

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ

Быков А.С.

*Быков Алексей Сергеевич - студент магистратуры,
кафедра экономики фирмы,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород*

Аннотация: в данной статье рассмотрено понятие конкурентных преимуществ организации. Описаны основные инструменты для анализа деятельности персонала организации. Произведен анализ ИТ-сектора организаций России. Сделан вывод о целесообразности использования анализа деятельности персонала в качестве конкурентного преимущества организации.

Ключевые слова: анализ персонала, конкурентное преимущество, «облачные сервисы», конкуренция.

УДК 333.1

Ни для кого не секрет, что конкуренция практически в любой сфере деятельности возрастает с каждым годом. Именно в ходе конкуренции становится ясно, насколько инновации компании, выработка общей корпоративной культуры или реализация выбранной стратегии способствуют ее эффективности. Высокий уровень развития информационных технологий позволяет новой организации в кратчайшие сроки выйти на широкий рынок потребителей и занять там определенную позицию. Для таких компаний, а также для тех, кто уже долгое время присутствует на рынке, важную роль играют конкурентные преимущества.

Конкурентное преимущество - это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами [1, с. 456]. Конкурентное преимущество компании лежит в основе ее успешной деятельности на рынке.

Как правило, предприятия ставят свой продукт во главу конкурентных преимуществ. Это вполне логично, ведь покупатель в первую очередь видит товар организации, обращает внимание на его качественную сторону и сравнивает предложение продукта с тем, что он хотел бы получить. Следующей частью конкурентных преимуществ может служить сервис, который оказывается потребителю. Время обработки заказа, возможность решить различные проблемы, общий уровень обслуживания, - все это влияет на поведение покупателя и его предпочтения в вопросе выбора продавца.

Анализ деятельности персонала может оказать значительное влияние на конкурентоспособность организации в целом, а также быть её вполне определенным конкурентным преимуществом.

Традиционно, анализ персонала проводится по 5 пунктам:

1. Анализ обеспеченности предприятия работниками;
2. Анализ движения персонала;
3. Анализ использования рабочего времени;
4. Анализ производительности труда и трудоемкости продукции;
5. Анализ оплаты труда [2].

Для расчета обеспеченности организации сотрудниками необходимо сравнить фактическое количество персонала с плановой потребностью. Особое внимание стоит уделять обеспеченности именно квалифицированным персоналом с необходимым уровнем знаний и достаточным опытом работы. Конкретный отдел организации не должен быть сформирован только из стажеров, людей без необходимого опыта работы. Необходимо также отслеживать движение персонала. Переход специалиста из одного отдела в другой или его уход из организации в большинстве случаев негативно скажется на работе всего подразделения. Важным фактором анализа является оценка эффективности использования рабочего времени сотрудником. Речь идет не только о времени его прихода на работу и ухода с неё, а также об эффективности работы в течение дня.

В настоящее время такой контроль не является проблемой в связи с широким распространением различных инструментов учета, например, «облачных» crm-систем. Руководитель может в режиме реального времени отслеживать текущие задачи каждого из сотрудников и следить за качеством их выполнения, вплоть до прослушивания звонков менеджеров. Использование crm-систем на предприятии, занимающимся торговлей, в настоящее время скорее необходимость, чем просто желание идти в ногу со временем. Расширяются каналы продаж, большая их часть уходит в онлайн-сектор и анализировать экономическую деятельность предприятия вручную становится всё труднее. Выходом из ситуации может стать использование saas-сервисов, предоставляющих организациям веб-приложения для контроля и анализа деятельности фирмы [3].

По данным компании «SAP СНГ» и «Forrester Russia», отечественный рынок «облачных сервисов» будет расти быстрее, чем рынок ИТ в целом и к 2020 году его объем составит 48 млрд. рублей. Таким образом, при среднегодовом темпе роста в 21% рынок вырастет в 3 раза по сравнению с 2015 годом.

По данным исследования, крупный бизнес максимально готов к использованию «облачных услуг»: в этом сегменте свыше 90% опрошенных слышали и знают про «облачные услуги», в малом бизнесе – свыше 70%. При этом в крупном бизнесе 54,5% опрошенных пользуется одновременно «облачными услугами» из 2-х и более категорий, в среднем бизнесе – 50%, в малом – 43% [4]. Прогноз объема рынка «облачных услуг» в России показан на графике 1.

