаний разработана модель «4с»:

1) confidence (текучесть персонала, стабильность заработной платы, осведомленность соискателей о планах развития компании);

2) contentment (степень самореализации сотрудников, благоприятности атмосферы в компании, желание соискателей работать в компании, чтобы быть причастным к большому социально-значимому процессу);

3) career (возможности для карьерного роста, вклад компании в обучение своих сотрудников);

4) comfort (нравится ли сотрудникам атмосфера в компании, насколько комфортны рабочие места, какие социальные пакет и привилегии они получают, как потенциальные сотрудники воспринимают компанию в качестве места для комфортной и продуктивной работы).

В рамках рейтинга проводится масштабный опрос соискателей и сотрудников компаний. Каждая оценка имеет собственный вес в итоговом балле, который складывается из 2 компонентов: опроса соискателей — 40 %; опроса сотрудников — 60 %. Два независимых показателя суммируются согласно своему весу и определяют промежуточное место компании в рейтинге.

На следующем этапе приглашаются эксперты, которые выбирают по 3 лучшие по 4 указанным параметрам компании. Эти компании получают дополнительные баллы. Общий балл ложится в основу итогового рейтинга.

В целом, составление и использование рейтингов работодателей несет в себе ряд преимуществ:

1) для соискателей, так как рейтинги способствуют их ознакомлению с характеристиками организации и являются эффективным каналом передачи информации о привлекательности работы в компаниях;

2) для работодателей, так как место в рейтинге — их конкурентное преимущество на рынке труда. Более того, участвуя в рейтинге, руководство организации получает возможность провести исследование вовлеченности своих сотрудников, оценить привлекательность компании в глазах соискателей и сделать вывод относительно hr-брендинга своей организации.

Литература

1. Громова, Н. В. HR-брендинг в обеспечении конкурентоспособности компаний / Н. В. Громова // Современная конкуренция. — 2016. — № 1 (55).

2. Нестеров, А. К. HR-бренд [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru. — Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/hr-brend.html>. — Дата доступа: 10.04.2018.

С.А. Ломаченко

*Научный руководитель — магистр экономических наук О.Г. Довыдова
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Деревообрабатывающая промышленность — одна из ключевых отраслей белорусской экономики. Существенное влияние на эффектив-