

вакансий. При этом допускается ряд ошибок – запаздывание в обеспечении торгового процесса необходимыми кадрами, прием персонала, не совсем соответствующего требованиям из-за срочной потребности в приеме.

В организации недостаточная проводится работа с кадровым резервом. Нехватка работников особенно ощутима во время отпусков и болезни. Это отражается на конечном результате деятельности организации в этот период времени (происходят сбои в работе, имеющемуся персоналу приходится выполнять сверхурочную работу).

Практически равномерно представлены все возрастные категории персонала, что говорит о хорошей почве для преемственности, когда более опытные работники служат примером для молодых специалистов. Однако вызывает тревогу высокий уровень среднего возраста персонала, так как он может стать причиной отсутствия новаторских идей.

В организации в основном работают женщины предпенсионного возраста со средним профессиональным образованием, большинство молодых специалистов уходят с предприятия на более высокооплачиваемую работу.

Процесс обучения и повышения квалификации персонала на предприятии не имеет системы. В основном обучение происходит по собственной инициативе работников в средних специальных и высших учебных заведениях.

Требуется совершенствования в организации и система материального и морально-психологического стимулирования труда.

Адаптация персонала является одним из главных направлений в системе управления персоналом предприятия. Новые работники, которые попадают в коллектив предприятия, нуждаются в определённой адаптации к условиям коллектива и труда. Адаптация персонала является одним из главных направлений в системе управления персоналом предприятия. Новые работники, которые попадают в коллектив предприятия, нуждаются в определённой адаптации к условиям коллектива и труда.

Система аттестации и оценки персонала также практически не налажена. Аттестация персонала проводится редко и только по инициативе руководства, когда определённый сотрудник не справляется с возложенными на него задачами.

В настоящее время в организациях бытового обслуживания существует множество кадровых проблем, таких как нехватка квалифицированных специалистов, недостаточное проведение подготовки, повышения квалификации и переподготовки специалистов по социальной работе, низкая заработная плата, нехватка перспективных молодых сотрудников, текучесть кадров.

От правильно организованного управления персоналом организаций зависит качество кадрового состава организации, удовлетворенность персонала, и, как следствие, оказание качественной квалифицированной помощи населению.

Все перечисленные проблемы говорят о том, что совершенно необходимо совершенствование управления персоналом в организациях бытового обслуживания.

УДК 339.138

## **УПРАВЛЕНИЕ ПАРТНЕРСКИМИ ОТНОШЕНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

*Асп. Вайлунова Ю.Г.*

*Витебский государственный технологический университет*

В современном мире посредством развития рыночных отношений, усиления конкуренции на внутренних и мировых рынках предприятия легкой промышленности претерпевают реструктуризацию и организационные трансформации, которые влекут за собой смену представлений о системах управления от жёсткой вертикальной интеграции к гибридным формам организации. Современные предприятия легкой промышленности сокращают число направлений своей деятельности и концентрируются на ключевых компетенциях.

Поэтому увеличивается частота и значимость партнёрских отношений с различными структурами либо с фирмами, ведущими свой бизнес на внешнем рынке. Для легкой промышленности актуальными являются вопросы, связанные с исследованием системы, методов управления партнёрскими отношениями между независимыми предприятиями, которые работают в рамках единой производственно-сбытовой цепи.

В масштабах национальной экономики значение совершенствования систем партнерскими отношениями заключается в повышении эффективности и конкурентоспособности предприятий, отраслей и экономики в целом.

Как показывает анализ научной литературы, процессы управления партнёрскими отношениями остаются еще недостаточно исследованными, прежде всего, в области разработки теоретических принципов и методов практического применения и взаимодействия данных процессов с другими процессами управления в рамках единой системы инновационного развития предприятий легкой промышленности.

Белорусские предприятия легкой промышленности при выборе стратегии, ориентированной на партнерство и сотрудничество, сталкиваются с проблемой эффективного управления межфирменными взаимоотношениями, отсутствием научного обеспечения выстраивания таких отношений и системного представления их целостного видения. Поэтому вопросы построения систем управления партнерскими отношениями являются актуальными.

Проведенное исследование на предприятиях легкой промышленности показало, что степень развития партнерских отношений находится на среднем уровне. Так, оценка уровня развития партнерских отношений на предприятиях легкой промышленности по методике автора [1] показала, что в ОАО «Знамя индустриализации» уровень партнерских связей равен 2,8, в ОАО «Коминтерн» – 3,0, на РУПТП «Оршанский льнокомбинат» – 2,7 (из максимальной оценки равной 4). Исходя из этого можно сделать вывод о необходимости развития и управления партнерскими отношениями на предприятиях, для того чтобы повысить их эффективность и конкурентоспособность. На предприятиях не разрабатываются программы, мероприятия по формированию и поддержке партнерских отношений. Поэтому для повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия должны разрабатывать направления по управлению партнерскими отношениями с поставщиками, клиентами, контактными аудиториями и иными заинтересованными сторонами.

