

В рамках запропонованої моделі контролювання діяльності та розвитку енергопостачального підприємства, в залежності від цілей контролювання у певний час процес ревізія перетікає у аудит, який без її результатів не може обґрунтувати пропозиції щодо коригування і попередження небажаних явищ. Аналіз узгодженості потреб зовнішнього і можливостей внутрішнього середовища ЕПП поєднує ретроспективний та перспективний аналіз його економічної діяльності та розвитку, тому має спиратися на узгоджений контроль системи показників-індикаторів і діяльності і розвитку. Що визначає напрям подальшого дослідження.¹

к.т.н., доц., Балан О.С., Полякова В.А.

Розвиток виробничих підприємств. Інвестиційний аспект

Сьогодні виробничі підприємства знаходяться перед гострою необхідністю прийняття стратегічних рішень щодо свого подальшого розвитку. Такі вчені як Гриньова, Щукін, Коюда, Лепейко в своїх роботах [1-4] вказують про наявність і пропонують рішення таких завдань розвитку як підбір персоналу на підприємстві, розробка планів розвитку, оновлення виробничих засобів, застосування інвестицій, тощо. Проте, якщо розглянемо структуру залежності кінцевого результату від результатів означених завдань – маємо наочно пересвідчитись (рис.1), що прийняття управлінських рішень супроводжує процес розвитку підприємства з першого до останнього дня.

Тому, підготовка і ухвалення рішень в процесі управління, що представляє собою набір процедур по етапах життєвого циклу підприємства є тим важливим елементом системи управління, від якого залежить результат від сполучення результатів всіх проміжних завдань.

При всій різноманітності таких процедур етапи вироблення і ухвалення рішень досить типові. Завдяки цьому можливо побудувати загальну схему прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що спирається на принципи системного підходу і методи системного аналізу.

Згідно [1] загальна схема прийняття управлінських рішень наступна:

- виявлення, аналіз, діагностика проблеми;
- формування цілей і завдань вирішення проблеми з врахуванням обмежень;
- аналіз способів вирішення проблеми і адекватних їм управлінських рішень;
- моделювання варіантів сценаріїв, оцінка результатів і наслідків реалізації різних варіантів;
- вибір переважного варіанту, обґрунтування вибору;
- ухвалення управлінського рішення;
- доведення прийнятого рішення до виконання;
- управління реалізацією рішення.

Розробка і ухвалення управлінського рішення зазвичай ініціюється виникненням проблеми, що відноситься прямо або побічно до об'єкту управління [1]. Проте такий підхід передбачає наявність вже існуючої проблемної ситуації і не дозволяє її передбачити. Втім, вважаємо за доцільне планувати процес прийняття рішень в залежності від фази життєвого циклу підприємства та інвестиційного проекту, що дозволить приймати рішення до виникнення проблемної ситуації.

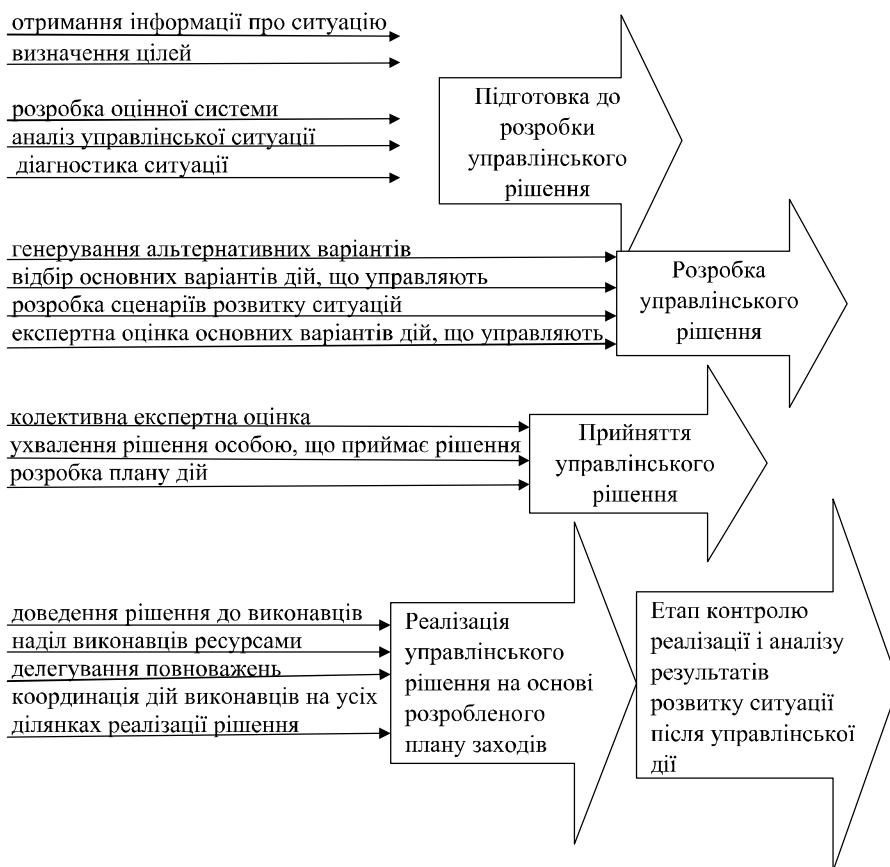


Рис. 1 – Залежність кінцевого результату від проміжних результатів

Інвестування є одним з найбільш важливих аспектів діяльності будь-якої комерційної організації, що динамічно розвивається, керівництво якої віддає пріоритет рентабельності з позиції довгострокової, а не короткострокової перспективи.

