

АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОАО «ЗНАМЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ»*Савицкая Т.Б., к.т.н., доц., студ. Чернядьева К.А., студ.**Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Выбранная тема исследования является актуальной, так как анализ внутренней среды дает представление о сильных и слабых сторонах деятельности ОАО «Знамя индустриализации», ее внутренних возможностях. Анализ внутренней среды ОАО «Витебские ковры» проводился за период 2013-2014 гг. В 2014 году отмечается значительное уменьшение эффективности деятельности организации, о чем свидетельствует снижение объемов производства на 11%, увеличение затрат на 1 рубль произведенной на 0,10 руб. и реализованной продукции на 0,12 руб. В качестве негативных моментов в 2014 году отмечается значительное сокращение финансовых результатов в организации – прибыли до налогообложения и чистой прибыли. Анализ трудовых ресурсов позволил сделать вывод о снижении эффективности их использования, о чем свидетельствует снижение производительности труда на 5%. Анализируя показатели технического состояния можно отметить, что коэффициент износа увеличился на 0,017, коэффициент годности уменьшился на 0,017. Это в целом свидетельствует о том, что основные средства в ОАО «Знамя индустриализации» уже достаточно изношены (близки к пороговым значениям) и ухудшается их техническое состояние. Для повышения эффективности деятельности ОАО «Знамя индустриализации» можно предложить следующие мероприятия: обеспечение узнаваемости и повышение имиджа товарных марок «Dominion» и «Viva Lady»; расширение модельного ряда; повышение качества и конкурентоспособности своей продукции; обновление основных средств; своевременный контроль за отклонениями затрат.

РОЛЬ КАДРОВОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ*Коробова Е.Н., к.э.н., Белоус А.А., студ.**Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Персонал организации рассматривается как основной ресурс, обеспечивающий развитие организации в долгосрочной перспективе. Поэтому формирование квалифицированного кадрового состава выступает стратегически важным аспектом. В этой связи особую актуальность приобретают вопросы маркетинговой концепции управления персоналом, в основе которой лежит определение потребностей соискателей, создание базы данных потенциальных сотрудников, «продажа» организации, то есть формирование позитивного имиджа, сегментирование рынка труда, поиск мотивационных методов в индивидуальном порядке для каждого соискателя. Кадровый маркетинг решает три основные задачи в рамках обеспечения предприятия кадровыми ресурсами: обеспечивает согласование целей кадрового планирования с кадровой стратегией организации; создает информационную базу для работы с кадрами с помощью методов исследования персонала и рынка труда; распространяет информацию о привлекательности рабочих мест с позиции работодателя.

Роль кадрового маркетинга проявляется на разных уровнях экономической системы: на макро-, региональном, микроуровнях, на уровне работника. Кадровый маркетинг позволяет стать более информированными, избирательными и результативными в трудовых отношениях всех субъектов.

Таким образом, кадровый маркетинг – это вид деятельности, направленной на достижение оптимального соотношения между спросом и предложением рабочей силы целью удовлетворения потребностей в труде субъектов трудовых отношений посредством обмена и обеспечивающей рентабельную работу предприятия и эффективное развитие общества в целом.

УДК 331.108.8

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ НОВЫХ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Коробова Е.Н., к.э.н., Спириденко К.Д., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Выделяется комплекс проблем, связанных с четырьмя основными аспектами адаптации. В первый блок включаются проблемы профессиональной адаптации: осознание требуемых навыков в соответствии со спецификой нового места работы, корректировка своих профессиональных навыков в соответствии со спецификой нового места работы: приобретение новых профессиональных навыков; формирование необходимых для выполнения профессиональной деятельности качеств личности. Во второй блок входят проблемы психофизиологической адаптации: освоение новых условий труда; организация режима труда в соответствии с требованиями организации и личным состоянием здоровья; организация отдыха в соответствии с принятыми санитарно-гигиеническими нормами; привыкание к психологическим нагрузкам. В третий блок включены проблемы социально-психологической адаптации: установление межличностных отношений с коллегами; установление деловых отношений; установление отношений с руководством; принятие норм корпоративных отношений. В четвёртый блок включаются проблемы организационной адаптации: принятие структуры организации; осознание своего организационного статуса; принятие механизмов управления.

Для любой организации важно формировать эффективную систему адаптации, которая включает комплекс мероприятий, позволяющих сотруднику успешно освоить новую должность с минимальными потерями, как для себя, так и для организации. Эта система создается для преодоления возникающих трудностей в процессе адаптации, а также для повышения эффективности процесса приспособления к условиям работы в организации.