Одним из инструментов управления партнерскими отношениями на предприятиях легкой промышленности могут служить CRM-технологии. Внедрение CRM-системы может сформировать базу данных партнеров на предприятии и поможет предприятию управлять своими клиентами. Для успешного функционирования предприятия текстильной и легкой промышленности должны знать своих клиентов, а следовательно, применять маркетинг баз данных.

Клиентская база данных — это организованный, постоянно пополняемый банк исчерпывающих сведений об индивидуальных потребителях или потенциальных покупателях фирмы, который актуален, доступен и применим для решения таких маркетинговых задач, как оценка пользователей, осуществление продаж товаров или услуг или укрепление партнерских отношений с клиентами. Концепция управления (маркетинг) взаимоотношениями с покупателями (CRM) лежит в основе маркетинга баз данных.

Таким образом, работа над клиентской базой является первым шагом внедрения технологии CRM. Формирование базы данных партнеров можно осуществлять с использованием программных продуктов CRM: Microsoft CRM, Sales Expert, Quick Sales, SAP CRM, Siebel CRM, SalesLogix CRM, Terrasoft и др.

На основе опыта внедрения системы CRM на зарубежных и российских рынках можно говорить о следующих показателях: увеличение объема продаж в среднем на 10 %; увеличение процента выигранных сделок - около 5 % в год; увеличение маржи – около 2 % на сделку; повышение удовлетворенности клиентов на 3 % в год; снижение административных издержек на продажи и маркетинг - снижение на 10 % в год в течение первых трех лет после внедрения системы [2]

Список использованных источников

1. Вайлунова, Ю. Г. Теоретико-методические аспекты оценки уровня развития партнерских отношений предприятий в контексте конкурентоспособности / Ю. Г. Вайлунова // Вестник ВГТУ. – 2012. – № 23. – С. 137-144.
2. Современные информационные технологии в коммуникационной политике коммерческого предприятия // Аналитический обзор [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.wiseowl.ru/works/DIP000919.doc> - Дата доступа: 10.05.2013.

УДК 338 (476)

## ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Студ. Павлов А.А., к.э.н., доц. Егорова В.К.

Витебский государственный технологический университет

Анализ конкурентоспособности отдельных государств сводится к их бенчмаркингу. Первым этапом анализа является оценка роста ВВП, производительности труда, прямых иностранных инвестиций и внешней торговли. Последующими этапами является анализ отдельно макро- и микроэкономических показателей. На формирование конкурентоспособности оказывает влияние географическое положение РБ и ее природные ресурсы. С одной стороны, гранича с Евросоюзом, РБ имеет возможность доступа к технологиям, науке, бизнес-идеям и финансовым рынкам. С другой стороны, общая граница с Россией гарантирует доступ к ее обширному рынку и природным ресурсам, которые в РБ достаточно ограничены. Основными индикаторами качества макроэкономической политики выступают темпы инфляции, динамика обменного курса, уровень госдолга и состояние платежного баланса. РБ смогла достичь однозначной инфляции только в 2006 г. НБ РБ перешел на политику макроэкономической стабилизации, однако повышение цен на энергоресурсы, импортируемые из России, а также общемировой рост цен на продукты питания, нефть, металлы и природные ресурсы стали причинами всплеска инфляции (108,7 % в 2011 г). Дефицит валюты на рынке РБ объясняется выросшим чистым спросом на валюту со стороны юридических и физических лиц. Реализация же производимой продукции, в том числе на экспорт, значительно снизилась, означая что позволило сохранить стабильный обменный курс лишь до конца 2008 г. Проблема дефицита текущего счета РБ может быть решена с помощью структурных реформ. В кратко- и среднесрочном периодах источниками финансирования дефицита текущего счета выступают ПИИ и внешние займы. Роль первых ограничена, приоритет отдан различным инструментам заимствования. Это привело к быстрому росту совокупного внешнего долга РБ с 2007 г. [1]. Уровень цен на энергоресурсы в РБ остается значительно ниже, чем в соседних странах ЕС и Украине. Высокое качество человеческого капитала РБ обусловлено тем, что высокое внимание уделяется техническому, инженерному образованию. Среди негативных факторов – неразвитость фондового рынка и сложность налоговой системы в РБ. Что касается параметров внутреннего спроса, то большая часть населения располагает доходами, превышающими черту бедности, но не достигающими мирового критерия для среднего класса. За период 2003 – 2008 гг. средний темп роста реального ВВП РБ составил 9,4 %, а ВВП на душу населения вырос в 3,4 раза до \$ 6235, что, согласно методологии ВЭФ, соответствует экономике в стадии роста за счет эффективности. За десятилетие уровень бедности в национальном определении упал с 33,0 до 10,0 % за счет перераспределения доходов [2, с.114]. Индекс Джинни сохранился на уровне 27 – 28 %, что соответствует уровню стран Скандинавии. Средняя заработная плата за период с 1998 по 2008 гг. выросла с \$ 63 до \$ 413,4, а с 2009 по 2012 гг. – с \$ 357,5 до \$ 554,8 [2, с. 87]. В итоге политика по стимулированию роста за счет внутренних инвестиций и наращивание заработной платы с темпами, превышающими рост производительности, привели к