

определить слабые и сильные стороны, получая информацию о степени развития его составляющих. Оценка трудового потенциала относится к типу поликритериальных, поскольку объект оценивается с использованием нескольких критериев.

Для оценки трудового потенциала железнодорожного предприятия можно использовать непараметрический метод «Паттерн», позволяющий проводить оценку рассматриваемого показателя по частным индикаторам при помощи соотнесения фактических значений с наилучшими в анализируемой группе. Использование данного метода предполагает анализ показателей, характеризующих составляющие трудового потенциала, на основе соотнесения фактических значений по каждому предприятию (каждой дороге) с наилучшими значениями данного показателя среди всей отрасли.

УДК 65.012.32

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Синіговець О.М., к.е.н., доцент (НТУ «ХПІ»)

Розвиток підприємства в сучасних умовах вимагає вироблення концепції управління його конкурентоспроможністю на інноваційних засадах. Але ж існуюча невизначеність і як результат неможливість реалізації своїх інтересів часто орієнтує на вирішення короткострокових завдань у прийнятті управлінських рішень. Підвищення конкуренції вимагає від підприємств створення нового менеджменту, в якому найважливіша роль належить стратегічному управлінню.

Реальний розвиток підприємства може визначити стратегія, розроблена на основі врахування взаємодії факторів про уявлення динаміки розвитку зовнішнього середовища і стану внутрішніх ресурсів підприємства. Реалізація розробки стратегії передбачає здійснення етапів формування бачення майбутнього, стратегії, організаційних компетенцій, плану дій та їх реалізації. Стратегія об'єднує місію підприємства, особливості організації системи управління, конкурентні переваги, технології, кадрову політику і інші засоби забезпечення розвитку підприємства. Вибір конкретної стратегії визначають довгострокові цілі організації, внутрішні ресурси та традиції. В сучасних умовах стратегічними цілями підприємств стають підвищення продуктивності праці, темпів зростання виробництва, прискорення інновацій, здійснення культурних перетворень.

Безумовною передумовою успішного менеджменту сучасного підприємства в умовах конкуренції, що підсилюється, є стратегічне управління персоналом. Управління персоналом характеризується орієнтованістю на цілі організації, врахуванням потреб робітників, відповідністю стану

зовнішнього середовища, сумісністю з організаційною культурою, внутрішньою цілісністю, наявністю вмотивованих робітників.

Основними складовими моделі стратегічного управління персоналом підприємства є внесок, структура зайнятості, компетенція працівників і прийом на роботу. В умовах стратегічного управління персоналом перетерплює змін відбір персоналу, оцінка кваліфікації, винагорода, розвиток персоналу. Необхідною умовою є відповідність системи управління персоналом організаційній культурі.

Управління персоналом повинно здійснюватися на основі нових управлінських технологій, розробки програм управління компетенцією персоналу у відповідності зі стратегією підприємства та відповідно до створених нових організаційних форм підприємств, заснованих на працівниках нового типу.

Компонентом механізму зацікавленості в досягненні максимальних економічних і соціальних результатів діяльності є мотиваційний механізм. Елементи мотиваційного механізму є засобом досягнення цілей, тому структура мотиваційного механізму стратегічного управління, відповідає структурі цілей підприємства. Формування мотиваційного механізму здійснюється згідно вимог відповідності визначеним цілям, ефективного використання ресурсів, раціональної цілісності і відоскобленості елементів, стійкості і динамічності. Досягнення цілей підприємства може забезпечити мотиваційний механізм, що складається з мотивів мотиваційних механізмів високоякісної продуктивної праці, науково-технічного розвитку виробництва, підприємництва, господарювання.

Стратегії управління персоналом повинні визначатися з врахуванням майбутніх змін та врахуванням можливих змін тенденцій розвитку, сприяти тим змінам, що забезпечать стійкий розвиток підприємства, визначати систему заходів з відбору, оцінки, винагороди й розвитку персоналу.

УДК 364.013

РАЗВИТИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ УСЛУГ СЛУЖБ ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Сухорукова Т.Г., к.е.н., доцент (УкрГАЗТ)

Вопросы трудоустройства всегда являются актуальными. Независимо от экономической ситуации граждане занимаются поиском работы, соответствующей их потребностям, а работодатели проявляют активность в наборе работников более высокой квалификации, обладающих большим опытом и имеющих соответствующий морально-психологический настрой. Современные

технологии позволяют развивать все стороны деятельности человека, в том числе и решение такой важной проблемы, как трудоустройство.

