

Рекрутинг – процесс, подразумевающий подбор персонала низшего и среднего звена. И поиск осуществляется, как правило, из тех кандидатов, которые на данное время уже ищут для себя работу.

Exclusive search (прямой, эксклюзивный поиск) – это целенаправленный подбор нужных кадров, которые подходят на высшее управленческое звено, а также он применяется для редких специалистов. Этот метод используется в том случае, если нужно подобрать людей, которые будут иметь ключевое воздействие на бизнес, а также реализовать стратегии по его развитию. Поиск происходит как среди занятых, так и среди свободных специалистов.

Head hunting – это разновидность прямого поиска, который подразумевает «охоту» за конкретным специалистом, а также его переманивание в определенную компанию. Это довольно сложная работа, которая требует большой практики, но она необходима, когда ищут руководителей высшего звена, а также ключевых специалистов в определенных областях и редких сотрудников. Это может относиться и к специальности, так и по уровню профессионализма. Эта технология сложна и интересна тем, что предварительно нужно заниматься сбором информации об определенном специалисте, а также тщательной подготовкой «вербовки». «Охота за головами» нужна в том случае, если в заказчика нет определенного специалиста, который мог бы работать у него и «охотнику» нужно самому найти, анализируя огромное количество информации.

Preliminary (прелиминаринг) – при помощи производственной практики и стажировки, осуществляется привлечение молодых специалистов, которые являются еще студентами или уже выпускниками вузов. Они являются залогом того, что компания будет успешной.

УДК 338.262.7

## **НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Магистрант Соломко М. В.

Канд. экон. наук, доцент Мелюшин П. В.

Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день, адресная система хранения (АСХ) является наиболее эффективным методом снижения затрат в организации складского хозяйства предприятий. Под адресной системой логистики предприятий следует понимать автоматизированный процесс оптимизации размещения товара на складе с учетом основных критериев характеристик склада и товара (размера, типа, условия хранения, системного управления и т. д. ). В современных условиях, существует ряд нерешенных вопросов касаю-

щиеся усовершенствования разработки, проектирования и реализации АСХ. Основные решения этих вопросов направлены на рассмотрение достоинств и недостатков современных методов организации адресного склада, формализованного комплексного алгоритма на основе ERP-системы Ахарта 3. 0 в виде отдельного модуля.

Функционирование современного адресного склада организуется на основе методов динамического и статистического хранения. Основными достоинствами представленных методов являются: прозрачность размещения товаров на складе, простота и системность в использовании, минимальные затраты на обучение персонала, максимальная эффективность в использовании складских площадей. Недостатками являются: усложненность технологии размещения, существенная зависимость от владения информацией и возникновения ошибок учета. По-нашему мнению, собственный метод отдельно взятого предприятия комбинированного хранения позволяет эффективно и гибко организовать АСХ. Осуществление данного метода происходит таким образом: зоны хранения реализуются на основе метод статистического хранения, а размещения товара – методом динамического хранения.

Таким образом, используя комбинированного метода адресного системного хранения, предприятия с особыми только ему свойственными характеристиками, приспособляясь к постоянно изменяющейся конъюнктуре рынка, разрабатывает свою автоматизированную алгоритмизацию размещения товара на складе при комплектации заказа.

Предложенная система помогает снизить предприятий при истечении срока годности товаров и наиболее эффективно использовать складское пространство. Единственной последующей проблемной областью в данных разработках будет являться учет товара в разрезе складской аналитики, что и будет требовать комплексных исследований в этом направлении.

УДК 388.45

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Магистрант Третьяков-Савич Е. С.<sup>1</sup>

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Каунасский технологический университет

<sup>2</sup>Белорусский национальный технический университет

В современных условиях хозяйствования неотъемлемой успешной составляющей деятельности любого предприятия является управление маркетингом, которое представляет собой анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на успешное продвижение товаров на рынок и получении максимальной прибыли.