

маркетинга и бизнеса в целом. Для создания стратегии важно понимать цели производителя, а также потребности потребителя в отношении конкретного бренда, и в его ожидании от присутствия в интернет-среде, чтобы развивать наиболее практичные способы привлечения аудитории.

Необходимо отметить, что подверженность интернет-среды высокой изменчивости является серьезной проблемой в процессе разработки и реализации стратегии контент-маркетинга для продвижения бренда.

Е. Турик

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОСТРОЕНИЯ ТАЛАНТ-МЕНЕДЖМЕНТА В КОМПАНИЯХ

С развитием глобализации человеческие ресурсы стали одним из немаловажных факторов, влияющих на успешность развития компаний, в то время как главным преимуществом являются талантливые сотрудники, а их умения и навыки нужно постоянно совершенствовать, развивать, мотивировать, что стало возможным благодаря появлению талант-менеджмента.

Управление талантами (от англ. «Talent-management») – это стремление спрогнозировать какие человеческие ресурсы нужны компании, а также создание соответствующих условий для их привлечения. Талант-менеджмент – достаточно новое направление в HR-менеджменте. Несмотря на то, что сам термин появился 22 года назад (появление данного термина можно отнести к 1997 г., основателем считается компания McKinsey), компании уже начали осознавать важность внедрения системы управления талантами как стратегической части всего кадрового менеджмента и бизнес планирования.

Существуют различные зарубежные практики и способы формирования талант-менеджмента. В ходе исследований было выявлено, что в каждой компании свой индивидуальный подход. Например, в компании General Electric за основу управления талантами принимают принципы меритократии и эффективности, которые были заложены Ч. Коффином и впоследствии развиты Д. Уэлчем. Этот же принцип лежит в основе управления талантами в компании Procter & Gamble.

Успех любой компании зависит не только от финансовых возможностей, но и от навыков людей в команде, которые направляют свою деятельность на достижение целей компании. Часто к талантам относят такие черты персонала, как коммуникабельность, склонность к обучению и самообразованию, креативность, аналитический склад ума и т. д. Несмотря на то, что талантливый сотрудник считается находкой для любой компании, на самом деле работать с талантами, способствовать их развитию и карьерному росту, направлять их деятельность на пользу компании достаточно сложно. Талантливые личности имеют склонность к прекращению своей рабочей деятельности, не видя перспектив для саморазвития. В результате компании должны проводить разовые акции в виде заданий, повышающих профессиональный

уровень персонала, коучинг, семинары, стажировки, обмен сотрудников с зарубежными компаниями, а также обеспечивать достойное материальное вознаграждение.

При всей важности других видов управления, в особенности управление производством и финансами, в наши дни одним из ключевых факторов успеха является именно управление персоналом. Как полагают сами сотрудники, главным фактором успеха компаний является отношение к людям как к важному виду капитала – человеческому и интеллектуальному, который нуждается в развитии, сохранении, наращивании и эффективном использовании в конкурентной борьбе.

Цзян Цзюньсянь

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ КИТАЯ

Информация сегодня является одним из важнейших ресурсов. В силу этого информационная составляющая приобретает в современных условиях иное экономическое, социальное и политическое содержание, пройдя в своей эволюции путь от желательного инновационного инструмента до масштабного и системного внедрения на всех иерархических уровнях управления предприятием. Актуальность исследования обусловлена постоянно растущей значимостью информации и информационно-коммуникационных технологий, а также высокой долей добавленной стоимости, получаемой от сектора информационно-коммуникационных технологий в ВВП Китая.

При исследовании теоретических вопросов было выявлено, что ИКТ играют важнейшую роль в современной экономике. Их использование позволяет сократить сроки обработки поступающей информации, а, следовательно, ведет к повышению эффективности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Под ИКТ понимается совокупность процессов и методов поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения, предоставления и защиты информации, осуществляемых с использованием средств вычислительной техники, обеспечивающих высокую скорость обработки данных.

В результате анализа рынка ИКТ в мировом масштабе было выявлено, что его развитие происходит высокими темпами, а основными игроками являются США, страны ЕС и Китай. Результатом данного исследования стал вывод о стабильном росте емкости китайского рынка ИКТ: в 2017 г. темп роста составил 9,4 %, что позволило достичь значения в более чем 18 трлн. юаней. При этом в стране развиты все направления использования ИКТ, однако наибольшую долю занимают 2 сегмента рынка – сегмент программного обеспечения и сегмент производства электронной продукции.