

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА ЇЇ УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Шкалаберда В.М., здобувач вищої освіти, vladshkalaberda@ukr.net

*Науковий керівник: Холодницька А.В., к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

В умовах стрімкого розвитку науково-технічного прогресу організації для того, щоб зберігати першість на ринку, повинні постійно впроваджувати у свою діяльність інновації та нововведення, які дозволяють підвищити якість продукції чи послуг за мінімальних затрат ресурсів. Найціннішим ресурсом будь-якої організації є її працівники, які й генерують та впроваджують інноваційні зміни, здатні забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Для того, щоб спрямувати працівників до інноваційної активності, потрібна досконала система управління розвитком персоналу.

Проблеми розвитку персоналу та удосконалення професійних якостей працівників набувають все більшої актуальності, адже саме ці чинники сприяють зростанню продуктивності праці, а вона в свою чергу створює передумови для прибутковості підприємства.

Багато сучасних науковців приділяють увагу питанням розвитку персоналу організації та управлінню ним. Дослідженням питань управління розвитком персоналу займалися Каличева Н. Є., Стецюк М. І. [1], Коpecь Г. Р., Рачинська Г. В., Дзюбіна К. О. [2], Кузьменко А. А., Мирошніченко Г.Б. [3], Морозов О.Ф., Гончар В.О. [4], Холодницька А.В. [5] та інші.

В процесі управління організацією велика увага має приділятися персоналу. Керівник має підібрати персонал таким чином аби потенціал кожного з працівників використовувався на повну, а сам працівник мав бажання розвиватися та удосконалюватися. Для досягнення такого результату має бути розроблена ефективна система мотивації та організований сприятливий соціально-психологічний клімат [1].

Персонал - це найважливіший ресурс організації, адже саме працівники сприяють ефективному використанню матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів, а тому потрібно постійно піклуватися про його розвиток удосконалення. Для цього необхідно:

– сформувати та постійно оновлювати інформаційну базу щодо внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування

організації;

- вивчати динаміку і тенденції фінансового стану підприємства та обирати траєкторію його подальшого розвитку, з урахуванням факторів ринкового середовища та можливих ризиків;
- проводити порівняння організації з конкурентами та кращими підприємствами у певній галузі;
- застосовувати технології бенчмаркінгу задля переймання найкращих методів набору та розвитку персоналу;
- фокусувати увагу на талановитих працівниках, надавати їм допомогу, сприяти переданню та впровадженню їх досвіду у трудовому колективі;
- залучати успішних менеджерів для організації та спрямування діяльності талантів, створення сприятливих умов для досягнення цілей підприємства;
- впроваджувати заходи щодо розвитку персоналу або окремих категорій працівників з урахуванням потреб організації та її фінансових можливостей [2, с. 174; 3].

Удосконалити систему розвитку персоналу можна шляхом професійного навчання, перепідготовки кадрів, технологій безперервного навчання працівників, тренінгів, шкіл професійної майстерності, які дозволяють не лише підвищити кваліфікацію персоналу, а й постійно його розвивати, збагачуючи необхідними навичками та компетенціями. Підвищити кваліфікацію працівників можна також шляхом постановки перед ними нових нетипових виробничих завдань, що можна забезпечити через майстер-класи, проблемні семінари, фокус-групи, конференції тощо [5].

Для того, щоб система управління розвитком персоналу була досконалою, необхідно аби самі працівники мали бажання розвиватися та удосконалюватися. Тому необхідно розробити ефективну та зрозумілу систему матеріального та нематеріального стимулювання, розвивати систему управління кар'єрою та налагодити комунікативні зв'язки та сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі [4].

Отже, підбиваючи підсумки, можна з впевненістю сказати, що управління розвитком персоналу сприяє не тільки підвищенню його продуктивності праці, а й дозволяє організації займати ключові конкурентні позиції на ринку, нарощувати прибутковість та інвестиційну привабливість, популяризувати власний бренд, своєчасно реагувати на зміни та протистояти ризикам.

Література.

1. Каличева Н. Є., Стецюк М. І. Удосконалення системи управління персоналом в умовах розвитку підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Вип. 49. 2015. С. 195-198.
2. Коpecь Г. Р., Рачинська Г. В., Дзюбіна К. О. Удосконалення системи управління персоналом в умовах розвитку вітчизняних підприємств на засадах маркетингу та логістики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. №811. С. 168-175.
3. Кузьменко, А. О., Мирошниченко, Г. Б. Удосконалення системи управління розвитком персоналу організації. *Економіка і суспільство*. 2019 URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/132.pdf
4. Морозов О. Ф., Гончар В. О. Система управління розвитком персоналу підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5372>.
5. Сікал В. О., Холодницька, А. В. Управління продуктивністю праці в умовах нестабільної економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 2016. №3(7). С. 66-71.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ЙОГО УСПІХУ НА КОНКУРЕНТНОМУ РИНКУ

*Шило А.В., здобувач вищої освіти,
shnastyaaa@gmail.com*

*Науковий керівник: Холодницька А.В., к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

У сучасному світі імідж займає головну роль у всіх сенсах. Перше, на що ми звертаємо увагу – це зовнішній вигляд і зовсім неважливо буде це людина, підприємство, компанія чи товар.

Поняття іміджу – це як образ, який є унікальним та неповторним, який має свій ступінь та рівень порівняно з іншими [1, С.164]. Імідж виступає основним інструментом успіху підприємства. А для чого ж потрібно формувати імідж? Які у нього завдання?

Можна навести безліч прикладів щодо завдань іміджу, але основними з них є:

- підвищення рейтингу підприємства поміж конкурентами, зростання конкурентоспроможності на ринку;
- вихід підприємства на новий рівень;
- полегшення процесу виведення нового товару на ринок;
- підвищення результативності реклами як одного з ключових методів просування товарів.