

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПЕРСОНАЛОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «БАРЛІНЕК ІНВЕСТ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

Матеріали дослідження присвячено питанням підвищення ефективності управління кадровим персоналом сучасного підприємства. Розглянуто основні напрямки управління кадровим персоналом підприємства та принципи ефективного кадрового менеджменту на прикладі ТОВ «Барлінек Інвест»

Ключові слова: *кадри, персонал, управління, ефективність, менеджмент.*

Abstract.

Research materials are devoted to issues of improving the efficiency of personnel management of a modern enterprise. The main directions of personnel management of the enterprise and the principles of effective personnel management are considered using the example of Barlinek Invest LLC

Keywords: *personnel, management, efficiency, management.*

Товариство «Барлінек Інвест» сьогодні веде ряд проектів для оптимізації рівня запасів, ланцюга поставок та вдосконалення портфеля продукції. Здійснюється інтенсивний моніторинг розвитку ринку підлогових покриттів, в тому числі дерев'яних підлог. Моніторинг трендів в сфері торгівлі, співпраця з архітекторами та проектувальниками, а також активна участь у галузевих ярмарках дозволяють краще зрозуміти та передбачити галузеві тренди і вподобання споживачів. Також аналізується рентабельність окремих груп продукції [1].

В зв'язку із цим товариство має ряд перспектив, які впливатимуть на поліпшення результатів:

- ріст продажів, зокрема розвиток на ринку США, Канада,
- оптимізація використання деревної сировини,
- повне використання потенціалу виробництва електроенергії,
- ефективність процесів виробництва,
- ошадливий менеджмент.

Товариство має можливість активно розширювати діяльність та в довгостроковій перспективі має плани щодо збільшення обсягів виробництва та розширення частки ринку [2].

Тому, основою стратегії ТОВ «Барлінек Інвест» є стратегія розширення частки ринку. Реалізація стратегії розширення частки ринку здійснюються через підтримку високої якості продукції, розширення асортименту продукції та сфер її застосування, проведення маркетингових заходів та різноманітних рекламних акцій, застосування системи знижок залежно від обсягів реалізованої продукції та платіжної історії клієнтів [3].

Поряд з тим, в діяльності ТОВ «Барлінек Інвест» можна виділити наступні ризики та загрози, які можуть потенційно вплинути на результати її діяльності:

- Ризик, пов'язаний із економічною кон'юнктурою в Україні та в світі,
- Податковий та валютний ризик,
- Ризик, пов'язаний із постачальниками сировини та їх цінами,
- Ризик ведення діяльності на східних ринках,
- Ризик конкуренції.

ТОВ «Барлінек Інвест» веде торговельну діяльність у світовому масштабі, працюючи в більш ніж 10 країнах. Зокрема, сильні позиції підприємство займає на європейських ринках: у Великій Британії, Німеччині, Польщі, Україні. З огляду на унікальні властивості підлог з натуральної деревини, їх популярність на європейських ринках є відносно сталою – протягом багатьох років вони складають близько 5% від загального об'єму підлогових покриттів. Тим не менш, на результати підприємства

впливає економічна ситуація на окремих ринках. Український ринок залишається нестабільним, з незначною тенденцією до спадання. Частина ринків Західної Європи показують виражене ослаблення [4].

ТОВ «Барлінек Інвест» здійснює продажі на іноземних ринках і в зв'язку з цим генерує доходи в іноземних валютах, які мають вплив на результати компанії. Диверсифікована валютна структура доходів діє на користь підприємства – істотні надходження генеруються у валютах Західної Європи – переважно у EUR, в той час як більшість витрат, понесених в іноземних валютах, стосуються країн, в яких знаходяться виробничі потужності, тобто в UAH або USD. Зазвичай у кризових ситуаціях коливання курсів у Західній та Східній Європі у великій мірі взаємно нейтралізуються, діючи як природний амортизатор на результати.

Основними матеріалами, що використовуються у виробництві готових виробів, є деревина листяних та хвойних порід, які становлять найбільшу частину витрат виробництва. Відповідна локалізація фабрики дозволяє обмежувати витрати на сировину, оскільки завод знаходиться в регіоні, багатому на високоякісну сировину з листяної деревини, з хорошим доступом до сировини з хвойної деревини [5].

Одночасно на даний час немає істотних інвестицій в нові виробничі потужності багат шарової дошки, що обмежує в подальшій перспективі потужності виробничої галузі, і в зв'язку з цим виникає ризик цінової війни. Головні чинники, що впливають на результати підприємства (кон'юнктура галузі, вартість сировини, курси валют), також впливають і на конкурентів, при цьому позиція компанії є дуже вигідною з точки зору знаходження поблизу найбільших джерел дубової сировини в Європі, на територіях з низькою вартістю робочої сили, а також з точки зору повного циклу виробництва на заводі.

Діяльність компанії ґрунтується на знаннях та досвіді висококваліфікованих трудових ресурсів. На даний час істотно знизився рівень безробіття, що створює тиск на зниження заробітної плати та труднощі із пошуком працівників. Це призвело до необхідності підвищення заробітної плати – зокрема, безпосередньо заробітної плати на виробництві. Додатково – з метою обмеження ризику, пов'язаного із втратою ключових працівників, Компанія запровадила системи мотивації, які дозволяють збільшити доходи працівників і одночасно поліпшити рентабельність та збільшити частку змінних витрат. Окрім того, підприємство забезпечує для працівників можливість здобуття додаткових навичок, зокрема через спеціалізоване професійне навчання.

