

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Б. О. Заводовський, студент спеціальності Менеджмент, освітня програма «Менеджмент і адміністрування», група МАМ-61

В. А. Власенко, науковий керівник, доцент кафедри менеджменту, доцент, к. е. н.
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сучасному етапі трансформаційних перетворень в основних галузях та секторах національної економіки, стрімких змін у суспільстві, одним із найважливіших чинників його розвитку була і залишається виражена кадрова політика, що визначає основний зміст і характер усіх видів соціального управління на рівні соціально-економічних систем.

Формування ефективної кадрової політики на сучасному підприємстві є об'єктивною необхідністю, оскільки саме вона дозволяє чітко окреслити напрями реалізації персонал-стратегії та визначити складові оперативних планів роботи з персоналом. У зв'язку із цим, сучасна кадрова політика виступає справою першочергової важливості для забезпечення стійкого стану будь-якого підприємства у довгостроковій перспективі.

Метою дослідження є узагальнення основних напрямів формування ефективної кадрової політики на підприємстві в умовах трансформаційних змін.

Необхідно відзначити, що кадрова політика підприємства – це система принципів, ідей, вимог, що визначають основні напрями роботи із персоналом, її форми і методи [2, с. 165].

Зрештою, основною метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів оновлення і збереження кількісного та якісного складу персоналу у його розвитку відповідно до потреб самого підприємства [3, с. 57].

Сучасна кадрова політика повинна бути спрямованою на формування такої системи управління персоналом на підприємстві, що буде зорієнтована на отримання соціально-економічного ефекту.

З іншого боку, механізм реалізації ефективної кадрової політики потрібно направити на формування цілого комплексу

планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних та соціальних заходів, що дозволять вирішувати кадрові проблеми і задовольняти потреби підприємства у персоналі [1, с. 32].

Разом з тим, розробка кадрової політики у нових умовах господарювання є основою формування стратегії управління персоналом та впровадження тактичних кадрових планів, орієнтованих на довгостроковий розвиток підприємств.

На наш погляд, рекомендованими діями вищого керівництва українських підприємств щодо формування ефективної кадрової політики повинні бути:

1. Розробка загальних принципів формування кадрової політики, визначення пріоритетів організаційних цілей.

2. Визначення напрямів організаційно-штатної політики – планування потреби у трудових ресурсах, формування структури та штату співробітників, створення кадрового резерву, переміщення персоналу.

3. Формування інформаційної політики – створення і підтримка системи руху кадрової інформації.

4. Розробка напрямів фінансової політики – формулювання принципів розподілу коштів, забезпечення ефективної системи стимулювання праці.

5. Прийняття політики розвитку персоналу – забезпечення програми розвитку, профорієнтація та адаптація співробітників, планування індивідуального просування, формування команд, професійна підготовка і підвищення кваліфікації.

6. Здійснення оцінки результатів діяльності персоналу – аналіз відповідності кадрової політики і стратегії розвитку підприємства, виявлення проблем у кадровій роботі, оцінка кадрового потенціалу (формування центрів оцінки персоналу та інші методи оцінки ефективності діяльності співробітників).

Таким чином, ефективна кадрова політика сучасного українського підприємства у майбутньому повинна виступати складовою кадрової роботи його вищого керівництва та функціональних виконавців, які будуть відповідати за основні кадрові питання і визначати послідовність основних етапів процесу управління персоналом. Сподіваємося, що формування ефективної кадрової політики відповідно до запропонованих дій вищого керівництва сприятиме стабілізації складу трудового колективу та поліпшенню економічної активності українських підприємств на ринкових сегментах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Масура М. И. Основные принципы построения отбора кадров / М. И. Масура // Управление персоналом. – 2004. – № 12. – С. 30–35.
2. Миша В. П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи / В. П. Миша // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6. – С. 165–168.
3. Щербак В. Г. Управління персоналом підприємства : [навч. посіб.] / В. Г. Щербак. – Харків : Вид. дім «ІНЖЕК», 2013. – 208 с.

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

М. О. Лохман, студент спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ЗПТБД-18

*Н. В. Лохман, науковий керівник, доцент кафедри економіки та бізнесу, к. е. н., доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського*

Маркетинговий підхід до інноваційної діяльності передбачає орієнтацію управляючої системи при вирішенні будь-яких завдань на споживача. Цей підхід передбачає, що вибір стратегії повинен здійснюватися на основі аналізу існуючих і прогнозування майбутніх стратегічних потреб в даному виді товару або послуг, стратегічної сегментації ринку, прогнозуванні життєвих циклів майбутніх товарів, аналізі конкурентоспроможності власних товарів і товарів конкурентів, прогнозуванні їх конкурентних переваг, прогнозуванні механізму дії закону конкуренції [1, с. 67].

При застосуванні маркетингового підходу пріоритетами вибору критеріїв інноваційного менеджменту будуть наступні: підвищення якості об'єкту (виходу системи) у відповідності з потребами споживачів; економія ресурсів у споживачів за рахунок підвищення якості об'єкта, якості сервісу і інших факторів; економія ресурсів за рахунок реалізації фактора масштабу, науково-технічного прогресу, вдосконалення менеджменту [2, с. 151].

На нашу думку, цей підхід до маркетингу інновацій можна використовувати при інноваційній діяльності лише на виробничих підприємствах. Маркетинг інновацій для туристичних підприємств має деякі особливості, насамперед тому, що в основному інновації в туристичних підприємствах в більшості