

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/index.php?cmd=view_article&article_id=444&issue_id=30

2. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колода. - К.: КНЕУ, 2015. - 519 с.

Максименко Д.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет
м.Мукачєво

УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНОЮ КОМПЕТЕНЦІЄЮ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

Ефективно управляти сучасним виробництвом може тільки той, хто постійно турбується про підвищення своєї кваліфікації. Впровадження в практику управління наукових досягнень, зокрема, засобів автоматизації і комп'ютеризації управлінської праці, підвищує якісну сторону управлінських процесів, одночасно змінює форми і методи управління, пред'являє нові вимоги до підготовки управлінців.

Наукою встановлено, що по-перше, після закінчення вузу щорічно втрачається в середньому 20% знань; по-друге, керівники, спеціалісти завантажені поточною роботою не в змозі відслідковувати нові досягнення в сфері своєї діяльності [1].

Високий ступінь впливу діяльності керівників на кінцеві результати роботи господарств зумовлює підвищену увагу до їх кваліфікації. Вплив непередбачуваних явищ на господарську діяльність вимагає від керівників не лише належного рівня кваліфікації, а й тривалого практичного досвіду, розвинутої інтуїції.

Однією з форм підвищення кваліфікації управлінського персоналу, що забезпечує безперервність цього процесу протягом трудової діяльності працівника є систематичне навчання керівників та фахівців (самоосвіта). Самоосвіта полягає у самостійному вивченні спеціальної літератури, ознайомленні з передовим досвідом роботи підприємств галузі за допомогою організованої консультаційної роботи.

Сьогодні професійна компетенція є важливим показником рівня конкурентоспроможності й фактором, що визначає потенціал і ринкову вартість будь-якого підприємства. У цих умовах завдання активізації людського фактору й ріст ефективності управління людськими ресурсами набуває першочергового значення.

Ефективність роботи управлінського персоналу доцільно розглядати як частину загальної ефективності управління людськими ресурсами, що може

проводитися за критеріями, які носять якісний і кількісний характер. Для адекватної й всебічної оцінки відповідності результативності роботи управлінського персоналу з рівнем вимог до посади необхідно застосовувати практику виміру компетенції персоналу.

Система управління людськими ресурсами як процес включає в себе: планування персоналу і його акумулювання; оцінку професійно важливих якостей персоналу (ротація, набір, вибуття, ріст, перепідготовка, підвищення кваліфікації персоналу); мотивацію персоналу.

Професійна діяльність управлінського персоналу розглядається як спосіб соціально-економічного і духовного взаємозв'язку індивіду і трудового колективу. Це пов'язане з тим, що однією з головних ознак професійної діяльності є її соціально-економічний характер, який обумовлений з однієї сторони розвитком економічних відносин, а з другої - розвитком особистості.

Завдання підвищення ефективного використання людського ресурсу перебуває у прямій залежності від впливу на нього управлінського персоналу й від рівня його професійної компетенції [2].

Система управління людськими ресурсами спрямована на забезпечення ефективної реалізації етапів підвищення професійної компетенції управлінського персоналу, тим самим визначаючи збільшення темпів економічного розвитку господарської діяльності. Слід відмітити, що позитивна результативність всіх рівнів залежить головним чином від використання ефективних методів і форм професійної компетенції управлінського персоналу.

Забезпечити розумне використання людського потенціалу на підприємствах можна шляхом оптимізації системи управління професійною компетенцією управлінського персоналу, що забезпечить відповідність компетенції співробітників у поточних і перспективних завданнях організації й буде сприяти досягненню ефективних показників роботи підприємств.

Задача підвищення професійної компетенції управлінського персоналу на підприємствах обумовлена необхідністю пошуку економічного механізму, здатного підвищити стимули й гарантії ефективного використання людського потенціалу, який забезпечить необхідний кінцевий результат розвитку людських ресурсів і внесе вагомий вклад у розвиток добробуту і якості життя населення України.

Керівники підприємств повинні розглядати зростання професійної компетенції в процесі підвищення кваліфікації працівників як критерій і показник оцінки під час атестації персоналу. Рівень підготовки працівників необхідно враховувати під час заміщення за конкурсом вакантних посад керівників і фахівців, формування резерву керівних кадрів.

Література:

1. Вавжиняк Б. Управління знаннями – виклик майбутнього[Електронний ресурс]/Інтернет-портал для управлінців. - Режим доступу: <<http://www.managment.com.ua/hrm/hrm016.html>>.

2. Матушанський Г.У. Ключевые компетенции, их формирование и развитие в процессе непрерывной подготовки специалиста/ Матушанський Г.У. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.regionforum.ru/section/capital/reports>>.

Стеблюк Н.Ф.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування,
Копейкіна Є.В.,
студентка
Дніпровський державний технічний університет
м. Кам'янське

СКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вища освіта – одна із сфер, куди проникають ідеї маркетингу. Цей процес є закономірним в умовах становлення глобально-інформаційного технологічного устрою і "нової економіки", оскільки виконуючи насамперед соціальну функцію, вища освіта перетворюється із затратної сфери в найважливіший чинник розвитку економіки, забезпечуючи відтворення вирішального капіталу суспільства — людського [1].

Однак, якщо виробничі об'єднання, банки, торгівельні фірми відкривають відділи маркетингу, ВНЗ поки ще не повністю усвідомили необхідність маркетингової діяльності, адже асоціюють поняття "маркетинг" зі звичною для всіх рекламою, збутом. Звісно, перелічені елементи мають місце бути, але в даній ситуації слід розглядати трактування маркетингу в додатку до сфери освітніх послуг. Оскільки ВНЗ є некомерційними організаціями, їх метою є не отримання прибутку, а досягнення соціального ефекту, задоволення потреб і прагнень суспільства, держави в цілому. Спираючись на цю думку, маркетинг освітніх послуг слід визначати, як засіб, за допомогою якого ВНЗ активно інформують і просують свої цілі, цінності і продукти абітурієнтам, їх батькам, персоналу і суспільству [2].

Нині ВНЗ змушені активніше змагатися за увагу абітурієнтів, які є потенційними споживачами освітніх послуг, адже конкуренція між навчальними установами загострюється. В таких випадках доречним буде використання нетрадиційних методів та підходів привернення уваги цільової аудиторії, серед яких маркетинг – ринковий інструмент, що виступає впливовим і допоміжним чинником у роботі вищих навчальних закладів, що допоможе перевести їх на якісно новий рівень. Маркетинг освітніх і наукових послуг допомагає кожному ВНЗ посісти своє місце на ринку освітніх послуг, здійснювати підготовку кадрів відповідно до потреб ринку праці [3].