

**43% респондентов  
покупали чаще раза в  
месяц до пандемии**

**За две недели с начала  
пандемии сделали покупки  
более 80%**



Рисунок 1 – Проценты использования Интернет магазином во время пандемии и до нее

Источник: Исследования Data Insight

Исходя из Рисунка 1 следует сделать вывод о том, что Интернет-магазин стал пользоваться спросом для тех клиентов, кто раньше когда-либо покупал товары в Интернете.

**Заключение.** Таким образом, Интернет-магазин принято считать бизнесом, который опережает свое время. Несмотря на пандемию COVID-19, Интернет-магазины продолжают развиваться и удерживать устойчивые позиции в сфере услуг.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Медведева, О. С., Ананьева, В. А. Особенности развития интернет-маркетинга в сфере розничной торговли // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2019. – № 3. – С. 15–18.
2. Акила, Кристиан. Интернет-магазин с нуля. Полное пошаговое руководство / Кристиан Акила. – М.: Питер, 2019. – 203 с.
3. Рассел, Джесси Интернет-магазин / Джесси Рассел. – М.: VSD, 2019. – 830 с.

УДК 331.108.26

#### **HR-СТРАТЕГИИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

**Ю. А. Мошнина, Е. А. Ходенкова, студенты группы 10503219 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик**

*Резюме – многие компании не развивают и, соответственно, не внедряют стратегии управления персоналом, от чего существенно понижают свою производительность. В связи с этим в данной статье изложены*

*наиболее актуальные, на наш взгляд, проблемы в HR-менеджменте и предложены шаги их решения.*

*Summary – many companies do not develop and, accordingly, do not implement HR-strategies, which significantly reduce their productivity. In this regard, this article describes the most relevant, in our opinion, problems in HR-management and suggests steps to solve them.*

**Введение.** Любая компания имеет две цели: рост своей фирмы и развитие на рынке. Для достижения этих целей ей нужно уметь удерживать сотрудников и улучшать их эффективность. Однако большинство отечественных компаний не уделяют должного внимания HR-менеджменту и его стратегиям. HR-стратегии определяют какие действия организация намерена предпринять в отношении своей политики и практики управления человеческими ресурсами, как их можно объединить между собой и интегрировать в бизнес-стратегию [1]. Благодаря четко спланированной HR-стратегии фирма может решить, как управлять кадрами в определенных направлениях и в целом и избежать описанных далее проблем.

**Основная часть.** Во многих фирмах отсутствует внутренняя система обучения и развития персонала. Руководители не понимают, какими навыками и на каком уровне персонал должен владеть для достижения целей компании. Проблема является актуальной и для ее решения следует воспользоваться следующей стратегией: определить ряд задач, которые должны решаться на каждой из должностей; провести оценку текущего уровня персонала на этих должностях; выявить каких знаний и навыков не хватает, сформировать план обучения сотрудника с целью довести его умения до необходимого уровня.

Организации со штатом более 100 человек часто сталкиваются с проблемой кадрового резерва. Кадровый резерв – это специально сформированная на основе установленных критериев группа перспективных служащих, обладающих необходимыми для выдвижения профессиональными, деловыми и морально-психологическими качествами, положительно проявивших себя на занимаемых должностях, прошедших необходимую подготовку и предназначенных для замещения очередных должностей [2]. Не имея такого резерва, фирма может оказаться в ловушке между невыполнением собственных планов и попытками удержать сотрудников. Для того, чтобы не допустить такой ситуации, следует заранее позаботиться о «страховке»: выбрать подходящих кандидатов; провести тестирование, собеседование или деловую игру, чтобы определить их потенциальные возможности; сформировать итоговую ведомость подходящих лиц и утвердить список кадрового резерва.

В менеджменте персонала существует такое понятие как HR-бренд, но, к сожалению, слишком малое количество компаний вкладывают в него свои силы. HR-бренд можно трактовать как образ компании в качестве хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц; как набор эко-

номических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к компании [3]. Как показало исследование LinkedIn: наличие сильного HR-бренда у организации повышает ее конкурентоспособность на рынке труда. Для создания привлекательного образа компании для сотрудников потребуется выполнить следующие шаги: проанкетировать сотрудников на восприятие компании; проанализировать вакансии конкурентов; составить концепцию HR-бренда и сформировать ценностные предложения компании для соискателей; найти канал продвижения, где будут транслироваться новости, связанные с сотрудниками фирмы (награждения, поздравления, корпоративные праздники и т. п.).

**Заключение.** Существует простая зависимость между компаниями и персоналом: первым необходима качественно выполненная работа, а вторым – достойная заработная плата. От эффективности, производительности и мотивации сотрудников зависит развитие и продолжительность существования фирмы. Таким образом, умея грамотно составлять HR-стратегии, компания может значительно улучшить свое положение на рынке, избежать текучести кадров и всегда иметь «подушку безопасности» в виде желающих получить здесь работу.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Армстронг, Майкл. Главный учебник HR в мире / Майкл Армстронг; [пер. с англ. Е. Л. Бегма]. – Москва: Эксмо, 2019. – 416 с.
2. Заборовская, С. Г. Кадровый менеджмент на государственной гражданской и муниципальной службе. Учебное пособие для вузов / С. Г. Заборовская. – Москва: Юрайт, 2021. – 209 с.
3. Веретенникова, И. Привлекательный работодатель / И. Веретенникова // Бизнес-журнал. – 2012. – № 5. – 26 с.

УДК 004.31

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ OLAP-ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

*М.В. Рынейская, студентка группы 10503321, ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Н.В. Дашкевич*

*Резюме – в данной статье рассмотрены OLAP-технологии и их применение в бизнесе.*

*Resume – this article considers OLAP technologies and their application in business.*

**Введение.** В настоящее время компания становится победителем в соревновании, если она умеет эффективно управлять информацией. Общеизвестно, что тот, кто обладает знаниями, ведет рынок. И обычно, чем больше данных организация может собрать и проанализировать, тем больше вероятность ее успеха в бизнесе.