

3. Креативные Бутики;
4. Агентства по покупке СМИ;
5. Внутренние агентства.

К агентству типа полного сервиса можно отнести «ENTER NET AV». Данная организация занимает лидирующие позиции по продаже и размещению рекламы на территории как Республики Беларусь, так и на международном уровне.

Одними из крупнейших компаний, которые сотрудничают с агентством «ENTER NET AV» являются: Nestlé S.A, Huawei Technologies Co. Ltd., Coca-Cola, Pepsi, McDonald's.

Для этих компаний производится несколько видов рекламы: аудиореклама (5,3%), видеореклама (31,6%) и баннерная (63,1%) реклама. Создание рекламы проводится на основе собранной информации о товаре.

Также проводятся исследования компаний и продуктов, реакции клиентов. Планируются типы используемого носителя, когда и где его использовать, а также сколько времени будет использовано. Отдельное внимание уделяется отзывам от клиентов, а затем принимается решение о дальнейших действиях.

Проанализировав строение организации, можно увидеть, что структура управления данной организацией включает в себя матричную, дивизиональную и функциональную.

Преимуществами в такой ситуации будут являться: гибкость, ускорение внедрения инноваций, персональная ответственность руководителя проекта за результаты работы, высокая эффективность в рамках отдельных подразделений, углубление специализации, повышение качества управленческих решений, возможность управлять многоцелевой и многопрофильной деятельностью [2].

Недостатками являются: наличие двойного подчинения, сложность информационных связей, низкая скорость принятия управленческих решений.

Для улучшения работы данного рекламного агентства мы предлагаем использовать следующие методы:

1. Более активная реклама собственных услуг.

В настоящий момент организация принимает ограниченное количество заявок от компаний, заинтересованных в сохранении услуг. Тем не менее, организация должна продолжать рекламировать свой бренд. Даже если они не ищут новых клиентов. Чем больше брендов узнают о работе организации, тем больше вероятность того, что они будут сотрудничать на постоянной основе, поскольку реклама помогает поддерживать канал продаж полным.

2. Улучшение внутренних коммуникаций.

В небольшой маркетинговой консультации каждый сотрудник организации должен знать, какие бренды входят в текущий список клиентов, какие проекты курирует каждый член команды и где находится прогресс по всем текущим инициативам бизнеса. Чтобы эффективно управлять этим, важно регулярное расписание встреч всех участников, даже если это 15-минутная встреча каждое утро или часовая командная сводка каждую неделю.

3. Поддержка дальнейшего образования сотрудников.

Работодатели имеют возможность помочь своим сотрудникам развивать знания, необходимые для достижения большего на работе. Таким образом, важно, чтобы руководители агентств предоставляли членам команды возможность посещать отраслевые конференции, записываться на специальные курсы или участвовать в профессиональных семинарах. Исследования даже показывают, что рентабельность инвестиций в обучение сотрудников огромна; компании, которые инвестируют \$ 1500 или более на обучение сотрудников в год, имеют на 24% более высокую рентабельность, чем компании, которые вкладывают меньше средств в повышение квалификации своих сотрудников [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Повышение эффективности рекламной деятельности на предприятии [Электронный документ]. – <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5a4030c67966e104c6a3e70e.pdf> – Дата доступа: 28.02.2020.
2. Системное мышление в управлении организациями [Электронный документ]. – <https://rep.bntu.by/handle/data/5829> – Дата доступа: 20.02.2020.
3. HR-МАРКЕТИНГ: новый подход в управлении персоналом [Электронный документ]. – <https://rep.bntu.by/handle/data/12982> – Дата доступа: 24.02.2020.

УДК 339

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В СФЕРЕ УСЛУГ

*А.В. Ермакова, О.А. Федорова, студентки группы 10503217 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В данной статье рассматривается проблема развития кадрового потенциала в сфере услуг и возможные способы её решения.

Resume – This article discusses the problem of developing human resources in the service sector and possible ways to solve it.

Введение. В современном менеджменте огромное значение придается тому, как осуществляется контроль кадров и их мотивации в компаниях. То, как себя чувствует работник, его замотивированность оказывают прямое воздействие на конкурентоспособность, эффективную работу и развитие организации.

