

3. Сливицкий А. Формирование корпоративной культуры.
URL: http://www.createbrand.ru/biblio/marketing/korp_culture.html

4. Корпоративная культура Starbucks: о самостоятельности.
URL: <https://netology.ru/blog/book-starbucks>

Мельник А.М.

студентка,

Науковий керівник: Беляєва Н.С.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДХОДИ ДО КЕРІВНИЦТВА У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний менеджмент – це тисячі можливих варіантів та альтернатив прийняття управлінських рішень, особливістю яких є орієнтація на керівників, які готові до ризику та здатні швидко адаптуватися до змін в управлінських процесах. Адже традиційно закладено, що будь-яка інновація, будь-то у сфері науки чи техніки, викликає занепокоєння людей, які вже звикли до чогось давно відомого. Здавалося б, а який же ж в цьому є недолік? З точки зору сучасного менеджменту, нині це є великою проблемою управлінського процесу переважної більшості відомих підприємств. Для переконання в цьому, достатньо буде розглянути наступну ситуацію, коли, наприклад, умовна новостворена організація, через відсутність власного досвіду у сфері управління, вдається до запозичення підходів до керівництва у іншій організації, яка вже чимало років формує й реалізує власний підхід до процесу управління. А згодом виявляється, що ті підходи, які розроблені однією фірмою і які добре себе зарекомендували, можуть бути не тільки не ефективними, але можливо й не корисними для іншої. Отож-бо, розглянута ситуація вкотре підтверджує той факт, що сучасний керівник (менеджер) має акцентувати увагу не на

дотриманні стандартних прийомів, а вмiти реально оцiнювати ситуацiю, яка склалась, i знаходити ефективнi шляхи її вирiшення, виходячи з специфiки дiяльностi тiєї органiзацiї, де вiн працює. Проте, сконцентрувавшись на нестандартних пiдходах до керiвництва, не варто нехтувати традицiйними методами, адже досвiдчений менеджер має бути обiзнаним з рiзними пiдходами та технологiями, що й сприятиме швидкому та адекватному прийняттю правильних управлiнських рiшень.

Дослiджуючи тему, що стосується пiдходiв до керiвництва у сучасному менеджментi, тобто iнновацiйних пiдходiв, не складно зрозумiти, що специфiка рiзних прийомiв управлiнського процесу безпосередньо пiдпорядковується внутрiшньому клiмату, що сформувався мiж керiвництвом i працівниками на пiдприємствi. Адже основне завдання керiвника полягає не в тому, щоб робити ту чи iншу роботу самостiйно, а в тому, щоб вивчивши ситуацiю i сформувавши план дiй, органiзувати пiдлеглих на його виконання, проконтролювати i оцiнити результати їх працi i винагородити тих, хто вiдзначився [1, с. 147].

Вiдтак, необхідно згадати три основнi стандартнi пiдходи до керiвництва: пiдхiд з позицiй особистих якостей, пiдхiд з позицiй поведiнки, ситуацiйний пiдхiд [2, с. 216]. Перший, i один з найбільш поширених пiдходiв, базується на використаннi властивостей та особистiсних характеристик «ефективних» керiвникiв. Наступний – визначає те, що ефективнiсть керiвництва залежить не вiд особистих якостей, а вiд манери поведiнки керiвника з пiдлеглими. Ситуацiйний пiдхiд характеризується визначенням того, якi стилi поведiнки i особистi якостi найбільш вiдповiдають конкретним ситуацiям. Дотримуючись цих трьох стандартних пiдходiв, довгий час керiвництво здiйснювалось саме таким чином на багатьох пiдприємствах. Проте, нинi спостерiгається вагомий прогрес у науцi та технiцi, який непомiтно залишає вiдлуння на суспiльствi. На основi цього, менеджери та й науковцi усвiдомили, що задля подальшого ефективного керування працівниками на пiдприємствi у сучасних умовах, необхідно займатись розробкою та винайденням iнновацiйних пiдходiв до управлiння.

