

этого они не выполняют ряд задач по управлению персоналом и обеспечению нормальных условий его работы. В их числе такие важнейшие, как: социально-психологическая диагностика; анализ и регулирование групповых и личных взаимоотношений, отношений руководителя и подчинённых; управление производственными и социальными конфликтами и стрессами; информационное обеспечение системы кадрового управления; управление занятостью; оценка и подбор кандидатов на вакантные должности; анализ кадрового потенциала а потребности в персонале; управление трудовой мотивацией и др. В их решении заинтересована каждая организация. Именно поэтому важно знать, как правильно и грамотно построить систему управления персоналом, что и будет проделано в данной работе.

Главная цель системы управления персоналом – обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития.

В качестве базы для построения системы управления персоналом используются принципы, а также методы, разработанные наукой и апробированные практикой.

Различают две группы принципов построения системы управления персоналом в организации: принципы, характеризующие требования к формированию системы управления персоналом, и принципы, определяющие направление развития системы управления персоналом. В данной работе эти принципы будут подробно рассмотрены и охарактеризованы.

Наука и практика выработали инструментарий (методы) изучения состояния действующей системы управления персоналом организации, построения, обоснования и реализации новой системы. В данной работе будет раскрыта сущность некоторых из методов, таких как системный анализ, метод декомпозиции, метод сравнения, метод структуризации целей, нормативный метод, метод аналогий, метод творческих совещаний, метод контрольных вопросов и др.

Методами управления персоналом называют способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе производства. Все методы делятся на три группы: административные, экономические и социально-психологические. Отличия этих методов друг от друга и их особенности, направленность, содержание и организационная форма будут описаны в данной работе [2].

Литература:

1. Седегов Р.С., Кабушкин Н.И. Управление персоналом: Сотрудники как фактор успеха предприятия // Менеджмент, в 6-ти книгах, кн.4. – Мн.: «Тэхналогія», Из-во БГЭУ, 1997. – С. 10-12.
2. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 60-77.

ОСНОВЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ИННОВАЦИИ

О.С. Трусова

Научный руководитель – *Е.Г. Мелких*

Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день в результате разрушения технического единства научных исследований и разработок, оттока квалифицированных кадров из Белоруссии, распада сложившихся научных коллективов и ряда других факторов наблюдается снижение уровня научно-технического потенциала страны. И, как следствие этого, - рост зависимости страны от иностранных производителей высокотехнологичной техники. Поэтому в настоящее время для достижения экономического роста необходимо развитие нововведений, которые формировали бы направления развития техники.

Инновация (англ. Innovation – нововведение, новшество, новаторство) затрагивает все сферы хозяйственной деятельности. Инновации представляют собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания и управления, включая новые формы контроля, учёта, методов планирования, анализа и т.п. [1]. Под инновацией понимается инвестиция в

какое-то новшество, не существовавшее ранее (в новацию). Инновационный процесс, то есть непрерывный процесс развития предприятия, обеспечивающий его выживание в рыночных условиях, предполагает, что завершение одного выполнения комплекса работ по одной инновации (инновационный цикл) сменяется началом нового. Инновационный процесс и инновационный цикл включают в качестве главного компонента инновационную деятельность работников предприятия. Инновационная деятельность – это процесс, направленный на разработку инноваций, реализацию результатов законченных научных исследований либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.

Определяющим условием формирования рынка новаций является объём инвестиций как в сферу научной и научно-технической деятельности, так и в процесс преобразования новации в инновацию. В инновационной сфере определяющую роль играют долгосрочные и среднесрочные инвестиции, поскольку инновационный процесс длится в среднем 3-5 лет и более. Инвестиции – любое принадлежащее инвестору имущество, которое по праву собственности инвестор вкладывает в объекты инвестиционной деятельности с целью получения прироста капитала, достаточного, чтобы компенсировать инвестору отказ от имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск и возместить потери от инфляции в будущем периоде. Объектами инвестирования являются предприятия. Несмотря на разнонаправленность развития предприятий, общее для них – это потребность в инвестиционном проекте. Под инвестиционным проектом понимается комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий и оборудования, подготовку кадров и т.д., направленных на создание нового или модернизацию действующего производства товаров (продукции, работ, услуг) с целью получения экономической выгоды [2]. Для того чтобы предприниматель (инвестор и др.) смог принять обоснованное решение, направить свои действия на реализацию инвестиционного проекта, необходим компактный итоговый документ, который позволил бы обосновать и оценить возможности инвестиционного проекта. Таким документом является бизнес-план. Этот документ описывает основные аспекты будущего проекта, содержит анализ всех проблем, с которыми может встретиться предприниматель, определяет способы решения этих проблем, даёт целостную системную оценку перспектив проекта

Литература:

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент // Инновация – экономическая категория / Под ред. В.А. Усманова – СПб: Издательство «Питер», 2000. – С. 7-28.
2. Золотогоров В.Г. Инвестиционное проектирование: учебное пособие // Бизнес-план инвестиционного проекта – Мн.: ИП «Экоперспектива», 1998. – С. 60-81.

МАРКЕТИНГ В БЕЛОРУССИИ

О.С. Трусова

Научный руководитель – *Н.Г. Аснович*

Белорусский национальный технический университет

Маркетинг – это наука о рынке, система знаний, направляющая экономику на выявление и удовлетворение спроса потребителей [2].

Для руководителей белорусских предприятий и компаний понятие маркетинг звучит весьма расплывчато, но без него уже не обойтись, поскольку за этим специфическим словом стоит целая система управления производством и реализацией, позволяющая эффективно функционировать в рыночных условиях. Причиной этого на предприятиях и в компаниях является непонимание большинством руководителей того, что в рыночных отношениях нужно начинать жить по рыночно-административным законам. А изучать и подстраиваться под эти рыночные законы как раз и позволяет маркетинг. Главное, что должны осознать руководители предприятий и компаний, - в условиях рынка, который наблюдается в РБ, резко обостряется