

залежить ефективність ризик-менеджменту підприємства, успішність результатів діяльності та конкурентоспроможність на ринку [4, с.76].

Література:

1. Головчук Ю. О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2020. № 1 (47). С. 63–69.
2. Савчин О.І. Функціонування підприємств в умовах ризик-середовища та невизначеності. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2018. №22(62), 2 т, С. 58-62.
3. Сосновська О.О., Деденко Л.В. Напрями стійкого функціонування підприємства в умовах невизначеності //Збірник наукових праць Університету Державної фіскальної служби України. 2018. № 2. С. 369–383.
4. Сосновська О.О., Деденко Л.В. Ризик-менеджмент як інструмент забезпечення стійкого функціонування підприємства в умовах невизначеності. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2019. №1(3). С. 70-79.
5. Сторожук О.В., Заярнюк О.В. Потенційні ризики та можливості цифрової економіки. Стратегічні пріоритети трансформації економіки в умовах цифровізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 29–30 жовтня 2019 р. / Національний університет «Запорізька політехніка». Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2019. 284 с. – С. 238-239.

Доренська А.О.

асистент

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ 2023

Внутрішній маркетинг персоналу, також відомий як внутрішнє брендування або маркетинг робочого місця, - це стратегічний підхід до управління та комунікації зі співробітниками в організації. Він орієнтований на залучення, збереження та мотивацію персоналу, створення позитивного робочого середовища і сприяння задоволенню та залученості співробітників до цілей і цінностей компанії.

Основна мета внутрішнього маркетингу персоналу полягає в тому, щоб співробітники розуміли, підтримували та ідентифікувалися з місією, цілями та цінностями організації. Це досягається шляхом ефективною комунікації, залучення співробітників до прийняття рішень, розвитку їхніх професійних навичок, створення розвиваючих програм і пропагування корпоративної культури.

Внутрішній маркетинг персоналу може включати наступні елементи:

1. Комунікація: регулярні зустрічі, новини компанії, електронні розсилки, внутрішні журнали, веб-портали та соціальні медіа для спілкування зі співробітниками.
2. Залучення: створення можливостей для співробітників брати участь у прийнятті рішень, давати свої пропозиції, брати участь у проектах та командних завданнях.
3. Розвиток: надання співробітникам можливостей для професійного росту, тренінгів, семінарів, програм менторства та навчання на робочому місці.
4. Визнання: відзначення досягнень співробітників, надання нагород, похвали та подяки за успіхи та внесок у розвиток компанії.
5. Корпоративна культура: підтримка та поширення цінностей, встановлення ясних стандартів поведінки, створення приємного та відкритого робочого середовища.

6. Ретеншн (збереження персоналу): підтримка співробітників, створення умов для задоволеності та розвитку, що сприяє збереженню талановитих працівників у компанії.

Ефективний внутрішній маркетинг персоналу допомагає збільшити відданість та мотивацію співробітників, підвищує рівень задоволеності на робочому місці, поліпшує комунікацію в організації і сприяє досягненню бізнес-цілей.

Особливість ведення бізнесу 2023 зберігає незмінні HR-тренди : персоналізацію - про здатність HR-ів враховувати особисті потреби, можливості та бажання людей на робочому місці; швидкість – максимально швидко вирішувати проблеми персоналу; технології автоматизації та збільшення продуктивності; значущість роботи та соціальна відповідальність бізнесу; позитивний досвід співробітника.

В той же час можна виділити прогресування анти трендів: Antiwork-рух та QQ або Quiet quitting. Суть «Antiwork-рух» у прагненні знизити важливість роботи у житті людини, щоб робота перестала виходити на перший план і забирати весь час та сили. Quiet quitting (від англ. «тихе звільнення») — передбачає виконання виключно своїх робочих обов'язків у рамках робочого часу без докладання додаткових зусиль, виявлення ентузіазму чи ініціативності.

Але кризовий 2023 рік спричинив появу нових та відновлення старих напрямків HR-політики. Через повномасштабну війну українські бізнеси змушені бути більш винахідливими у своїх підходах, зокрема й в HR-сегменті. Адже потрібно використовувати ресурси на повну, щоб продовжувати працювати, підтримувати співробітників і боротися з ворогом. Тому не виключено, що завдяки війні міжнародні HR-тренди швидше й легше приживуться в Україні, ніж в інших країнах. Серед прогресуючих, спостерігаємо:

1. Серед абсолютно нового – очікування працівників підтримки щодо гарантій безпеки та фінансування. Нормою очікувань стали щотижнева оплата праці, безкоштовні обіди, «тривожні валізки» від роботодавців. Загострилась потреба в гарантіях безпеки.

