

- управління процесами;
- управління інформаційними потоками;
- управління комунікаційними зв'язками тощо.

Результативність організаційної системи не можна розглядати у відриві від її цілей і особливо – головної мети, стратегією якої є погодження інтересів зовнішніх взаємопов'язаних груп, внутрішньосистемних ресурсів як основи можливостей.

Список літератури.

1. Гудзинський О. Д. Управління результативністю діяльності підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, Н. В. Гайдамак, С. М. Судомир – К. : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2011. – 175 с.

УДК 65.012

ПЛАНУВАННЯ ДІЛОВОЇ КАР'ЄРИ НА ПРИКЛАДІ ГК «ТУРБОКОМ»

Шевчук О.Ю., к.е.н.

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

м. Мелітополь, Україна

Summary. The advantages of a career process are: potentially a higher degree of job satisfaction at the enterprise, opportunities for professional growth and improvement of living standards, a clear vision of personal professional prospects and opportunities.

Keywords: career planning, careerogram, labor market, competitiveness, professional development.

Планування кар'єри вимагає забезпечення реального зв'язку між бажанням індивіда досягти високого професіоналізму, високого соціального статусу, а з іншого боку – розвитку організаційної, управлінської і соціальної структури підприємства чи установи.

Однією з найбільш розповсюджених моделей управління цим процесом стала модель партнерства, яку пропонується застосувати в ГК «ТУРБОКОМ». Керівник виступає як наставник співробітника. Його підтримка є необхідною для успішного розвитку кар'єри, оскільки він розпоряджається ресурсами, управляє розподілом робочого часу тощо. Таке навчання переслідує два основних завдання: 1) сформулювати зацікавленість співробітників у розвитку кар'єри; 2) надати їм інструменти для початку управління власною кар'єрою.

Наступним етапом є розробка плану розвитку кар'єри. Робітник повинен визначити власні професійні інтереси та методи їхньої реалізації, тобто посаду, які він хотів би зайняти у майбутньому. Після цього йому потрібно порівняти свої можливості з вимогами до конкретної посади, визначити, чи є план розвитку кар'єри реалістичний. Якщо так, то продумати, що необхідно для

реалізації цього плану. На даному етапі працівник потребує кваліфікованої допомоги з боку відділу кадрів та керівника. Підприємство проводить спеціальне тестування для визначення сильних та слабких сторін кадрового складу, результати якого враховують при плануванні кар'єри.