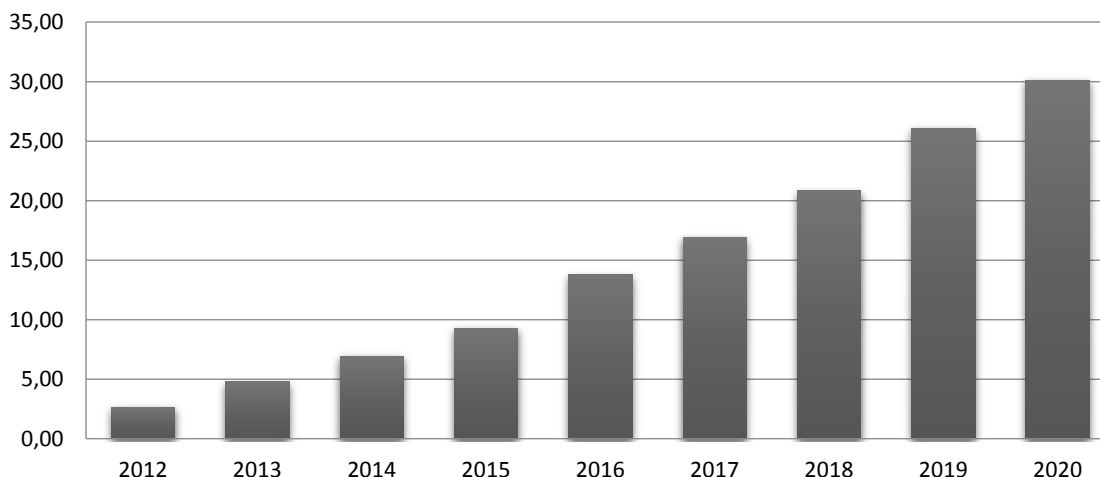


Рис. 1. Прогноз объема рынка «облачных услуг» в России (млрд руб.)

Из анализа также следует, что основными барьерами для внедрения облачных услуг в настоящее время являются следующие:

1. Организации не готовы передавать контроль над данными и ПО третьим лицам;
2. Трудности в обосновании преимуществ «облачных услуг»;
3. Необходимость повышения квалификации персонала;
4. Неприятие «облачных услуг» ИТ-персоналом.

И только 9% опрошенных организаций заявляют, что у них нет барьеров для внедрения такого рода сервисов. Это говорит о том, что если организация сможет решить проблемы перехода на современные системы онлайн учета и аналитики, то она, таким образом, сможет получить серьезное конкурентное преимущество по отношению к остальным организациям.

Возвращаясь к основной теме статьи, стоит отметить, что любое усовершенствование в сфере анализа данных может обеспечить организации преимущество над её конкурентами. Например, если организация занимается продажей товаров и делает это непосредственно через своих менеджеров, ей стоит анализировать продажи конкретного менеджера по конкретным товарам. Пусть менеджер продает то, что у него получается продавать лучше всего. Более того, развитие технологий позволяет анализировать такого рода информацию «на лету» и автоматически принимать решения о переводе менеджера на тот или иной вид продукции. Стоит принимать во внимание следующие факторы:

1. Скорость обработки заказа;
2. Процент подтвержденных заказов (покупатель подтвердил готовность к покупке);
3. Уровень осведомленности о том или ином продукте;
4. Средний чек по товару.

Выстроенная таким образом система анализа деятельности сотрудников может являться мощным конкурентным преимуществом организации. Это позволит максимально точно распределить персонал на выполнение задач, которые лучше выполняют именно они. А выстроив систему с постоянным отслеживанием изменений, организация сможет мгновенно реагировать на возникающие проблемы и четким образом решать их. Стоит учитывать и тот факт, что в настоящий момент только небольшая часть организаций использует современные методы анализа производительности труда, и если у вашей организации нет весомых барьеров для использования «облачных» crm-систем, то в целом это будет сильным конкурентным преимуществом над другими компаниями.

Список литературы

1. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность: Россия и мир. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005.
2. Центр управления финансами. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Kadroviku/analiz-personala.php> (дата обращения: 12.05.2017).
3. TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/SaaS/> (дата обращения: 13.05.2017).
4. TAdviser - портал выбора технологий и поставщиков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:SaaS_\(рынок_России\)/](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:SaaS_(рынок_России)/) (дата обращения: 13.05.2017).