

УДК: 658.3:658.012.34

Єгор ЗАРИЦЬКИЙ

Студент 2 курсу,

спеціальність «Менеджмент»,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Богдана ВИШНІВСЬКА

к.е.н, доцент

доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

bogdanavyshnivska@gmail.com

КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

PERSONNEL MANAGEMENT CONCEPTS IN THE MARKETING ACTIVITIES OF ENTERPRISES

Сучасна глобальна економіка вимагає від підприємств постійного вдосконалення маркетингових стратегій для досягнення конкурентної переваги. При цьому людські ресурси є критичним фактором у реалізації маркетингових цілей. Оптимальне управління персоналом в маркетинговій діяльності сприяє підвищенню ефективності маркетингу, формуванню позитивного іміджу компанії та досягненню стратегічних цілей.

Завдання полягають у наступному:

- Вивчення потреб у специфічних компетенціях та навичках персоналу для успішної маркетингової діяльності.
- Створення стратегій, спрямованих на мотивацію, навчання та розвиток персоналу з метою покращення якості маркетингових послуг та продуктів.
- Створення умов для спільної роботи персоналу маркетингових підрозділів, спрямованої на досягнення спільних цілей та стратегій.
- Визначення результативності маркетингових стратегій та їх впливу на досягнення маркетингових цілей.

Слід зазначити, що ефективні концепції Управління персоналом підприємств передбачають активні дії у трьох основних напрямках. По-перше, добір співробітників, прийняття рішення про їх переміщення або припинення контрактів повинні бути спрямовані на те, щоб забезпечити найбільш повну відповідальність індивідуальних можливостей спеціалістів і складності доручених їм завдань як у даний час, так і в майбутньому. Цю відповідальність персоналу виконуваний ним роботі варто розглядати в динаміці. [1] Постійний аналіз тенденцій та змін дає змогу більш обґрунтовано підходити до вибору можливих варіантів кар'єри і необхідних програм перепідготовки працівників.

По-друге, вплив служб Управління персоналом підприємств на формування системи завдань і функціональних обов'язків працівників. Відомо, що для досягнення будь-яких цілей можуть бути використані різноманітні варіанти

організації праці. При цьому в одних випадках виникає високий рівень мотивації і, відповідно, задоволеність працею, а в інших – навпаки.

Провідні підприємства намагаються скоротити до мінімуму число ієрархічних рівнів і бюрократичних обмежень, максимально розширити контроль за локальними умовами праці. Для того, щоб внутрішній ринок праці на підприємстві динамічно розвивався, має бути створена інтегрована інтеграційна система стимулюючих фахових ролей.

Фахівці з управління персоналом підприємств можуть пропанувати варіанти рішень як при проектуванні робіт і видів діяльності, так і під час обговорення організаційних механізмів вертикального і горизонтального поділу праці. Слід зазначити, що нині на багатьох підприємствах статус співробітників служб управління персоналом підприємств не дозволяє їм успішно виконувати вищезгадані ролі з огляду на їх мало значимість в управлінні, але в ефективних фірмах такі можливості для них уже створені.

По-третє, служби управління персоналом підприємств несуть відповідальність за ефективність інформаційного забезпечення всієї системи управління персоналом підприємств. Це виявляється як у прийнятті рішень про переміщення працівників з одного місця на інше, так і в організації відповідної підготовки. Переважно орієнтація на переміщення „нагору” робить систему управління персоналом підприємств надмірно важкою й обмежує її можливості.

Велику гнучкість дає поєднання горизонтальних і вертикальних переміщень, що застосовуються на багатьох підприємствах. Відповідальність співробітників служб управління персоналом підприємств також полягає в тому, що вони повинні довести зміст корпоративної політики в галузі Управління персоналом підприємств до всіх лінійних керівників. Менеджери всіх рівнів, спеціалісти і рядові працівники повинні одержувати інформацію про тенденції розвитку фахових і кваліфікаційних потреб підприємства. [2]

Отже концепція управління персоналом підприємств – це сукупність основних принципів, правил, цілей діяльності з персоналом, конкретизованих із урахування типу організаційної стратегії підприємства, потенціалу персоналу, а також типу кадрової політики. Іншими словами, концепція управління персоналом підприємств є стержнем кадрової політики (персонал-стратегії), визначає її основні напрямки та підходи.

Персонал (кадри) – найважливіша частина організації. Вона має складну взаємозв’язану структуру. Системний аналіз дозволяє розглядати персонал як взаємозв’язок структур, виділених за різними признаками. Організаційна структура – це склад і підпорядкованість взаємопов’язаних ланцюгів управління (рис. 1.).

Функціональна структура відображає розподілення управлінських функцій між керівництвом та окремими підрозділами.

Рольова структура характеризує колектив за участю в творчому процесі на виробництві, у комунікаційних та поведінкових ролях.

Соціальна структура характеризує трудовий колектив за соціальними показниками (стать, вік, професія та кваліфікація, національність, освіта і т.д.).

Штатна структура визначає склад підрозділів та перелік посад, розміри посадових окладів та фонд заробітної плати [3].



Рисунок 1 – Організаційна структура

Організаційна структура управління складається із сукупності взаємопов'язаних ланцюгів управління.

Таким чином, управління персоналом у маркетинговій діяльності підприємства є важливою складовою стратегічного успіху. Це передбачає не лише правильний підбір та мотивацію персоналу, але й розробку та впровадження ефективних стратегій, спрямованих на досягнення маркетингових цілей. Налагоджене командне співробітництво та постійний моніторинг ефективності дозволяють підприємствам оптимізувати свою маркетингову діяльність та забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Bondarenko V., Vyshnivska B. Promotional Marketing As A Method Of Increasing Sales. Three Seas Economic Journal. 2023. Т. 4. №. 2. С. 21-28.
2. Vyshnivska B., Karpenko L. Essence, Role and Characteristics of the Product in the Enterprise's Marketing Activities. Studies. Т. 3. №. 1. С. 152-159.
3. Villegas, Salvador, Kathering Yamamoto, and Andrew I. Ellestad. "Defining Performance in HR: A Literature Review Mapping the History and Future Direction of HRD." Journal of Human Resources Education 16.1 (2022).