

Кір'ян О.І., Лисицька Н.А.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО МИСЛЕННЯ ПЕРСОНАЛУ – ДЖЕРЕЛО ПРИБУТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В більшості організацій розвиток персоналу є постійним елементом кадрового менеджменту. Його зміст зазвичай більш-менш однаковий – формування та посилення професійних навичок робітника відповідно до діяльності, яку йому доручили чи планують доручити. Ще однією складовою змісту розвитку персоналу в більшості організацій стає формування певних психологічних рис характеру робітника, які відповідають уявленням керівництва про ідеального співробітника та члена колективу.

При цьому більшість керівного складу не вважає за потрібне розвивати не тільки керівні здібності персоналу, але й високий рівень його самостійності, бо має упереджене бачення бажання кожного зайняти місце керівника. Тому при змінах темпів розвитку економіки якості персоналу не встигають за зміною потреб в їх проявах.

Одним з таких проявів, на наш погляд, може стати розвиток підприємницьких навичок. Прибутковість організації суттєво залежить від вміння організації подати себе на ринку, від впізнаваності її пропозицій. Однак керівники та власники зазвичай вважають, що просування за цими питаннями організації – завдання суто маркетологів. Тому в них розвивають вміння продати товар та послугу, сформувані та підтримувати сайти тощо.

В той же час як на якість продукції та послуги впливає кожен співробітник, так і на імідж організації. Сучасний саме вітчизняний споживач відрізняється тим, що не довіряє технічній інформації. Він намагається знайти того, хто особисто вже користувався продукцією організації, когось в ній знає, щось про неї чув. І від того, наскільки співробітники здатні нести імідж організації за її межами, в повсякденному житті, залежить і рівень довіри до неї.

Другою майже суто вітчизняною особливістю ринку є наявність цілих пластів потенційних споживачів, які не користуються інтернет-ресурсом, не вміють шукати інформацію і терпляче чекають нагоди отримати бажане. Для них інформація про організацію не існує, поки вони випадково не почують про її існування та продукцію, послуги. Тобто, потенційно попит є, але прихований.

Для забезпечення максимального залучення до споживання вказаних груп споживачів; для збереження існуючих за рахунок високого іміджу вважаємо за потрібне доповнити зміст програм розвитку персоналу наступними елементами.

В першу чергу – це вмінням презентувати власну організацію, товар чи послуги в будь-який момент в будь-якому місці. Тобто, необхідно навчити кожного співробітника азам підприємництва: комунікативним навичкам, риториці; вмінню аналізувати потреби учасників бесіди та розкривати переваги власної організації, виходячи з цих потреб; впевненості, активності тощо. Крім того, важливо навчити співробітників отримувати контакти співрозмовника й передавати їх в подальшому маркетинговій службі, надавати співрозмовнику контакти організації.

Важливо розвинути у кожного співробітника здатність до бачення взаємозалежності іміджу, підприємницької активності та прибутку організації (і самого співробітника).

Підтримкою процесів розвитку повинно стати формування відповідних складових мотиваційної системи, що диференційовано забезпечать матеріальну винагороду кожному робітнику організації за застосування вказаних якостей в повсякденні.