

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В СЕКТОРЕ ЗНАНИЕЕМКИХ УСЛУГ

**Введение.** В результате стремительного развития технологий и быстрой смены технологических укладов сформировался новый тип экономики — экономика знаний, функционирование которой основано на передовых знаниях и обусловлено развитием сегмента знаниеемких услуг, опирающихся на новейшие технологии и высокообразованный и высококвалифицированный труд. Данные услуги нацелены на воспроизводство и интенсивное использование знаний, которые, в свою очередь, повышают качественные характеристики результатов производства, воплощаясь в новых высоких, информационных, сетевых технологиях, а также обуславливают проведение серьезных теоретических исследований, предшествующих инновационным разработкам и открытиям. При этом проблемы мотивации высокообразованных и высококвалифицированных работников являются наиболее актуальными, так как от четко разработанных систем мотивации зависит не только социальная и творческая активность работников, но и конечные результаты предприятий в их многогранной социально-экономической деятельности и внедрения в производство различных инноваций, в том числе и таких как производство новых видов продукции. К сожалению, в настоящее время методы мотивации в Республике Беларусь в основном основываются только на материальном стимулировании работников посредством выплаты заработной платы.

**Основная часть.** Знаниеемкие услуги правомерно определить как деятельность, основанную на высококвалифицированном труде высокообразованных работников, результат которого неосязаем. Такая деятельность характеризуется воплощенностью человеческого интеллекта и знаниеепроизводимостью, значительным объемом знаний ее производителей, а зачастую и потребителей, обеспечивающую динамику добавленной стоимости, обладающую наукоемкостью и технологичностью, базирующуюся на преимущественно интенсивном типе производства, накопления и потребления знаний [1]. Поскольку успех и результаты работы в сфере знаниеемких услуг, по большей части, зависят от человеческих ресурсов, необходимо учитывать качество и профессионализм рабочей силы, которая будет мотивирована на работу и будет способствовать успеху и конкурентоспособности компании.

Социально-экономические и технико-технологические изменения в мире также влияют на изменения в сфере услуг и развитие современных услуг. Различными услугами пользуются люди, это трудоемкая деятельность имеет свои результаты, которые по большей части зависят от качества человеческих ресурсов. Без мотивации работник не может нормально развиваться и развивать организацию, которая объясняет необходимость исследования проблемы мотивации персонала. С помощью современных и передовых методов стимуляции, можно достичь значительного улучшения качества работы.

Для достижения и поддержания оптимального качества работы каждого работающего на рынке услуг необходимо управлять людьми их отношениями в работе организации, мотивировать их на работу, обучать и оценивать их результаты и достижения.

Управление персоналом является полной интегрированной системой сложных взаимосвязанных инициатив, действий и задач руководства в целях обеспечения надлежащего числа и структуры работников, их знания, навыки, компетентность, интерес, мотивация и форма поведения, необходимые для достижения текущих целей развития и стратегий организации, для достижения устойчивого конкурентного преимущества.

Человеческие ресурсы в определенной компании относятся не только к числу сотрудников на определенных предполагаемых должностях, а также относятся к широкому спектру знаний, умений, навыков, компетенций.

Деятельность и задачи управления персоналом заключается в следующем:

- обеспечение человеческого потенциала (планирование, привлечение и набор, отбор, организация);
- поддержка персонала (безопасности и здоровье, организационная культура, удержание сотрудников, услуги сотрудникам);
- мотивация и вознаграждение человеческих ресурсов (мониторинг и оценка эффективности работы, мотивация, вознаграждение, выгоды);
- профессиональная подготовка и развитие (образование и профессиональная подготовка, развития людских ресурсов, карьерный рост, развитие менеджеров).

Главная цель управления персоналом — обеспечить качественную рабочую силу и обеспечить ей стимулирующую рабочую среду, обучение и продвижение, потому что удовлетворение сотрудников способствует увеличению успеха и конкурентоспособности всей компании, особенно в сфере услуг.

Поскольку результаты работы в сфере услуг, по большей части, зависят от сотрудников, необходимо учитывать качество и профессионализм штата, который будет мотивирован на работу и будет способствовать успеху и конкурентоспособности компании.

