

Воробйов А.В.

заступник директора

КП «Кременчуцька міська телерадіокомпанія»

Воробйова Л.Д.

кандидат технічних наук, доцент

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

м. Кременчук, Україна

УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ МЕДІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В інформаційному суспільстві та в умовах розвитку економіки знань зростає роль людини у системі виробництва, тому персонал стає не тільки стратегічним ресурсом, а й чинником формування конкурентних переваг підприємства, інноваційної продукції та різноманітних послуг.

Розвиток медійної індустрії ставить перед засобами масової інформації нові вимоги, де журналістика залишається одним із основних інститутів суспільства, які формують ідеологічний та культурний світогляд громадян. Результатами діяльності медіапідприємств є інформація, створена у специфічному відповідному мас-медіа форматі. Інформація, яка перетворюється на товарний продукт з визначеною споживчою вартістю. Це може бути номер друкованого видання, випуск теле- чи радіопроеграми, мультимедійне повідомлення на сайті інтернет-ЗМК та інше.

Вартість інформації забезпечує фінансово-економічний фундамент мас-медіа, а журналісти виступають продавцями інформаційними продуктами. Інформація як ресурс може продаватися аудиторії з різними намірами: задля відкритого задоволення її інформаційних потреб; задля задоволення комунікаційних намірів певного соціального суб'єкта, зацікавленого у формуванні позитивного чи негативного ставлення громадськості; задля маніпулятивного просування її цінностей та ідей в інтересах соціального суб'єкта шляхом формування лояльної до ЗМІ аудиторії з подальшим продажом її зацікавленим гравцям (рекламістам, піарникам, політтехнологам) [1].

Виробництво медійного продукту є складним і працемістким процесом. Він формується і розвивається у творчому середовищі працівників, вимагає формування відповідної корпоративної культури, високої кваліфікації і досконалого рівня знань працівників, які використовують комунікаційні і цифрові технології, має граничні обмеження у часі при випуску новин, періодичних видань та інтернет-сайтів. Тому для успішного і продуктивного функціонування медійного підприємства необхідно не тільки наявність досвідченого, творчого і креативного персоналу, а і ефективне управління.

Дослідимо актуальні питання управління продуктивністю праці персоналу в медіаіндустрії. Насамперед, це ефективне і своєчасне планування роботи підприємства; організація продуктивної праці і відпочинку персоналу; розвиток фахових навичок і компетентностей працівників; дотримання професійного етикету та корпоративної культури.

При формуванні планів виробництва і розвитку медіапідприємства необхідно враховувати сучасний політичний стан країни, економічну кризу, стан медійного середовища. Це дозволить встановити певні орієнтири досягнень, зменшити вплив зовнішнього середовища, удосконалити методи залучення персоналу з метою формування людського капіталу підприємства, оптимізувати систему мотивації.

Ринок праці в медіасфері має свої особливості: це неоднорідність працівників за професійним складом, яка пов'язана зі специфікою виробництва; це різні види технічного обладнання і програмного забезпечення, можливість виготовлення широкого асортименту медіапродукції. Але однією із проблем ринку праці медіасфери є урбанізованість, де більшість видавництв і медіапідприємств знаходяться у великих містах країни, що збільшує

можливості для творчого і професійного розвитку працівників. А це впливає на рівень продуктивності праці і конкурентності продукції інших медіапідприємств [2].

Також значний вплив на продуктивність праці робітників мають стрімкі технічні і технологічні зміни в медіаіндустрії. Це збільшує вимоги до професійної майстерності і освіченості персоналу, вимагає постійного оновлення технологій, технічних засобів і робочої документації.

Зокрема, робота журналіста в інтегрованій редакції – це не тільки створення журналістського матеріалу, а і володіння навичками його адаптації під медіаплатформу, знання техніки обробки фото-, відео-, аудіоконтенту, розповсюдження та просування медіапродукту. Тому велике значення має постійне професійне навчання і саморозвиток працівників.

Одним із важливих чинників при управлінні продуктивністю є стимулювання праці. У медійній галузі важливо знайти рівновагу між матеріальними і нематеріальними методами мотивації. Працівникам творчих професій необхідно мати можливість для самореалізації, саморозвитку і самовідданості. При цьому матеріальна винагорода є визначним фактором ефективної роботи працівників. Підвищення продуктивності праці створює умови для зростання заробітної плати, і навпаки, збільшення заробітної плати стимулює її продуктивність.

Також необхідно враховувати рівень психологічних проблем, які виникають у працівників, які виготовляють медіапродукцію: це ненормований робочий час, інтенсивність опрацювання великої кількості інформації, емоційне вигорання, інколи відсутність спеціально облаштованого робочого місця. Тому необхідно запровадження та матеріальне забезпечення заходів, спрямованих на захист здоров'я працівників, психологічна підтримка, профілактика та оздоровлення [2].

Значний вплив на управління продуктивністю праці має рівень конкурентоспроможності медіапідприємства, тому необхідний пошук і розвиток нових ідей, інноваційні методи організації командної роботи, забезпечення гнучкого управління медійними проєктами, використання сучасних персонал-технологій, що покращують процес управління шляхом виключення окремих видів діяльності, які не є необхідними для досягнення поставленої мети.

Саме персонал-технології дають можливість мінімізувати витрати на управління персоналом підприємства, сприяють ефективності його використання.

Таким чином, управління продуктивністю праці персоналу медіапідприємства залежить від ефективного планування і управління медійним підприємством; підвищення кваліфікації працівників та залучення багатоаспектних спеціальностей; формування збалансованої системи мотивації; гнучкого управління з використання сучасних персонал-технологій; зацікавленості усіх працівників у спільному результаті і успіху підприємства; розвитку корпоративної культури.

Література:

1. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса. Посібник для ЗМІ. http://www.ualocal.media/wp-content/uploads/2019/09/tutorial_print.pdf (дата звернення 2.12.2023).
2. Сухорукова О.А., Кваско А.В. Управління персоналом медійної індустрії в сучасних умовах. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 32 (71). № 2, 2021. С. 58-64.