На основі узагальнення наукових джерел та аналітичних матеріалів виявлено, що до найбільш вагомих чинників, які впливають на діяльність підприємств, їх темпи розвитку та процеси управління персоналом у сучасному бізнес-середовищі, належать: нестабільна ситуація на національних, регіональних ринках; інформатизація, поширення цифрових технологій; швидке старіння знань, технологій; зростання інтенсивності міграційних процесів; зростаюча індивідуалізація, формування індивідуалізованого суспільства; постійна потреба у функціональній і чисельній адаптації персоналу до вимог операційної підсистеми забезпечення діяльності підприємства [3, с. 144]. Тому, аби протистояти впливу всіх чинників зовнішнього середовища та жорсткій конкуренції, виникає необхідність в оволодінні, зокрема, кадровими інноваціями. Між процесом керівництва і впровадження кадрових інновацій існує тісний взаємозв'язок, який має вплив на результати діяльності підприємства. Простежити цю залежність можна, наприклад, з такої ситуації: нерідко керівники нижчого рангу вбачають у кадрових інноваціях загрозу своїм статусам, відчують невпевненість у майбутньому, передчують посилення контролю з боку вищого керівництва у зв'язку з впровадженням інновацій.

Під кадровою інновацією у даному випадку слід розуміти нові методи, програми, практики, технології, системи управління персоналом, які впроваджені на конкретному підприємстві, застосовуються щодо потенційних чи залучених працівників і забезпечують необхідний соціальний або економічний результат від їх застосування. При впровадженні на підприємстві будь-якої кадрової інновації, остання матиме прояв на всіх етапах співпраці між керівниками та із підлеглими. Спростовуючи цю думку, можна конкретизувати, що інноваційні процеси можуть мати два шляхи перебігу. Перший характеризується внесенням поправок до вже існуючих прийомів управління, а другий – нововведеннями, які раніше не практикувались взагалі.

Одним із наочних прикладів започаткування нестандартності в процесі управління підлеглими є ситуація, яка склалась у маркетинговому відділі, так як нині провідна роль у формуванні іміджу підприємства належить саме спеціалістам-маркетологам.

Поряд із традиційними методами здійснення пошуку кандидатів на посади на засадах маркетингу (оголошення в засобах масової інформації, зустрічі з випускниками навчальних закладів, звернення до служб зайнятості, дні відкритих дверей, ярмарки вакансій, пошук через кадрові агентства та мережу Інтернет) провідні підприємства все частіше застосовують соціальні мережі для здійснення даної функції.

На основі дослідження даних з різних інформаційних джерел, можна дійти висновку, що всі світові підприємства та корпорації, які не хestують випробуванням інновацій у сфері управління, досягають вагомого успіху досить незвичними шляхами. І цим самим переконуються у необхідності подальшого інвестування розвитку кадрової інновації.

Сучасні провідні організації світу інвестують значні кошти у формування інтегрованих кар'єрних сайтів, які дають можливість кандидатам відчути дружнє відношення до них роботодавця, за допомогою блогів зі співробітниками та відео-презентацій отримати повнішу інформацію про підприємство, його амбітні плани, кадрову політику і перспективи кар'єрного зростання [3, с. 145].

Отже, на основі вищесказаного можна дійти висновку, що впровадження та застосування на підприємстві кадрової інновації є необхідним фактором для підвищення результативності діяльності організації. Тому кожен підприємець зобов'язаний інвестувати процес розвитку персоналу та забезпечувати реалізацію кар'єрних планів, адже це сприятиме підтримці конкурентоспроможності підприємства на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Беляєва Н.С., Безус А.М., Миколайчук І.П., Сичова Н.В. Менеджмент. Опорний конспект лекцій для студентів всіх освітніх програм освітнього ступеня «бакалавр». Київ : КНТЕУ, 2019. 206 с.
2. Калина А.В. Економіка праці та соціально-трудоі відносини : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 498 с.
3. Лизанець А.Г. Інноваційні підходи до здійснення функцій управління персоналом підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 7. С. 143-149.