2. Поновлення актуальності профспілкових організацій, їх адаптація до вимог часу.

3. Привернення уваги до фахівців, чим праця неможлива онлайн чи дистанційно.

4. Пошук розв'язання проблем вигорання, перевтоми та підвищення продуктивності працівників.

5. Посилення застосування технологій віртуальної реальності для співбесід, нарад, ефективних віддалених комунікацій.

6. Перехід від звичайного найму працівника до пошуку таланту, до пошуку не спеціальності а компетенцій, що закрий конкретну потребу компанії.

7. Зростання впливу методології Agile на HR-процеси (методи планування та керування проектами й процесами, які дозволяють забезпечувати високу адаптивність бізнесу).

8. Тренд вербування персоналу та і компанії в цілому до руху еко-френдлі.

Паралельно з безпековими тенденціями та тенденціями надиктованими кризою, впливовим в 2023 році є розвиток технологій.

1. Зміна вимог до компетенцій та моделі поведінки і самої служби HR, підвищення їх відповідальності за персонал, навчання та досягнення стратегічних цілей, зростання вимог до етики роботи HR.

2. Попит на використання нових технологій в HR-процесах, як-от штучний інтелект або machine learning.

3. Автоматизація процесів HR та рекрутингу, поступовий перехід на ефективні HRM-системи, зі зменшенням кількості ручної роботи та помилок людей. автоматизацію перевірки документів, аналізу резюме та співбесіди кандидатів.

4. Зростаюче використання чат-ботів та віртуальних асистентів в HR

5. Збільшення використання технологій доповненої реальності та віртуальної реальності в програмах навчання та розвитку

6. Аналітика даних & метрик для можливості передбачення HR-трендів та потреб компанії.

7. Прогресування гібридного та віддаленого режиму роботи завдяки технологічним змінам та розширенням каналів зв'язку.

8. Впровадження принципів DEI – створення інклюзивного робочого простору, де кожен почуватиметься комфортно, де поважатимуть особисті кордони та заохочуватимуть кар'єрний розвиток

9. Посилення практик побудови карт кар'єрного росту.

10. Розробка нових моделей лідерства які наголошують на емпатії, емоційному інтелекті та здатності до адаптації.

11. Розбудова бренду роботодавця на конкурентному ринку праці.

Література:

1. Коучинг – інструмент особистого і професійного розвитку. URL: <http://www.lifecoach.com.ua/>

2. 3. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digitalmarketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>

3. Федорченко А. В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика : монографія / А. В. Федорченко, О. В. Окунева. – Київ. : КНЕУ, 2015. – 230 с.

4. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія / М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін]. – Одеса : Астропринт, 2017. – 292 с.

Кіріченко О.В., к.е.н., ст. викладач,

В'юник О.В., к.е.н., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ЛОЯЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах поширення кризових явищ у багатьох галузях національної економіки на перший план виступають завдання пошуку дієвих механізмів, важелів та інструментів подолання негативних процесів і тенденцій. Одним із вагомих чинників підвищення результативності та ефективності діяльності компаній є забезпечення високого рівня лояльності персоналу. Проте, низький рівень оплати праці та несправедливий її розподіл, неналежні умови праці у поєднанні із проблемами у сфері соціально-психологічного клімату у трудовому колективі призводять до невисокого рівня лояльності працівників, надмірної плинності кадрів та зниження продуктивності праці.

Лояльність персоналу виступає важливим чинником забезпечення кадрової безпеки компанії, сприяючи стабілізації складу трудового колективу, досягненню загальної мети діяльності організації та ефективному виконанню завдань, зацікавленості у професійному і кар'єрному зростанні, поліпшенню морального клімату у колективі, а отже, й покращенню основних показників фінансово-економічної діяльності підприємства в цілому.

Лояльність персоналу трактують як «доброзичливе, коректне, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їхніх дій, до компанії загалом; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії та в інтересах компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, щодо компанії, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії» [1].

Фактори, які чинять вплив на лояльність персоналу, у наукових дослідженнях пропонується класифікувати на три групи: внутрішні фактори; зовнішні фактори;