Чтобы достичь максимально возможных результатов, службы занятости должны постоянно совершенствовать свою работу, направленную в первую очередь на предоставление социальных услуг для основных клиентов – ищущих работу и работодателей. Уже сегодня в этом направлении есть определенные положительные результаты. В частности, чтобы удовлетворить потребности предприятий и оперативно заполнять вакантные места, служба занятости внедрила новые современные методы информирования населения: мобильный сервис "Поиск работы" (номер 730); информационно-справочную интерактивную многоканальную телефонную систему (8-800-50-50-600); информационную бегущую строку в общественных местах, в том числе в транспорте; систему автодозвона. Система автодозвона по результатам автоматизированного подбора работы посылает на стационарные телефонные номера безработных информацию о наличии вакансий.

Необходимо более широко использовать современные Интернет-средства, Интернет-порталы службы занятости – www.dcz.gov.ua и www.trud.gov.ua обеспечивают свободный доступ ищущих работу и работодателей к достоверной и максимальной в Украине базе данных (вакансий). Эта база ежедневно обновляется и составляет сегодня свыше 250 тыс. предложений и резюме специалистов по всем отраслям экономики.

Сегодня более трех миллионов граждан пользуются интерактивными услугами служб занятости. В целом за 2008 г. государственная служба занятости средствами информационных ресурсов предоставила 16,8 млн. информационно-консультационных и интерактивных услуг, в частности по поиску работы и работников – более 6,8 млн. услуг. Современные информационные технологии государственной службы занятости уже успели стать необходимыми многим украинцам. Необходимо, чтобы Интернет-порталы службы занятости предлагали пользователям более удобный сервис. Развитие интерактивных служб занятости позволит более мобильно решать вопросы трудоустройства, что в период кризисного этапа развития отечественной экономики достаточно важно.

УДК 657.6:339.138

МЕТОДИ АУДИТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Файзулаєва К.А., аспірант (ХНЕУ)

Вітчизняними та зарубіжними дослідниками

широко розглянуті питання, які стосуються визначення методу аудиту. Метод аудиторської діяльності сформувався в системі прикладних економічних наук, крім того, він характеризується використанням загальнонаукових методів дослідження, що ґрунтуються на філософських принципах.

За визначенням Давидова Г. метод аудиту - це «...прийоми, способи, правила, які дають можливість сформулювати позитивне судження аудитора, яке містить у собі його позитивне уявлення про стан і правильність дій об'єктів, що перебувають у сфері аудиторської оцінки; дослідити об'єкти аудиту...». Метод – це прийом дослідження, який визначає підхід до об'єктів, що досліджуються, тобто шлях наукового пізнання і встановлення істини.

Вчені зазначають, що методами маркетингового аудиту є управлінське консультування та методи збору інформації, опитування експертів, групові дискусії, творчі методи. Таким чином, у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі майже не розкрито питання методів маркетингового аудиту, тому воно вимагає більш детального опрацювання.

В процесі маркетингового аудиту використовуються загальнонаукові та спеціальні методи. Загальнонауковими методами є: аналіз і синтез, індукція і дедукція, аналогія і моделювання, абстрагування і конкретизація, системний аналіз, функціонально-вартісний аналіз тощо.

Існують також власні методичні прийоми аудиту, які можна об'єднати в групи: органолептичні, розрахунково-аналітичні, документальні, узагальнення і реалізації результатів аудиту. Більшість з цих методів може бути використана не тільки у процесі класичного аудиту, а і при проведенні маркетингового аудиту.

Органолептичні методи – це інвентаризація, контрольні заміри, вибіркові й суцільні спостереження, технологічний та хіміко-технологічний контроль, експертизи, службові розслідування, експеримент.

Під час аудиту маркетингу також використовують розрахунково-аналітичні методи (статистичні розрахунки, економіко-математичні методи, економічний аналіз тощо). Аналіз маркетингової діяльності пропонується деякими вченими як спосіб контролю маркетингу.

В аудиті маркетингової діяльності також використовують документальні способи перевірки – дослідження документів, суцільне і вибіркоче спостереження, групування недоліків, формальну й арифметичну перевірку документів, логічну перевірку. При цьому джерелами інформації є: первинні документи, у тому числі технічні носії інформації, реєстри синтетичного й аналітичного бухгалтерського фінансового обліку; фінансова, податкова, статистична й оперативна звітність тощо.