Інвестиції сприяють рішенню організаціями ряду серйозних завдань, серед яких можна виділити наступні:

- розширення існуючої підприємницької діяльності;
- придбання нових виробництв;
- диверсифікація бізнесу за рахунок освоєння нових областей і напрямів.

У основі процесу ухвалення управлінських рішень інвестиційного характеру лежать оцінка і порівняння об'єму передбачуваних інвестицій і майбутніх грошових надходжень, тобто вимагається деяким чином порівняти величину інвестицій з прогнозованими доходами. Оскільки порівнювані показники відносяться до різних моментів часу, ключовий тут являється проблема їх порівнянності. У кожному випадку ця проблема вирішується індивідуально, причому повинен враховуватися ряд основних чинників, серед яких : темп інфляції; різноманітні риски, якими супроводжується інвестиційний проект; величина періоду, на який складається прогноз, і т. д [2].

Розробка інвестиційного проекту включає ряд етапів, кожен з яких в тому або іншому ступені обов'язковий для вироблення обґрунтованого рішення:

- етап збору інформації і прогнозування об'ємів реалізації;
- етап прогнозування обсягів виробництва і прибутку;
- етап оцінки видів і рівнів ризиків.

Ухвалення рішень інвестиційного характеру ускладнюється рядом чинників :

- вид інвестиції;
- вартість інвестиційного проекту;
- множинність доступних інвестиційних проектів;
- обмеженість фінансових ресурсів, доступних для інвестування;
- ризик, пов'язаний з ухваленням того або іншого рішення, та ін. [3].

Отримання інвестицій грає важливу роль у житті підприємства. Розробка інвестиційного проекту включає в себе ряд етапів, кожен з яких дуже важливу роль. При прийнятті управлінського рішення інвестиційного характеру потрібно враховувати ряд чинників, які ускладнюють прийняття рішення.

Підприємства приймають рішення щодо управління інвестиціями на протязі всього життєвого циклу підприємства. Є необхідність більш детально дослідити сутність цих рішень.

Література:

- 1.Степанова Е.Е., Хмелевская Н.У. "Інформаційне забезпечення управлінської діяльності: Навчальний посібник". – М.: Инфра - М, 2002.138с.
- 2.Щукін Б. М. Інвестиційна діяльність. — К.: МАУП, 1998.
- 3.Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проектів. — К.: МАУП, 2002.
- 4.Інвестування – В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда, 2005

Белякова А. Б., Скрипник Н. А.

Значение маркетинга персонала в организации

В последнее время всё большую популярность в Украине приобретает такой подход как маркетинг персонала в системе управления человеческими ресурсами в организации. Это обусловлено многочисленными изменениями как на микро- и макроуровнях, так и во внутренней и внешней среде организаций. Однако на данный момент существует нехватка специалистов, которые умеют грамотно применять такой подход как маркетинг персонала в организации. На данном этапе кризисного положения экономики нашей страны и мира в целом необходимо уделять особое внимание данному вопросу.

Исследованием маркетинговых аспектов управления персоналом в организациях занимались зарубежные учёные: Р. Вундерер, Т. Штрутц, Г. Шнейдер, Д. Эскадштейн, Ф. Шнеллингер, Р. Бюннер, Э.Э. Саруханов, С.И. Сотникова, А.В. Железцов, А.Я. Кибанов, Т.И. Савенкова, Л.А. Лисечко. Также изучению вопросов маркетинга персонала посвятили свои работы такие отечественные учёные, как Ж.И. Торяник, Л.В. Балабанова, Е.К. Воробьёва, В.А. Савченко, Л.Н. Харламова, А.В. Безбородова. В работах этих ученых были освещены такие вопросы проблемы маркетинга персонала: алгоритм процесса маркетинга персонала; основы построения системы маркетинга персонала в организации; влияние внешних и внутренних факторов на развитие маркетинга персонала; анализ возможностей маркетинга персонала на основе инвестиций и нововведений; методика по развитию внутреннего персонала предприятия; внутренний маркетинг персонала [1].

В современных условиях успешность предприятий определяется наличием качественного персонала. Исходя из этого, можно выделить несколько основных требований, предъявляемых к персоналу: высокий уровень профессиональной компетентности, творческое мышление, способность к нововведениям, профессиональная мобильность, желание постоянного развития, деловитость, настойчивость, организованность, здоровый образ жизни, знание иностранных языков, уровень культуры. Но работники также имеют ряд требований к рабочему месту: высокая оплата, надлежащие условия труда, удобный режим работы, перспективность карьеры, социальные гарантии [2].

Маркетинг персонала означает, что организация в каждом сотруднике видит клиента, которого нужно мотивировать и побуждать к дальнейшему развитию [3].

Итак, основной задачей специалистов по маркетингу персонала в организации является поиск персонала и организация его качественного труда в соответствии с тем, что труд, условия труда, рабочие места и непосредственно персонал выступают как продукты рынка, то есть маркетинга [4].

Специалистам по маркетингу персонала в организации следует ориентироваться на: