

Бреус С.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

Кириленко І.В.

магістрант

*Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Управління персоналом передбачає виконання певних функцій таких як: визначення цілей і основних напрямів роботи з кадрами; удосконалення системи кадрової роботи на підприємстві; визначення заходів, форм і методів здійснення поставлених цілей; організація роботи з виконання прийнятих рішень стосовно управління персоналом; координація і контроль виконання намічених заходів.

Завданням управління персоналом є удосконалення кадрової політики; використання і розвиток персоналу; вибір і реалізація стилю управління людьми; організація горизонтальної координації і кооперації; покращення організації робочих місць і умов праці; визнання особистих досягнень у праці; вибір системи оплати і стимулювання [1].

У сучасних умовах господарювання спостерігаються такі негативні ознаки щодо використання персоналу вітчизняними організаціями:

- наявність політичних, економічних, екологічних негараздів, що позначається на здоров'ї та працездатності персоналу;
- значний рівень безробіття, до того ж офіційні дані щодо нього завжди значно занижені;
- міграційні та демографічні процеси, що впливають на підбір, відбір та використання працівників на підприємствах;
- недостатня гнучкість діяльності підприємства у ринкових умовах, що знижує економічні результати його діяльності і можливість матеріальної мотивації працівників;
- непрофесійне управління персоналом на окремих підприємствах (занижені вимоги, необ'єктивне оцінювання, неефективні мотиваційні важелі, нездатність поставити конкретні досяжні цілі перед працівниками);
- підвищення конкуренції на ринку праці, що знижує ціну та заробітну плату працівників у результаті взаємодії попиту і пропозиції на товар «робоча сила»;
- недостатнє врахування психологічних особливостей діяльності та співпраці окремих працівників, які відносяться до різних психологічних типів з погляду психології як науки;
- недостатнє врахування особливостей організаційної поведінки окремих категорій працівників, наприклад, талановитих творчих працівників, які є креативним інноваційним двигуном організацій [2].

Максимально ефективне управління персоналом базується на таких принципах:

1. Людина – основа корпоративної культури. Успішні підприємства приділяють велику увагу персоналу; коли людей ставлять на вершину змін, вони стають рушійною силою цих змін.

2. Менеджмент для всіх. Управління має здійснюватися на трьох рівнях: вище керівництво, середнє керівництво («команда») і нижня ланка («співробітники»).

3. Ефективність як критерій успіху підприємства, що полягає в досягненні мети з мінімальним використанням ресурсів і максимальним отриманням прибутку.

4. Взаємини як критерій успіху підприємства.

5. Якість як критерій ефективності. Необхідно працювати з п'ятьма взаємозалежними підсистемами якості: особиста якість; якість команди; якість продукції; якість сервісу і якість організації.

6. Команда як критерій успіху підприємства. Усі команди й окремі співробітники, які входять до єдиної команди, роблять внесок як в успіх, так і в провали організації.

7. Навчання – ключ до розвитку та змін і невід'ємна частина життєво важливого процесу просування підприємства [1].

До основних напрямів підвищення ефективності системи управління персоналом підприємства в сучасних умовах відносять такі:

1. Удосконалення структури управління, децентралізація більшості функцій, визначення повноважень керівництва з урахуванням кваліфікацій та особистих якостей.

2. Автоматизація та організація робочих місць. Створення умов для високоєфективної праці вимагає відповідної організації та обладнання робочих місць працівників, їх планування, забезпечення оптимальних умов праці.

3. Вироблення стратегії розвитку підприємства на основі аналізу її сильних і слабких сторін, розробка філософії і політики, що охоплює деякі зі сфер функціонування підприємства.

4. Розробка інформаційної системи підприємства, що забезпечує ефективний комунікаційний зв'язок між співробітниками і підрозділами.

5. Розробка системи прийняття рішень, правил і процедур управління, системи стимулювання.

6. Розробка системи підбору, навчання, оцінки і переміщення керівних кадрів, планування кар'єри керівників, застосування стилю керівництва, адекватного внутрішнім і зовнішнім чинникам, що впливають на підприємство.

7. Перехід від системи планування за принципом «зверху вниз» до «зустрічного» чи змішаного планування, за якого цільові завдання спускаються «зверху вниз», а способи їхнього вирішення формуються за принципом «знизу нагору» [1].

8. Поновлення практики проведення семінарів молодих спеціалістів з метою ефективної їх адаптації.

9. Матеріальне стимулювання персоналу та здійснення моніторингу заробітної плати й інших заохочувальних чинників, що дозволить оцінювати сучасний стан проблеми, виявляти причини її виникнення, обґрунтовувати в статистичній та динамічній шляхи адаптації системи матеріального стимулювання.

Мотиваційна політика персоналу повинна будуватися відповідно до принципів підтримування й заохочення такої поведінки персоналу, яка найповніше розкриває зміст корпоративної культури. Це пояснюється тим, що корпоративна культура може визначатися через систему нагород та привілеїв, які здебільшого прив'язані до певних стандартів поведінки. Аналогічно сприймається і система статусних позицій на підприємстві, коли розподіл привілеїв віддзеркалює саме ті поведінкові ролі, які найбільше цінуються.

10. Надання соціального захисту та гарантій. Соціально-економічні заходи зі соціального захисту, крім матеріального забезпечення та обслуговування, передбачають компенсаційні виплати, відшкодування, поновлення прав та інші соціальні гарантії, які можуть визначатися нормами не тільки права соціального забезпечення, а й інших галузей права – трудового, цивільного, адміністративного, фінансового та ін.

11. Робота зі створення корпоративної соціальної культури (КСК) на підприємстві, вироблення спільних цінностей, визнаних і схвалюваних співробітниками.

До головних завдань, які вирішують при виборі тактики розвитку корпоративної соціальної культури, належать:

- конкретизація цілей, закладених в стратегії;
- коректування напрямів розвитку КСК відповідно до зміни чинників зовнішнього та внутрішнього середовища;
- використання наявного потенціалу організації для формування й розвитку КСК;
- поетапна реалізація концепції та програми «Формування і розвиток корпоративної культури»;
- моніторинг відхилень, що можуть виникнути при виконанні програми із формування і розвитку КСК;
- забезпечення узгодженої роботи усіх підрозділів організації в процесі формування КСК [3].

На сучасних підприємствах сформована корпоративна культура повинна орієнтувати персонал на постійне навчання, творчі ідеї та інноваційні пропозиції, підвищення кваліфікації, що обумовлюється стрімким зростанням інноваційних процесів та змінами ринкових умов. Це вимагає від служби управління персоналом інноваційної роботи в напрямку організації відповідних курсів, тренінгових програм, семінарів, тощо. Крім того, оскільки формування і розвиток корпоративної культури є нововведенням, то необхідна відповідна робота з персоналом для швидкої його адаптації до змін.

Список використаних джерел:

1. Дідур К. М. Шляхи підвищення ефективності системи управління персоналом на підприємстві // Дідур К. М. Економічні науки – 2016. – Електронний ресурс. – Режим доступу. – www.edu.com.ua.
2. Корсаков Д. О. Організаційна діагностика системи управління персоналом підприємства / Д. О. Корсаков. – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
3. Катихін Є. О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи / Є. О. Катихін // Статистика України. – 2015. – № 3. – С. 83-86.

Букацелі А.В.

викладач кафедри шоу-бізнесу

Київський національний університет культури і мистецтв

м. Київ, Україна

КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК РЕСУРС ЕКОНОМІКИ

В багатьох країнах світу за останні роки стрімко набуло свого значення та виокремилось в окремих сектор економіки поняття «креативної економіки», який тісно пов'язаний з розвитком та застосуванням креативних індустрій в суспільстві. Мільйони людей працюють та реалізують свій творчий потенціал в цій галузі, одночасно підтримуючи економіку країни на світовій арені та загальний рівень культури. Відкритість доступу суспільства до підприємництва дає можливість виражати свій творчий потенціал, сміливо реалізовувати ідеї, при цьому, нести відповідність до однієї з головних функцій підприємництва – отримувати прибуток від збуту товару чи послуг. У доповіді розглянуто особливості появи феномену креативного підприємництва та його важливе значення для економіки держави в цілому, процес формування ідей та інноваційні засади, що можуть посприяти розвитку, покращенню і удосконаленню сучасних моделей бізнес-ідей в креативному підприємстві XXI століття.

Підприємництво в сфері мистецтва, або креативне підприємництво – це нове слово в бізнесі, яке несе значення того, що творчість може стати затребуваною послугою та матиме змогу забезпечити успіх компанії. Чимало наукових досліджень та публікацій було присвячено розвитку підприємству – феномену його появи, його розвитку та питанням пов'язаними з ним. Вагомий внесок у дослідження підприємництва в різні періоди зробили такі відомі представники економічної думки, як Н. Агурбаш, К. Бодо, В. Геець Е. Долан, П. Друкер, Р. Кантільйон, І. Кірцнер, Д. Ліндсей, Д. Макклелланд, К. Маркс, К. Маршал, Г. Саймон, А. Сміт, Д. Рікардо, Р. Рамелт, А. Тюрго, Ф. Хайєк, Й. Шумпетер та інші. Сучасний етап у вивченні феномену підприємництва досліджують такі відомі вітчизняні вчені, як І. Брциєва, З. Варналій, Л. Воротіна, М. Долішній,