

Перспективы развития белорусских компаний связаны со стратегией глубокой нишевой дифференциации, ориентированной на узкий сегмент рынка. Цель этой стратегии – удовлетворять клиентов целевого сегмента и делать это лучше, чем конкуренты. Однако эта стратегия является весьма сложной, ее разработка и реализация предполагают высокие аналитические способности и постоянный анализ рынка.

Для этого компании должны определиться с выбором сегмента на рынке, занятием перспективной рыночной ниши. Это предполагает направленность на определенных клиентов, гибкость в предоставлении соответствующих услуг, трансформацию их сущности в целях удовлетворения клиентуры.

Перспективным направлением реализации стратегии является «вкладывание» в продавцов. На рынке аутсорсинга продвинуть и продать продукт либо услугу помогают продавцы. В некоторых случаях специалисты считают, что разумно вложиться в этот «ресурс», а совсем не в зарплату технического персонала или развитие продукта. Помимо того, белорусским ИТ-компаниям следует использовать развитие добавленного предложения. Проблема отсутствия уникальных свойств продуктов (услуг) решается путем предложения их «добавленных свойств».

Все стратегии имеют свои плюсы и минусы, и каждая ИТ-компания, работающая на рынке аутсорсинга, должна серьезно подходить к выбору конкурентной стратегии, определяющей перспективы ее развития с учетом возможных рисков.

Е. Турик

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ТАЛАНТ-МЕНЕДЖМЕНТА В КОМПАНИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ АДАПТАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

В последние 20 лет глобализационные процессы охватили практически все сферы жизнедеятельности человека. Их динамизм все в большей степени способствует повышению доступности многих ресурсов, необходимых человеку в процессе производства товаров и предоставления услуг. Компании с целью повышения эффективности бизнес-процессов пытаются найти другие активы и поэтому все больше обращают внимание на собственный персонал, их квалификацию и знания. То есть персонал становится важной составляющей для достижения целей, высоких позиций в конкурентной среде.

В то же время, пытаясь развивать собственный персонал, повышать его квалификацию, большинство организаций неминуемо сталкиваются и будут сталкиваться с проблемой унифицированности учебных программ и мероприятий, которые предлагаются и проводятся внешними провайдерами

образовательных услуг (учреждениями образования, консалтинговыми и тренинговыми агентствами). Это приводит к унифицированности тех знаний, умений и навыков, которые получают работники на тренингах и семинарах. И многие руководители отказываются вкладывать средства в развитие сотрудников, не понимая, каков на самом деле потенциал их работников, и в чем их истинная ценность для усиления конкурентоспособности организации.

В ходе исследования разработаны направления совершенствования системы талант-менеджмента в компаниях Республики Беларусь на основе адаптации зарубежного опыта, которые включают в себя ключевые компоненты высокоэффективного процесса управления талантами, методы управления талантливymi сотрудниками, которые подразумевают:

- повышение справедливости и поощрение сотрудников и руководителей, давая право совместного обсуждения целей компании, принятие стратегических решений в компании;
- создание сильной и соответствующей культуры лидерства и обучения;
- понимание и реагирование на талантливых сотрудников в режиме реального времени.
- разработка методов поощрения и способов мотивации талантливых сотрудников в компаниях.

Данные рекомендации могут использовать следующие организации, работающие на территории Республики Беларусь: «Волат Санцзян»; «Bel Huawei Technologies»; «БелЖди»; «Антопольский текстиль» (компания «Джангсу Вэйда Пэнг Пао»).

Для талантливого сотрудника очень важно понимать, что он нужен компании, осознавать свою роль в развитии компании. Поэтому управление персоналом превращается в важную составляющую обеспечения эффективного функционирования бизнеса.

Ю. Хвесечко

МИРОВОЙ РЫНОК ОНЛАЙН ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Рынок онлайн образовательных услуг является одним из наиболее перспективных и активно развивающихся отраслей. В 2017 г. мировой рынок образования достиг объема в 5 трлн долл., а объем онлайн образовательных услуг составил при этом 165 млрд долл., т.е. 3 % от всего рынка. Согласно маркетинговым исследованиям к 2023 г. объем рынка онлайн-образования достигнет 240 млрд долл., увеличиваясь на 5–25 % в год в зависимости от ниши.

В то время как в США темпы прироста этого сегмента замедляются (+4,0-4,4 %), в странах Юго-Восточной Азии и Восточной Европы рынок