

Комунікаційний потенціал підприємства є сукупністю засобів комунікаційної дії і сукупність інструментів, які використовуються при розробці та реалізації цих засобів. При інтегрованому використанні комунікаційного інструментарію виникає синергетичний ефект, який є наслідком реалізації послідовної комунікаційної стратегії [1].

Результат успішності комунікаційних стратегій в управлінні організацією визначається:

- відкритістю управління,
- усвідомленням менеджментом цінності і необхідності комунікацій з персоналом,
- кваліфікований менеджер комунікацій, успішно використовує сучасні технічні ресурси.

Література:

1. Арланцев А. В. Синергизм коммуникационного инструментария [Электронный ресурс] / А. В. Арланцев, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 1. — Режим доступа: <http://mavriz.ru/articles/2001/1/>.

2. О.В.Гранат Організація комунікаційної діяльності на підприємствах агропромислового комплексу/ Вісник ЖНАЕУ №2, т.2 2011, с.208

3. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.

УДК 33

Н.В. Легеза

О.С. Хринюк

*Національний технічний університет України «Київський Політехнічний
Інститут імені Ігоря Сікорського»*

**УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В АНТИКРИЗОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ**

N.V. Leheza

O.S. Hrinuk

**PERSONNEL MANAGEMENT OF ENTERPRISES IN CRISIS FIELD
SERVICES**

Одним з першочергових завдань підприємств сфери послуг є управління персоналом. Основним положенням концепції антикризового управління таких підприємств є система відбору і професійної підготовки персоналу.

Управління персоналом - це сукупність цілеспрямованих дій керівного складу організації, а також керівників і фахівців підрозділів, що включають визначення потреби в персоналі відповідно до мети і можливостями організації; планування роботи з персоналом (залучення, відбір, підбір і вивільнення); розподіл персоналу, його використання; дослідження і оцінку персоналу; ротацию персоналу, рух в системі управління, підвищення кваліфікації, освіти,

компетенції, накопичення досвіду: мотивацію і стимулювання персоналу, створення умов для ефективної діяльності [2].

Проаналізувавши наукові праці дослідників К.С. Безгін, І.В. Гришина, В.В. Ушкальов можна зробити наступні висновки, що антикризове управління персоналом передбачає і сукупність морального характеру - демократичний стиль управління, факторів психологічно-соціального характеру і як один з головних чинників турботливе ставлення до потреб працівника, врахування його індивідуальних особливостей, крім формальної організації роботи з персоналом (планування, відбір, підбір, розстановку і т.д.), [1].

Керівники організації зосереджуються на перспективних, стратегічних напрямках роботи з кадровим ресурсом, таких як перекваліфікація співробітників в зв'язку з розвитком новітніх технологій та переходом на них; проведення політики омолодження кадрів шляхом залучення молодих фахівців; розробка принципів працевлаштування співробітників; залучення працівників до участі в управлінні організацією тощо. Саме концепція антикризового управління персоналом спонукає керівників підприємств сфери послуг до дій наведених вище.

Антикризова кадрова політика включає діяльність як під час довгострокового планування та прогнозуванні так і аналогічно при середньостроковому та поточному, а саме науковому передбаченню майбутнього [3]. Кадрова політика фокусує увагу на проблемах, визначає пріоритети та орієнтири. Вона може характеризуватися різними ознаками: вичікування, адаптивності, обачності, обережності, мобільності, агресивності, гнучкості, орієнтації на антикризові ситуації та ін. Різноманітність її ознак потрібно знати та вміти використовувати в процесі операційної діяльності підприємства.

Отже, антикризова кадрова політика управління персоналом повинна бути реалістичною, творчою, орієнтованою на сталий розвиток організації, на залучення до роботи людей, професійно підготовлених, заповзятливих, з новаторськими задатками. Її повинні відрізняти такі риси, як моральність та духовність, чесність та людяність, що мають проявлятися в діяльності не тільки керівників, а також рядових співробітників організації.

Література:

1. Управління процесом створення цінності на підприємстві людський фактор: монографія -К.С. Безгін, І.В. Гришина, В.В. Ушкальов.-Донецьк: Вид-во "Ноулідж" (донецьке відділення), 2011. - 322 с.
2. Бизнес –план или как организовать собственный бизнес-Пелих А.С. - Москва, 2009 – 320с.
3. Большая книга директора по персоналу - Еконмасов В.В., Рудавина Е.Р., - Питер 2012 – 368 с.