Враховуючи обрану товариством стратегію подальшого розвитку, яка буде спрямована на збільшення своєї частки ринку та розширення клієнтської бази, основні зусилля у напрямку вдосконалення організаційної структури варто спрямувати в контексті посилення зовнішньоекономічної складової його діяльності [6].

В цьому контексті основним завданням для ТОВ «Барлінек Інвест» є сформувати відповідну цінову політику, підвищити якість товару, сприяти стимулюванню зростання продажів шляхом успішної рекламної кампанії, врахування особливих потреб споживачів в тому чи іншому товарі і т.д. Вирішення вищезазначених завдань необхідно здійснювати шляхом створення позитивного іміджу товариства, зростання обсягів продажів, значного збільшення величини прибутку, а також одержання конкурентних переваг. Відтак основними напрямками організаційних змін товариства повинно бути посилення проведення політики у сфері якості та асортименту продукції, формування цінової політики, організація збутової діяльності та комунікацій.

З метою поліпшення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Барлінек Інвест» і розширення нею частки ринку запропоновано на підприємстві приділяти більш уваги впровадженню функцій і використанню засобів маркетингу. Перед відділом маркетингу ТОВ «Барлінек Інвест» в особливий спосіб постають завдання вивчення ринку, аналіз споживачів та попиту, дослідження конкурентного середовища, реалізація товарної політики товариства, формування сервісного обслуговування, перегляд цінової політики, руху товару, активізація і стимулювання попиту. Ефективний маркетинговий процес з довгостроковим плануванням, що націлений на підвищення фактичних показників шляхом постійного проведення політики удосконалення товарів і послуг, що дають змогу споживачам товарів одержати більш високу споживчу цінність, ніж товарами конкурентів. Під час вибору того чи іншого товару споживачі обирають не конкретного виробника, а саме якісним параметрам відповідного бренду. В зв'язку із цим базовий акцент під час розробки стратегії маркетингу для ТОВ «Барлінек Інвест» необхідно робити саме на ідентифікації бренду, а не підприємства. Крім того, ТОВ «Барлінек Інвест» у своєму виробництві має унікальні бренди, власну

історію і високу репутацію на ринку.

З метою покращення зовнішньоекономічної діяльності на ТОВ «Барлінек Інвест» запропоновано до функцій менеджера з продажів додати функції бренд-менеджменту. В такий спосіб товариство на рівні служби маркетингу буде розробляти маркетингову стратегію засновану на прогнозах та виділяти позиції, які їхній бренд повинен займати у конкретний часовий період на ринку. На основі цього буде розроблятися маркетингова стратегія для їхнього бренду на основі аналізу ринків. Для розширення зовнішньоекономічної діяльності товариства доцільним є впровадити інноваційний маркетинг в сфері взаємин з споживачами. Сьогодні основним інструментом, який може бути швидко введений в систему менеджменту маркетинговою діяльністю підприємства, відповідати цілям та політиці товариства, а також бути дієвим з точки зору бюджету та економії фінансових ресурсів є застосування CRM-систем. Така системи менеджменту відносинами з споживачами забезпечує низку вагомих [6].

Головним ефектом застосування CRM-систем є суттєве зростання продажів. Разом із тим знижуються витрати на заходи із приваблювання споживачів. Використання такої системи дасть змогу отримати ряд переваг [6]:

- швидке прийняття рішень;
- правильне використання робочого часу;
- продуктивність маркетингових;
- правильний вибір пріоритетів;
- покращення документообігу;
- підвищення якості обслуговування;
- оптимізація робочих процесів.

Таким чином, враховуючи стратегію подальшого розвитку товариства, запропоновано посилення зовнішньоекономічної складової його діяльності шляхом посилення відділу маркетингу через інноваційний маркетинг, бренд-менеджмент та впровадження системи CRM.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адлер О.О., Лесько О.Й., Кособуцька А.О. Управління кадровим персоналом підприємства в системі бізнес-аналізу (на прикладі ТОВ «БАРЛІНЕК-ІНВЕСТ»). Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент», випуск 2 (92), 2022. С. 3-12.

2. Стратегія підприємства / Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання економічних та управлінських спеціальностей; упоряд.: О.В. Дудник, О.В. Смігунова, Л.Д. Забродська, С.І. Міненко. – Харків: ДБТУ, 2022 – 62 с.

3. Кіндратів В.А. Особливості здійснення ефективної ЗЕД підприємства. Науковий журнал «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки». №2. 2019. С. 101-104.

4. Економіко-математичні методи і моделі в галузі управління персоналом: навчальний посібник: /Л.В. Мазник, Т.В. Березянка, О.В. Безпалько, А.Д. Бергер, Ю.М. Гринюк, О.І. Драган, О.М. Олійниченко. [Заг. редакцією Л.В. Мазник]. – К. : Кафедра, 2019. – 290 с.

5. https://zvitnist.com/34004579_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDPOVDALNSTU_BARLI_NEK_INV#zahal

6. Островерхов В.М. Застосування CRM-систем у маркетинговій діяльності та управлінні персоналом транспортних підприємств. Економічний аналіз. 2018 рік. Том 28. № 3. С. 199-206.

Адлер Оксана Олександрівна – кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет. Oksana_adler1983@ukr.net

Adler Oksana – Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University. Oksana_adler1983@ukr.net