Основная часть. Развитие кадрового потенциала можно анализировать, используя следующие аспекты: характеристики личности сотрудников, их профессиональный опыт, мотивацию к работе, использование творческих навыков. Кадровый потенциал в организации оценивается не только по каждому работнику отдельно, но и по тому, как персонал взаимодействует между собой и дополняет друг друга.

Балабанова Л.В. дает следующее определение: «Кадровый потенциал предприятия – это предельная величина возможного участия работников с учетом их компетентности, интересов, психофизических особенностей, мотиваций» [1]. Миллер М.А. считает, что «кадровый потенциал предприятия – это величина возможного участия высококвалифицированного персонала в деятельности предприятия, также способность работников к инновационной деятельности, их образовательный уровень, психофизиологические характеристики, которые необходимы для реализации стратегических целей организации» [2].

Актуальность проблемы развития кадрового потенциала объясняется тем, что в компаниях сотрудники являются главной ценностью, отвечая за развитие предприятия и принося ему прибыль.

В наши дни экономика задает тенденцию к развитию сферы обслуживания. Особый интерес к ней объясняется тем, что она влияет на большинство отраслей экономики, её доля в ВВП Беларуси неуклонно растет, что также улучшает качество жизни людей. Все эти факторы помогают сформировать мнение, что сфера услуг в современном белорусском обществе занимает лидирующие позиции. С каждым годом становится все больше организаций, которые занимаются бизнесом именно в данной отрасли. Согласно последним статистическим данным сфера услуг составляет почти 50% в ВВП нашей страны. Таким образом, вследствие создания новых организаций появляется много рабочих мест для трудоспособного населения, за счет этого занятых в данном секторе экономики уже больше половины от всех рабочих страны [3]. Поэтому формирование кадрового потенциала в данной сфере особенно важно.

Чтобы предоставлять качественный сервис, компания должна иметь хорошо налаженную систему менеджмента и развития персонала. Большинство сталкивается с ситуациями, которые не позволяют полностью раскрыть кадровый потенциал: недостаточно хорошо налажен поиск новых сотрудников; адаптация персонала не проводится должным образом; переподготовка и обучение сотрудников плохо организовано или вообще отсутствует; существование вакансий, которые долгое время остаются незанятыми; мотивация сотрудников на низком уровне; характерность текучести кадров; конкуренция за счет деятельности других сфер экономики страны [4].

Для того чтобы сделать деятельность организации более эффективной и увеличить мотивацию работников, необходимо проводить следующие мероприятия:

- 1) налаживать общение сотрудников между собой, содействуя улучшению психологического климата в коллективе;
- 2) организовать наилучшие условия для обучения и развития персонала;
- 3) повышать экономическую, административную и психологическую мотивацию сотрудников. Методы, которые будут принимать руководство, в разной степени смогут повлиять на увеличение эффективности работы персонала, помогут уменьшить текучесть кадров и сформировать крепкий и надежный коллектив организации;
- 4) содействовать повышению квалификации сотрудников, организовывать обучение и переподготовку персонала.

Заключение. Благодаря дополнительному обучению и адаптации новых сотрудников можно способствовать более высокому уровню эффективности деятельности организации. Ценность, в первую очередь, представляет именно кадровый потенциал компаний, а не прибыль, показатели продаж и т.д. Высокая квалификация и заинтересованность в труде поможет вывести организацию в лидеры среды конкурентов, а также закрепить стабильное экономическое положение на рынке. Из-за стремительного развития сферы услуг, необходимо применять все доступные методы для того, чтобы обойти конкурентов и остаться в занятой нише. Развитие кадрового потенциала является неотъемлемой частью любой успешной корпорации. Оно охватывает все аспекты бизнеса, компании или агентства, чтобы обеспечить лучшие условия труда, повышение квалификации персонала и производительности труда. Развитие человеческих ресурсов обеспечивает преимущества, которые в перспективе окупятся и принесут дополнительный доход.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В. Управление персоналом / Л.В. Балабанова, А.В. Сардак. – М.: Центр учеб. лит-ры, 2012. – 468 с.
2. Миллер М.А., Шинкевич Д.В. Повышение качества персонала в сфере услуг // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. – 2013. – №1. – С. 112-114.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2019 г. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: И.В. Медведева и др. – Минск: НСК РБ, 2019. – 518 с.
4. Биттер Н.В., Кондратенко Е.А. Роль кадровой структуры и трудового потенциала в эффективной деятельности предприятий сервиса // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-4. – С. 764-768.