Основными проблемами в сфере услуг являются некомпетентность, низкая заработная плата, недостаточная мотивация работников, неспособность к продвижению. Это ставит под сомнение качество обслуживания в сфере услуг, экономическая отрасль, чья успешность и конкурентоспособность большей частью основан на человеческих ресурсах.

Чтобы компания могла предоставить лучшее обслуживание и предложить нечто большее, необходима постоянная профессиональная подготовка и отслеживание новых тенденций в спросе на рынке и предложение на рынке услуг. Именно поэтому профессиональная подготовка играет очень важную роль в процессе управления персоналом.

Работодатели должны осознавать, что тратить деньги на постоянное профессиональное обучение своих сотрудников не затраты, а инвестиции в повышение производительности.

Есть разные способы, которыми сотрудники могут быть мотивированы для достижения лучшей эффективности и лучшего достижения цели. Мотивация не обязательно должна быть финансовой с точки зрения увеличения зарплаты, но это также может быть связано с другими взглядами, такими как выходные поездки в отпуск и т. д. Для того чтобы сотрудник был настолько же эффективным, насколько он может быть, он должен работать в позитивной и приятной обстановке, он должен осознавать значение его важности и значение работы, которую он выполняет, а также последствия в случае, если он не выполняет свои обязательства.

Сотрудник также должен иметь возможность выразить свое мнение, собственные идеи и видения и возможность принимать определённые решения самостоятельно. Чтобы достичь этого, положительные взаимоотношения между сотрудниками очень важны, особенно отношения между менеджерами и сотрудниками.

Для достижения максимальной производительности и конкурентоспособности, наряду с планированием, мотивацией и профессиональной подготовкой, ещё одним важным фактором является мониторинг оценки работы каждого человека в системе вознаграждений, а также возможность для карьеры продвижение и развитие.

В целом система мотивации и стимулирования труда в сфере званиемких услуг должна решать следующие задачи: обеспечение устойчивого роста производительности труда, снижение текучести персонала, закрепление стабильного профессионального состава, обеспечение поддержки гибких и творческих решений [2].

**Заключение.** Сфера званиемких услуг характеризуется разнообразием сфер деятельности, что, соответственно предполагает разнообразие подходов к мотивации персонала. Также, следует отметить, что факторы мотивации специалистов в сфере званиемких услуг отличаются неустойчивостью. Среди таких факторов можно выделить: условия, содержание, а также социальная значимость труда; уровень заработной платы; морально-психологический климат в трудовом коллективе; возможность карьерного роста; престиж занимаемой должности. В этой связи, построение системы мотивации персонала является одной из наиболее сложных задач. Сложности, в первую очередь, связаны со спецификой деятельности в сфере званиемких услуг, которая зачастую имеет творческий аспект: сложность нормирования и определения результатов труда работника в сфере званиемких услуг; неравномерное распределение результата труда в рабочем процессе; занятость в нескольких проектах; сложности прогнозирования и планирования карьерного развития ввиду неординарности трудового процесса и его результатов; высокий риск демотивации, эмоционального выгорания при неверно выбранных инструментах воздействия.

#### Список цитируемых источников

1. Бондарь, А. В. Званиемкие услуги как фактор формирования интеллектуального капитала / А. В. Бондарь, К. И. Рябова // Белорус. эконом. журн. — 2022. — № 3 — С. 99.
2. Кобриков, Б. С. Управление персоналом : УМК / Б. С. Кобриков, Л. В. Красиченко. — Минск : МИУ, 2016. — 187 с.

УДК 339.138

**В. В. Новик, Е. А. Костюкевич**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

## РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

**Введение.** Организации всегда ищут способы привлечь новых клиентов и увеличить прибыль. Создание стратегии маркетинга может помочь организациям определить «точки роста». Важно иметь стратегию маркетинга, потому что она может помочь организации охватить более широкую аудиторию потенциальных клиентов и развивать свой бизнес.

**Основная часть.** Маркетинговая стратегия — это стратегия роста бизнеса, направленная на вывод существующих продуктов на новые рынки. Компании часто используют маркетинговые стратегии для выявления и разработки новых возможностей для продажи своей продукции на ранее неисследованных рынках.