

користується постійним попитом споживачів. З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства керівництву необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Література

1. Варналій З.С. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення / З.С. Варналій. — Київ: Знання, 2013. — 387 с.
2. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки [Текст] // АПЕ. - 2003. - № 2. - С. 70-73.

УДК 331

Баша І. М.,

канд.екон.наук, доцент кафедри маркетингу,

Шевченко М. В.,

студент факультет маркетингу,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЕРУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сучасні економічні виклики, зміни в маркетинговому середовищі та бізнесі, перехід до інформаційного суспільства вимагають від керівництва підприємств своєчасної реакції на зазначені зміни, які б перетворили звичайні компанії та технологічні і посилили їх конкурентні позиції на ринку по відношенню з конкурентами. Ера цифрових технологій наступає і все міцніше вступає у свої права, а це, у свою чергу змінює правила ведення бізнесу, де конкурентними виступають принципи управління, що орієнтовані на інновації, гнучкість, неординарність, високу продуктивність, адаптивність та гнучкість.

Маркетингова діяльність в епоху інформаційних технологій також зазнає суттєвої трансформації. Комплекс маркетингу прагне до розширення, наповнюючись новими елементами відповідно до змін маркетингового середовища, реакції і поведінки споживачів. Одним з найважливіших елементів цього комплексу виступають людські ресурси або персонал підприємства, від якого залежить лівова частка успішності, покладеної в основу діяльності і розвитку підприємства. Нові тренди глобалізації та інформатизації суспільства ставлять на меті нові задачі управління персоналом, впровадження нових форм і різновидів компетенцій, що, з одного боку, орієнтовані на розуміння і усвідомлення викликів маркетингового середовища (усвідомлення потреб і запитів споживачів, зміна споживчих ставлень і уподобань, адаптація і розвиток продуктів компанії до сучасних реалій), з другого, залучення надійних і талановитих працівників, розкриття та розвиток у повній мірі їх потенціалу та адаптивності до внутрішнього і зовнішнього середовища компанії. Наприклад, на разі змінюються умови вибору і здійснення купівлі, підвищуються вимоги до зручності і швидкості її здійснення, набувають тотального розповсюдження електронні форми оплати, швидкого розміщення відгуків та можливості оцінки якості продукту, – все це ставить на меті підвищення кваліфікації власного персоналу підприємства у сфері інноваційності і цифрових технологій. На нинішньому етапі формується покоління X і Y споживачів, які не бажають чекати і відкладати життя на завтра, а за рахунок цифрових технологій, розвитку інноваційних підходів, доступу до соціальних реалізують усі свої цілі і задачі.

Цифрові технології створюють суттєвий вплив не тільки на якість і управління персоналом, але й на весь життєвий цикл співробітника підприємства, що охоплює стадію підбору, адаптації, продуктивності, заохочення і звільнення. Увесь підхід до соціальної взаємодії і комунікації у більшій мірі визначається мобільними і соціальними платформами. Цифрові технології значно впливають на те, як співробітники і клієнти поєднуються і взаємодіють з підприємством, його філософією та місією.

У світі маркетингу серед множини споживчих товарів і послуг створення бренда представляє виділення і закріплення набору переконань і вражень, які споживачі прагнуть побачити в продукті чи послугі. Для підприємства необхідним фактором успішності є створення корпоративного бренду, корпоративної культури, високого позитивного іміджу, що реалізуються переважним чином через керівництво та персонал компанії. Дуже багато компаній на сучасному етапі прийшли до висновку, що необхідним є створення цінності для співробітника компанії, залучення його привабливим брендом роботодавця, який є сильним мотивуючим фактором. У цьому разі кожен працівник виступає захисником і представником корпоративного бренду компанії, реалізуючи більш високі цілі і задачі, значущість діяльності, можливість актуалізації особистих прагнень і сподівань, привабливу організаційну культуру, цілеспрямованість і гордість за власні дії і дії компанії. Цифрові технології здатні сформулювати цілісне сприйняття корпоративного бренду організації і дає змогу зберегти його протягом тривалого часу. Ефективне впровадження і реалізація цифрових платформ надає змогу покращити результати навчання персоналу наприклад, використання методів гейміфікації дозволяє співробітникам більше дізнатися про нові предметні області управління і особливості задач, що ставляться перед персоналом. Це роби можливим налагодити співробітництво як з колегами, так і клієнтами і взаємодіяти з ними через мережу Інтернет, отримувати миттєвий зворотний зв'язок і отримувати заохочення через свої досягнення.

Найбільш поширеними фундаментальними особливостями, що використовуються у сфері управління і розвитку персоналу на базі цифрових технологій, які використовуються успішними компаніями є: 1) забезпечення споживчого досвіду, базуючись на доступі до інформації за вимогою, більш тісному співробітництву, соціальному навчанню і встановленню прямого взаємозв'язку із прагненнями працівників; 2) перехід від інтегрованих до уніфікованих платформ управління персоналом на основі єдиної технології, єдиного досвіду користування і моделі даних, яка орієнтована на відслідковування прогресу співробітників, їх належну винагороду і досягнення

успіху; 3) прийняття аналітичного образу мислення, який виходить за межі простого виміру речей і порівняння їх з минулими даними, отримання більших інтелектуальних можливостей не лише для реалізації бізнес-інтересів, а і їх створення.

Література

1. Нагибина Н. А. HR-Digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами // Журнал «Науковедение». – Т. 9, №1. – 2017.
2. Технологии управления развитием персонала: учебник /под ред. А. В. Каропова, Н. В Ключевой. – Москва: Проспект, 2016.– 408 с.

УДК331.431

Базиліук Б.Г.,

доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Впровадження інноваційних (проривних) технологій, насамперед – штучного інтелекту та роботизації, посилюють нерівність на глобальному та локальних ринках зайнятості. При цьому, з одного боку інноваційний розвиток сприяє створенню нових робочих місць, притаманних цифровій епосі, а з іншого – скорочує традиційну зайнятість, яка дедалі більше заміщується технологічними та технічними субститутами. До груп ризику на ринку зайнятості найчастіше відносять категорії: низько кваліфікованих працівників; осіб, які здійснюють нетворчу діяльність в сфері обслуговування, а також молоді. В цих умовах молодіжна зайнятість стикається з проблемою, характерною для ринку зайнятості в цілому – адаптації робочої сили та пошуку робочого місця в нових реаліях. Разом із тим, оскільки категорія молодих людей відноситься до найбільш вразливої групи, пошук нових форм підтримки молодіжної зайнятості – є важливим науковим та прикладним завданням.