

ля нового типа" характерно стремление к информированности, проявлению более выраженной социальной позиции с одновременным индивидуализмом и рационализмом в отношении культуры совершения покупки.

Другим важным аспектом маркетинговой политики компаний является работа по созданию уникального предложения. В настоящее время в маркетинговой политике компаний создание уникального предложения – один из самых эффективных способов успешно конкурировать и сохранять высокую прибыль в условиях насыщенного рынка. Для того чтобы уникальное предложение привело к преимуществу на рынке и увеличению прибыли, его формирование должно включать три этапа: поиск новаторской идеи, которая откроет перспективную рыночную нишу; создание оригинальных технологий; необычный маркетинг.

Еще одним современным аспектом маркетинговой политики компаний можно считать брэндинг, то есть особенности создания и управления брэндом. Брэндинг помогает создать "портрет" торговой марки, отличный от брэндов конкурентов. В целом, залог успеха любого брэнда – в совпадении позиции и индивидуальности марки с позиционированием и индивидуальностью потребителя. Поэтому компаниям рекомендуется изучать и понимать факторы, определяющие выбор покупателя. Успешным брэнд будет лишь в том случае, если и после его создания работа с ним не прекращается. Необходимо постоянно отслеживать новые тенденции в научных разработках, в технологиях, учитывать перемены в образе жизни потребителя. Необходимо учитывать связь процесса управления брэндом со стратегией и бизнес-системой компании. Сильный брэнд кроме стабильности в стратегическом плане дает бизнесу и рост прибыльности. Рассмотрев современные направления маркетинговой политики компаний, можно говорить об изменяющихся тенденциях в развитии потребительского рынка, которые требуют новых маркетинговых подходов, одним из которых может по праву считаться брэндинг.

**Е.А. Пискунова, У.В. Мокроусова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Организация нового типа ориентирована на управление процессами и управление персоналом. Переходные процессы в социальной и политико-правовой сферах привели к возникновению новых направлений управления: стратегический менеджмент персонала; индивидуальное планирование карьеры менеджера; техника кадрового регулирования; управление персоналом в эконо-

мически сложное время. Достижение успехов на новых направлениях имеют одну общую основу – это ориентация на сотрудника, его новое восприятие своей роли и самосознание.

В настоящий момент существенное влияние на кадровую политику предприятий влияет мировой финансовый кризис. Потребитель начинает экономить, и меньше покупает; банки ужесточают условия кредитования, делая их непосильными для небольших предприятий, растет дебиторская задолженность и т.п.

Так, в первую очередь, снижаются собственные расходы (издержки). В подавляющем большинстве компаний затраты на персонал составляют значительную, если не главную статью издержек. Это допустимо в условиях стабильности и развития компании, но в кризисе все меняется. Затратная система не только не оправдывает себя, но и становится фактором, угрожающим благополучию компании и самих сотрудников. Затратность системы управления персоналом компании необходимо снижать.

Система должна стать более экономичной. С другой стороны, задумаемся, что определяет эффективность работы персонала и производительность его труда? Совокупность многих факторов, основные из них: желание сотрудников работать, лояльность по отношению к компании, профессиональные навыки. Желание сотрудников работать в значительной степени определяется: привлекательностью компании, ее стабильностью; интересом сотрудников к выполняемым обязанностям; возможностями, которые предоставляет компания; уровнем заработной платы; социальным пакетом; отношением руководства к сотруднику; признанием заслуг сотрудника. Система управления персоналом в условиях кризиса, прежде всего, должна быть направлена на сохранение или повышение эффективности деятельности персонала, производительности его труда.

Не менее важный фактор – гибкость системы управления персоналом. Насколько бы динамична ни была система управления персоналом компании в обычных условиях, в условиях кризиса гибкость и динамичность – главные требования к этой системе. Она должна позволять очень быстро перестраивать организационно-штатные структуры и проводить необходимые мероприятия, как высвобождая значительное количество персонала, так и быстро подбирая необходимый персонал, и, что не менее важно, очень быстро вводить его в строй.