

МІСЦЕ ТА РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічні реформи, що проводяться в Україні, вимагають істотних змін кадрової політики, як на рівні держави, так і на рівні підприємств, установ і організацій. В першу чергу кадрова політика передбачає формування стратегії управління персоналом підприємства. Стратегічне управління персоналом – це таке управління формуванням трудового потенціалу підприємства, при якому персонал здатний витримувати конкуренцію на ринку праці наявністю високого рівня професіоналізму і компетентності, особистісних якостей, інноваційного та мотиваційного потенціалу працівників. В умовах стратегічного управління істотно зростає роль служби управління персоналом в постійному збільшенні компетентності працівників.

В даний час технології стратегічного управління персоналом ще слабо відпрацьовані, що є однією з причин виникнення проблем в області управління персоналом. До цих проблем можна віднести складність наймання працівників дефіцитних видів професій, вимушене скорочення частини персоналу через зміну технологій виробництва і послуг, відсутність фінансових ресурсів, різке скорочення чисельності персоналу в кризових умовах та ін.

Стратегія управління персоналом має довгостроковий характер і пов'язана зі стратегією розвитку підприємства в цілому, тому враховує численні фактори зовнішнього і внутрішнього середовища. Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища служить базою для визначення місії та цілей організації, для вироблення стратегії поведінки в навколишньому конкурентному середовищі.

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє виявити можливості, які підприємство повинно використовувати для зміцнення своїх позицій на ринку, а також тих проблемних ситуацій, які можуть вплинути на ринкову ситуацію. Аналіз внутрішнього середовища дає можливість визначити сильні та слабкі сторони підприємства – ті переваги, які необхідно використовувати для реалізації можливостей у конкурентній боротьбі, і недоліки, які необхідно виправляти, оскільки вони погіршують стан підприємства.

За результатами аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства розробляється цілісна концепція розвитку персоналу, причому необхідно враховувати досягнутий рівень розвитку і стратегії підприємства в цілому.

Реалізація стратегії управління персоналом здійснюється за допомогою кадрового планування, планів розвитку персоналу, його навчання і службового просування, мотивації і винагороди, вирішення соціальних проблем.

Кадрове планування полягає в наданні людям робочих місць у потрібний момент часу і в необхідній кількості відповідно до їх здібностей, нахилів, потреб і за вимогами виробництва. Відповідно до цього визначення, кадрове планування служить основою стратегії управління персоналом на підприємстві. Після процесу планування здійснюється наймання, добір і прийняття персоналу, мотивація, оплата і стимулювання праці, профорієнтація та адаптація персоналу, підбір, розставлення, просування персоналу, професійне навчання, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу, оцінка персоналу і його трудової діяльності, аналіз і дослідження персоналу та ринку праці, удосконалення управління персоналом організації.

Складання планів розвитку персоналу здійснюється, як правило, на рік. Оцінюється можливість реалізації цілей кадрового планування, планується потреба в персоналі, ділова кар'єра, службове просування працівників, планується безпека персоналу і витрати на реалізацію плану розвитку. Витрати на персонал є основою розробки виробничих та соціальних показників підприємства.

Важливою складовою стратегічного управління персоналом підприємства є маркетинг персоналу – вид управлінської діяльності, спрямованої на довгострокове забезпечення підприємства людськими ресурсами. Ці ресурси утворюють стратегічний потенціал, за допомогою якого можливо вирішення конкретних цільових завдань [1, с.249].

Маркетинг персоналу є напрямком стратегічного та оперативного планування персоналу, створює інформаційну базу для роботи з персоналом за допомогою методів дослідження зовнішнього та внутрішнього ринку праці, спрямований на досягнення привабливості роботодавця через комунікації з цільовими групами.

Маркетингова концепція управління персоналом передбачає чітке визначення вимог до персоналу, забезпечення соціальних потреб у процесі професійної діяльності ефективнішими способами, ніж у конкурентів.

Маркетинг персоналу реалізує інформаційну та комунікаційну функції. Інформаційна функція визначає базу інформації, на підставі якої здійснюється планування в області сегментування ринку.

Комунікаційна функція реалізується за допомогою покриття потреби в персоналі, здійснюється для якісного виділення переваг підприємства як роботодавця.

Сегментування ринку – це процес поділу попиту на персонал і його пропозиції на окремі елементи – цільові групи. Причинами поділу ринку праці на сегменти є відмінності в рівнях: економічної активності виробництва, соціальної ефективності праці, соціальної ефективності виробництва.

Сегментація ринку праці дозволяє виокремити причини та фактори, що впливають на мобільність робочої сили на ринку праці, визначити його перспективи. Сегментація проводиться за різними критеріями та ознаками:

- 1) демографічні характеристики (стать, вік, склад сім'ї);
- 2) географічне положення (регіон, місто, район тощо);
- 3) соціально-економічні характеристики робочої сили на ринку праці (освіта, професійні знання, рівень кваліфікації, стаж роботи тощо);
- 4) економічні показники, що відбивають фінансовий стан, форми власності роботодавців, а також показники, що характеризують матеріальну забезпеченість найманих працівників;
- 5) психофізіологічні характеристики працівників (фізична сила, темперамент), його приналежність до певного прошарку суспільства тощо;
- 6) поведінкові характеристики працівника з погляду мотивації зайнятості та ін.

Таким чином, управління персоналом підприємства охоплює широкий спектр взаємопов'язаних питань, вирішення яких забезпечується глибоким аналізом ситуації на ринку праці. Отримана інформація дозволяє розробити стратегію управління персоналом, кадрового планування, здійснити маркетинг персоналу, кадрову політику для досягнення сталого розвитку підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Управление персоналом организации: Учеб. / Под ред. А.Я. Кибанова. 4-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2020. С. 257 – 267. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1092145&spec=1> (дата звернення 19.03.2020).