

– Первое направление – это гуманизация управленческой деятельности. Современные организации воспринимают человека как свою главную ценность, основной ресурс.

– Второе направление – это переход от кадровой работы как учета работников предприятия к управлению персоналом и управлению человеческими ресурсами как тактики и стратегии использования человеческого потенциала.

– Третье направление – включение в работу кадровых служб на предприятиях функции по управлению персоналом и новой профессии менеджер по персоналу или HR-менеджер.

– Четвертое направление – это совершенствование методов управления персоналом: найма и отбора, мотивации, оценки, обучения, планирования карьеры, высвобождения персонала.

– Пятое направление – использование информационных технологий в системе управления персоналом. С укрупнением предприятий происходит автоматизация учета кадров, современные организации используют различное программное обеспечение для кадрового учета, контроля и ведения документации. Компьютерные технологии используются в планировании, обучении, оценке персонала.

В экономике происходят существенные изменения, связанные с глобализационными процессами, расширением деятельности транснациональных компаний, которые требуют преобразований в системе управления персоналом.

На первое место выходит конкурентная борьба за лучшие кадры как внутри страны, так и между государствами. В этих условиях появляется новая задача в управлении персоналом – организация бесконфликтного и эффективного взаимодействия работников с различным национальным менталитетом.

Меняются привычные функции современного руководителя. HR-менеджерам важно понимать основные тренды, влияющие на бизнес и значимость работы кадров на предприятии.

С возрастающей ролью роботизации и автоматизации всех производственных и управленческих процессов меняется структура профессиональной деятельности человека. Будут исчезать массовые профессии, на первое место выйдут профессии, связанные с творческим потенциалом, способностью интуитивного мышления. В работе менеджеров по управлению персоналом станет важным понимать человека во всей сложности его личности как сотрудника и потребителя.

Все большее значение будет приобретать использование иностранных специалистов в работе организации.

Сейчас Россия привлекает готовых специалистов к управлению организациями. Это связано с нехваткой кадров на отечественном рынке управления, а также желанием перенять мировой опыт ведения бизнеса для того, чтобы больше соответствовать международным стандартам управления.

К. А. Грищенко

Научный руководитель

М. Н. Андриянчикова

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЗА СЧЕТ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИК РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В настоящее время в результате глобальных перемен, произошедших в результате развития нашей страны и перехода к рыночной экономике, возникает необходимость разработки новой системы формирования и развития кадрового потенциала управления, так как эффективное функционирование организации в решающей степени зависит от кадров руководителей. С целью укрепления позиций на рынке и повышения конкурентоспособности компании современные управляющие стараются использовать творческий резерв компании, а именно формируют новую концепцию управления персоналом, которая предусматривает возможность реализации творческого потенциала кадров.

Целью данной работы является рассмотрение особенностей управления творческим потенциалом организации.

Творческий потенциал (creativity) можно определить как аспект интеллекта, характеризующийся новизной в мышлении и решении задач. Творческая способность предполагает дивергентное мышление, т. е. получение как можно большего числа ответов на простую ситуацию [1, с. 317].

Для того чтобы раскрыть таланты и способности сотрудников в полной мере, в организации должна быть создана особая творческая среда, основными характеристиками которой являются открытость новому, поддержка инноваций; доверие и сотрудничество на всех уровнях; демократический стиль управления; организация обучения и профессионального общения.

Таким образом, чтобы можно было отвечать не только за цели, но и результаты деятельности организации, необходимы знания об использовании творческого потенциала персонала, его оценки.

Чтобы оценить творческий потенциал персонала необходимо его активизировать, создать условия для его реализации в рамках организации.

Для активизации творческого потенциала применяют множество методик. Самыми распространенными из них часто называют следующие:

– «мозговой штурм» и его разновидности (индивидуальный, письменный, прямой и массовый виды, а также двойной метод, метод с оценкой идеи, обратный метод, метод «корабельного совета», метод «конференции идей»);

– метод фокальных объектов;

– морфологический анализ;

– тренинги;

– коучинг [2, с. 16].

Таким образом, выявление творческого потенциала компании и оценка эффективности управления этим потенциалом является одной из приоритетных задач руководителя для повышения эффективности производства и внедрения инновационных идей. Эта система взаимосвязей должна быть нацелена на поддержание отношений творческого типа, поощряющих самовыражение, реализацию собственной индивидуальности сотрудников и руководителей.

Список использованной литературы

1. **Джерри, Д.** Большой толковый социологический словарь. Т. 2 / Д. Джери, Дж. Джерри ; пер. с англ. Н. Н. Марчук. – М. : Вече, 1999. – 528 с.

2. **Галаева, Е. В.** Управление творческим потенциалом предприятий и организаций : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.07 / Е. В. Галаева ; НИИ труда, М. 1995. – 38 с.

А. П. Дубровский

Научный руководитель

Л. М. Злотникова

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Интернет является неотъемлемой частью жизни каждого человека. Рост популярности приобретения товаров через электронные магазины – закономерное следствие влияния сети на коммерческую деятельность отдельных организаций и общество в целом. Интернет-продажи набирают популярность в Беларуси. Тенденция сохраняется и в текущем году, а доля продаж потребительских товаров через Интернет продолжает расти.

Основополагающими документами, регулирующими интернет-торговлю в Беларуси, являются Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З и Правила продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам.

Эти документы определяют интернет-магазин как сайт, содержащий информацию о товарах, продавце, позволяющий осуществить выбор, заказ и (или) приобретение товара.

В законодательстве Республики Беларусь нет четкого определения понятия «сайт». Министрство торговли Республики Беларусь для целей применения законодательства определяет