

УДК 339.362.5

Хотько Т. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Поскольку эта проблема затрагивает не только слабоконкурентоспособные группы лиц, нуждающихся в работе: молодежь, работники пожилого возраста, инвалиды, женщины с детьми, но и, практически, все категории трудоспособного населения, то становится очевидным актуальность анализа и выяснения экономических отношений по вопросу конкурентоспособности работников в условиях современной экономики.

В условиях рыночных отношений на конкурентоспособность предприятия огромное влияние оказывает конкурентоспособность персонала. Какие бы новые технологии не внедряли на предприятии, как бы положительно не влияли факторы внешней среды на деятельность организации, без высококвалифицированного персонала, готового к этим изменениям, предприятие не может добиться желаемых результатов.

На конкурентоспособность персонала оказывают влияние множество факторов. В научной литературе можно встретить работы российских и зарубежных авторов, выявивших факторы, влияющие на конкурентоспособность персонала организации [1, с. 13].

В отечественной экономической литературе уже накоплен определенный опыт оценки конкурентоспособности персонала, хотя до сих пор ее методы считаются дискуссионными, поскольку конкурентоспособность в сфере труда все еще остается новым направлением исследований не только отечественных, но и зарубежных ученых.

Оценку конкурентоспособности персонала следует осуществлять исходя из его конкурентных преимуществ, которые бывают внешними по отношению к персоналу и внутренними.

Внешнее конкурентное преимущество персонала определяется конкурентоспособностью организации, в которой работает конкретный рабочий, менеджер или специалист [2, с. 25]. Если у организации высокий уровень конкурентоспособности, то и персонал имеет хорошие внешние условия для достижения высокого уровня конкурентоспособности.

Внутренние конкурентные преимущества персонала могут быть наследственными и приобретенными. Только исключительно одаренные люди в меньшей мере зависят от внешних условий.

Примерный перечень качеств персонала и их весомость по категориям персонала приведены в таблице 1

По Фатхутдинову Р. А., оценку конкурентоспособности конкретной категории персонала рекомендуется осуществлять по формуле

$$K_c = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^7 \frac{(\alpha_i \cdot \beta_{ij})}{5 \cdot n},$$

где K_p – уровень конкурентоспособности конкретной категории персонала, n – количество экспертов, 7 – количество качеств персонала, подлежащих рассмотрению, α_i – весомость качества, β_{ij} – оценка экспертом качества персонала в пятибалльной системе [3, с. 25].

Таблица 1 – Примерный перечень качеств персонала и их весомость

Качества персонала (конкурентные преимущества при положительной оценке)	Весомость качества персонала по категориям		
	рабочий	специалист	менеджер
1. Конкурентоспособность организации, в которой работает персонал	0,20	0,25	0,20
2. Наследственные конкурентные преимущества (способности, физические данные, темперамент и т. п.)	0,20	0,15	0,15
3. Деловые качества (образование, специальные знания, навыки, умения)	0,30	0,40	0,20
4. Интеллигентность, культура	0,05	0,05	0,10
5. Коммуникабельность	0,05	0,05	0,10
6. Организованность	0,05	0,05	0,15
7. Возраст, здоровье	0,15	0,05	0,10
ИТОГО	1,00	1,00	1,00

Устанавливаются следующие условия оценки экспертами качества персонала:

- качество отсутствует — 1 балл;
- качество проявляется очень редко — 2 балла;
- качество проявляется не сильно и не слабо — 3 балла;
- качество проявляется часто — 4 балла;
- качество проявляется систематически, устойчиво, наглядно — 5 баллов.

Приведем пример оценки конкурентоспособности менеджера (заведующего отделом) экспертной группой из трех человек. Результаты оценки качеств менеджера приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты оценки качеств менеджера

Номер эксперта	Экспертная оценка семи качеств менеджера по пятибалльной системе (названия качеств — см. табл. 8.2)						
	1	2	3	4	5	6	7
1	4	5	4	4	5	5	4
2	4	4	5	3	5	5	4
3	4	5	5	4	5	4	4

Подставив в формулу (1) результаты экспертной оценки из таблицы 2, получим:

$$K_p = [0,20 (4 + 4 + 4) + 0,15 (5 + 4 + 5) + 0,20 (4 + 5 + 5) + 0,10 (4 + 3 + 4) + 0,10 (5 + 5 + 5) + 0,15 (5 + 5 + 4) + 0,10 (4 + 4 + 4)] / (5 \times 3) = 13,2/15 = 0,88.$$

Таким образом, выявлено, что менеджер имеет достаточно высокую конкурентоспособность. Ему следует повышать деловые качества и укреплять здоровье.

Методические подходы, разработанные Гришновой Е. А., подразумевают что конкурентоспособность персонала является функцией от его качества и цены. К индикаторам конкурентоспособности работников автор включает:

- объективные качественные характеристики работников (квалификация, опыт, образование, здоровье, производительность труда, вклад в результаты деятельности предприятия);
- субъективные качественные характеристики (характер, обучаемость);
- ценовые характеристики (расходы на персонал – заработная плата, расходы, связанные с приемом на работу, обучением, адаптацией, переквалификацией, повышением квалификации) [1, с. 35].

Наиболее эффективный и точный метод оценки конкурентоспособности персонала является метод по Фатхутдинову. Он позволяет осуществлять отбор наиболее конкурентоспособных работников на рынке труда, положительно влиять на повышение качества трудового потенциала отдельных работников и предприятия в целом. Вместе с тем, как показывает анализ, этот подход учитывает только состояние объекта оценки (персонала) и практически не учитывает потребностей, требований рынка.

Список цитированных источников

1. Бахматова, Т. Г. Оценка конкурентоспособности работников с позиций обладания ресурсным потенциалом трудовой мобильности // Проблемы повышения конкурентоспособности трудовых ресурсов: материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Бийск: Печатный двор, 2012. – С. 58-59.

2. Вирина, И. В. Формирование и развитие конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда: автореф. дис. канд. экон. наук / И. В. Вирина. – М., 2011. – 46.

УДК 339.138:796.332

Хурсин Д. А., Микитюк П. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кривицкая Т. В.

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

Актуальность маркетинга в управленческом учете определяется возрастающей ролью маркетинга как в самой системе отношений субъектов рынка, так и в жизни человека, а именно массовым изменением в ходе проводимых в стране реформ менталитета потребителей и формированием в их сознании нового рыночного образа жизни, неотъемлемой составляющей которого является маркетинг.

Управленческий учет – это система сбора и обработки внутренней информации финансово-экономического характера, а именно информации об активах, обязательствах и собственном капитале, доходах и расходах, а также поступлениях и выплатах. Вся важную для принятия управленческих решений информацию менеджер черпает из так называемой управленческой информационной системы, частью которой является управленческий учет.

Система управленческого учета на предприятии состоит из блоков «Финансы/Экономика», «Бизнес-процессы», «Инфраструктура/Сотрудники» и «Рынок/Клиенты». Контроллинг в сфере «Клиенты/Рынки» осуществляет директор по маркетингу.

Маркетинг – это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации [1].

Так как финансово-экономические показатели стоят в приоритете каждого предприятия, то необходимо изучить решение проблемы блока «Рынок/Клиенты» более кардинально. Для решения проблемы необходима стратегическая цель, которая способна улучшить финансово-экономические показатели предприятия и при этом максимально уменьшить затраты. Функционирование блока «Рынок/Клиенты» происходит посредством маркетинга и контроля за его действиями.