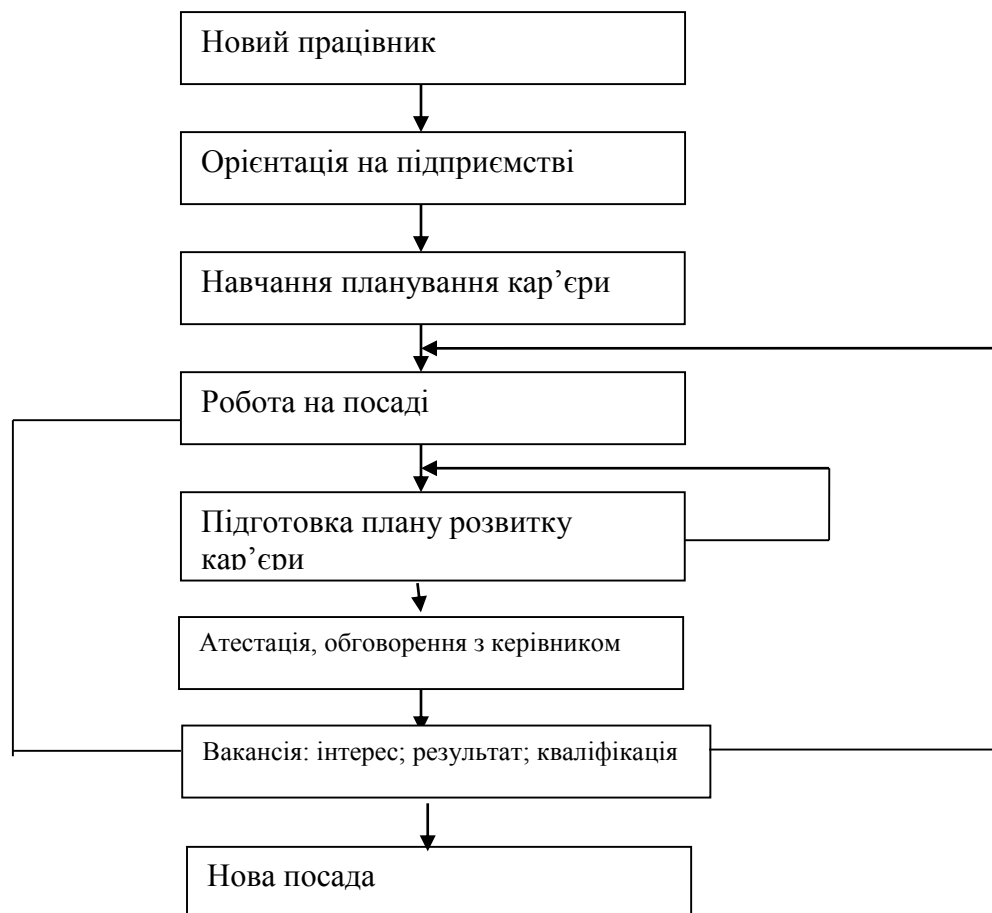


Рис.1. Процес планування та розвитку кар'єри ГК «ТУРБОКОМ»

План кар'єри складається з урахуванням того, що оптимальний період знаходження спеціаліста на одній посаді може бути у межах 4-5 років. Планомірне, постійне переміщення персоналу позитивно впливає на підвищення його трудової віддачі. За період перебування на посаді людина проходить декілька стадій: адаптація, стагнація і деградація. Практикою доведено, що за 2-3 роки рядові працівники можуть пройти декілька рівнів у ієрархічній структурі (стрибок) та стати високопоставленими керівниками.

Важливим документом в управлінні діловою кар'єрою є кар'єрограма. Кар'єрограма – перелік професійних і посадових позицій в організації, що фіксує оптимальний розвиток професіонала для заняття ним визначеної позиції в організації.

Розробка кар'єрограми починається з ознайомлення працівника з можливими шляхами його посадового просування, професійного розвитку, а також з ієрархічною структурою організації. Працівник повинен визначити власні професійні інтереси й шляхи їхньої реалізації, спрямованість посадового переміщення, погодити їх з керівником, перевірити реальність розвитку кар'єри.

Таким чином, для працівника перевагами кар'єрного процесу є: потенційно вищий ступінь задоволеності від роботи на підприємстві, у якому надаються можливості професійного зростання та підвищення рівня життя; більш чітке бачення особистих професійних перспектив і можливість планувати інші аспекти власного життя; підвищення конкурентоспроможності на ринку праці.

Список літератури.

1. Афонін А. А. Основи мотивації праці: організаційно-економічний аспект. - К.: МЗУУП, 2012.
2. Баннікова Н.В. Адаптаційний період новачка / Н.В. Баннікова // Економіка і управління. – 2015. – №2. – С.19.

УДК 338.439.5:637.5.03

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ

Шквиря Н.О., к.е.н.

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

м. Мелітополь, Україна

Summary. The features of the behavior of sausage products, given their consumer preferences, motivations, consumption patterns, income distribution system are determined. The basic determinants of influence on purchasing decisions are identified.

Keywords: consumer behavior, surveys, market research, sausage market, consumer preferences.

Постановка проблеми. В сучасних умовах високої невизначеності маркетингової діяльності суб'єктів ринку все більш значущим і важливим для стабільності їх ринкових позицій, зниження ризиків є маркетингові дослідження поведінки споживачів та факторів, що сприяють вибору ними продукції на всіх стадіях процесу здійснення покупки.

Актуальність дослідження поведінки споживачів на ринку ковбасних виробів обумовлена постійним розвитком цієї сфери, оскільки ковбасні вироби є одним з основних продуктів харчування. Вивчення поведінки споживачів дозволяє оцінити переваги споживачів щодо вибору даної продукції й на чому вони ґрунтуються.

Основні матеріали дослідження. Для дослідження поведінки споживачів на ринку ковбасних виробів нами було проведено анкетування, кількість респондентів склала 256 осіб. В якості методу збору первинної інформації було використано опитування споживачів, яке є основним інструментом визначення показників попиту та універсальним методом аналізу і діагностики ринку. Основний робочий інструмент дослідження - спеціально