

которой каждый защищает «своего подопечного» – она показывает способность данного лица убеждать других;

- принятие в ограниченное время решений по вопросам, входящим в компетенцию должности, которую предположительно займет аттестуемый;
- 30-минутное интервью с лицами, «поступающими на работу» в организацию;
- анализ ситуаций в группах по 4 человека по различным проблемам управления персоналом;
- анализ управленческой информации и выполнение роли консультанта.

С целью оценки способностей и склонностей людей к выполнению определенных задач в центрах применяют различные методы моделирования.

Центры оценки кадров облегчают выявление способных людей и концентрируют внимание кадровых служб на качествах, важных для занятия вакантных должностей, что является особенно актуальным на современном этапе.

*Сталенкова М. А., Орешенков А. А., ВГТУ (Витебск)*

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ БИЗНЕСОМ**

Эффективные инновации невозможны без наличия соответствующего механизма управления интеллектуальной собственностью, необходимо создание и развитие системы коммерческих форм взаимодействия науки и производства, механизмов управления инновационным бизнесом.

Развитие механизма межфирменного сотрудничества и различных форм взаимодействия организаций, работающих в инновационном бизнесе, позволит фирмам объединяться для совместного проведения научно-исследовательских работ и для активного освоения новшеств в производственных условиях.

Одной из наиболее эффективных форм коммерциализации интеллектуальной собственности является передача прав на использование научно-технических достижений, ноу-хау, торговых марок на основе лицензионных соглашений и других контрактов на использование интеллектуальной собственности, в частности, франчайзинга.

Управление контрактами на использование торговых марок (франчайзинг) в предпринимательской деятельности дает существенные преимущества как правообладателю торговой марки, так и пользователю. Для последнего существенно снижается предпринимательский риск, ускоряется окупаемость капиталовложений. На растущих рынках, в том числе и Беларуси, это один из самых быстрых способов обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный бизнес.

*Станкевич В. И., БГЭУ (Бобруйск)*

## **ОПЛАТА ТРУДА В МАРКЕТИНГОВЫХ СЛУЖБАХ**

Система оплаты труда, как и любая из систем современного предприятия, должна быть экономически обоснованной. В противном случае она теряет свою эффективность и не способствует развитию бизнеса, а подчас и наносит ему значительный урон.

Проблема оплаты труда является ключевой в мотивационном процессе. Она включает в себя три основных момента. Во-первых, заработная плата должна обеспечивать работнику нормальный уровень жизни. Во-вторых, дифференцировать доходы людей в зависимости от размера их трудового вклада, учитывая как количественные, так и качественные параметры трудовой деятельности. В-третьих, выступать предпосылкой по-