

К.е.н., доц. Гончар Л.А., Потурай В.

ДВНЗ Дніпропетровського державного хіміко-технологічного університету,

Україна

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

С целью обеспечения развития кадрового потенциала предприятия необходимо использовать стратегическое управление персоналом, инструментом которого является стратегия развития кадрового потенциала предприятия, направленная на повышение качественных характеристик кадрового потенциала.

Рассмотренные подходы к стратегии управления персоналом, демонстрируют достаточно широкий спектр мыслей, аналогичных взглядам на общее представление о стратегии, как инструменте эффективного управления предприятием. Одновременно анализ научной литературы свидетельствует о том, что большинство зарубежных концепций, которые посвящены стратегическому планированию деятельности предприятий, требуют адаптации к сложной экономической ситуации в Украине, специфических условий хозяйствования на этапе становления рыночных отношений. Сегодня, в отечественных источниках пока ещё недостаточно исследованными остаются аспекты роли кадрового потенциала в системе стратегического управления предприятием.

На основе обобщения результатов исследования нами выделены следующие основные факторы, которые определяют стратегию развития кадрового потенциала, стадию развития кадрового потенциала, фазу жизненного цикла предприятия. В соответствии с суперпозицией стадий развития кадрового потенциала, фаз жизненного цикла предприятия и уровней

развития кадрового потенциала предприятия, и с учётом подходов к обоснованию выбора базовой стратегии развития кадрового потенциала сформулированы общие рекомендации её выбора с помощью диагностической матрицы. Так, позиция предприятия определяется по трём параметрам: фаза жизненного цикла предприятия, стадия развития кадрового потенциала, уровень развития кадрового потенциала предприятия.

Предложенный подход для оценки кадрового развития позволяет составить представления об эффективности управленческих решений по его усовершенствованию в интересах развития предприятия.

В зависимости от соотношения «фаза жизненного цикла – стадия развития – уровень развития» выделено двадцать четыре возможные позиции торговых предприятий на матрице. Эти позиции могут находиться в десяти областях. Выделение позиций конкретных предприятий в той или иной области базируется на схожести характеристик их деятельности, а, следовательно, обеспечивает возможность использования однотипных решений о перспективе развития кадрового потенциала торговых предприятий.

Проведённые исследования позволяют выделить следующие области: с высоким уровнем развития кадрового потенциала (область 1); с достаточным уровнем (область 2); с неудовлетворительным уровнем (области 3-6); с критическим уровнем (области 7-10). Области 1 и 2 свидетельствуют о достаточном развитии кадрового потенциала, и является наиболее перспективными для торгового предприятия.

Торговые предприятия в областях 7-10 имеют характеристику кадрового потенциала, которые существенно изменяются под действием факторов, и поэтому для обеспечения дальнейшего развития кадрового потенциала должны направить усилия на переход в области 4-5.

Таким образом, можно сделать вывод, что данный подход позволяет идентифицировать направления развития кадрового потенциала, определить позицию торгового предприятия по уровню развития его кадрового потенциала, и может быть адаптирована к условиям любого торгового предприятия.