

УДК: 658.3:658.3.012.34

Софія СТУПАК
Студентка 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

HR-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

HR-MANAGEMENT AS A FACTOR IN THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF THE COMPANY'S MARKETING STRATEGY

На сьогодні ведення бізнесу характеризується високою конкурентністю та швидкими змінами. Управління персоналом є ключовим фактором успіху в реалізації маркетингових стратегій. Працівники підприємства відіграють важливу роль у втіленні стратегій маркетингу, формуванні позитивного іміджу компанії та забезпеченні конкурентної переваги. Умови конкуренції спричиняють необхідність підвищення потенціалу персоналу. Одним із шляхів є розвиток персоналу через використання кар'єрного зростання.

Виходячи з цього можна виділити основні завдання:

1. Аналіз відповідності персоналу маркетинговим стратегіям: Оцінка компетентностей та навичок персоналу, що необхідні для успішної реалізації маркетингових стратегій підприємства.
2. Формування ефективного маркетингового командування: Створення та оптимізація команд, спрямованих на досягнення маркетингових цілей та стратегій.
3. Розробка мотиваційних систем для персоналу маркетингових підрозділів: Створення мотивуючих умов праці та стимулювання успішності у маркетингових команд.
4. Вимірювання ефективності управління персоналом в маркетингу: Оцінка результативності стратегій управління персоналом та їх впливу на досягнення маркетингових цілей.

Планування кар'єри є одним з найбільш актуальних напрямків діяльності менеджерів з персоналу. Планування кар'єри починається з усвідомлення того, як здійснюється вибір кар'єри. Кар'єра є предметом вибору суб'єкта й предметом управління з боку менеджера з персоналу. Професійно-кваліфікаційна структура відображає специфіку якості й кількості праці конкретних працівників фірми. [1]

Співробітники служби HR-менеджменту повинні брати активну участь у розробці всіх ключових рішень в організаціях. Наприклад, у багатьох західних компаніях служба HR-менеджменту координує стратегію підвищення кваліфікації

виконавців, реалізовану на рівні автономних відділень, і здійснює відбір кандидатів на вищі управлінські посади в корпорації. Завдяки успішній інтеграції загальнокорпоративної стратегії розвитку й стратегії HR-менеджменту компанії формують новий організаційний клімат, орієнтований на надання послуг і взаємну підтримку в групах.

Головні елементи, які є результатом цілісного професійного розвитку наведені у рисунку.



Рисунок 1 – Визначення сутності «Професійний розвиток персоналу»

Стратегічне керування людськими ресурсами припускає активні дії фахівців з керування персоналом у трьох напрямках [2].

По-перше, підбір співробітників, прийняття рішень про їхні переміщення або припинення контрактів повинні бути спрямовані на те, щоб забезпечити найбільш повну відповідність індивідуальних можливостей фахівців і складності доручених їм завдань як у даний час, так і в майбутньому. Цю відповідність індивідів і робіт слід розглядати в динаміці. Змінюються люди й характер їхньої діяльності, тому постійне спостереження й аналіз тенденцій таких змін дозволяють більш обґрунтовано підходити до вибору можливих варіантів кар'єри й необхідних програм перепідготовки.

По-друге, служба HR-менеджменту може впливати й на формування системи завдань. Відомо, що для досягнення будь-яких цілей можуть бути використані різні варіанти організації робіт. При цьому в одних випадках виникає високий рівень мотивації й, відповідно, задоволеності працею, а в інших - навпаки. Найбільш ефективно діючі компанії намагаються скоротити до мінімуму число ієрархічних рівнів і бюрократичних обмежень, максимально розширити контроль за локальними умовами праці. Для того щоб внутрішній ринок праці в компанії динамічно розвивався, повинна бути створена інтегрована організаційна система стимулюючих професійних ролей.

Фахівці з HR-менеджменту можуть пропонувати варіанти рішень як при проектуванні робіт і видів діяльності, так і під час обговорення організаційних механізмів вертикального й горизонтального розподілу праці й координації. Слід зазначити, що тепер у багатьох компаніях статус співробітників служб HR-менеджменту не дозволяє їм успішно виконувати розглянуті ролі, але в ефективно діючих фірмах такі можливості вже є.

По-третє, співробітники цієї служби несуть пряму й непрямую відповідальність за ефективність системи інформаційного забезпечення управління. Пряма відповідальність проявляється у прийнятті рішень про переміщення працівників з одного місця на інше, в наданні кандидатам необхідної інформації й організації відповідної підготовки. Виняткова орієнтація на переміщення "нагору" робить систему керування персоналом зайво жорсткою й обмежує її можливості. Більшу гнучкість дає сполучення горизонтальних і вертикальних переміщень, що застосовується в багатьох передових фірмах. Непряма відповідальність співробітників служб HR-менеджменту полягає в тому, що вони повинні довести зміст загальнокорпоративної кадрової політики до всіх лінійних керівників, відповідальних за підбір і переміщення кадрів у своїх підрозділах. Менеджери всіх рівнів, фахівці й рядові працівники повинні одержувати інформацію про тенденції розвитку професійних і кваліфікаційних потреб організації [3].

Управління персоналом не може функціонувати відокремлено від загальної системи інноваційного менеджменту, однак повинно мати певну частку самостійності із урахуванням його специфічних особливостей. Перед тим, як вносити певні зміни у сформовану систему управління персоналом, необхідно оцінити їх доцільність, своєчасність, економічну обґрунтованість та очікувану ефективність. Для побудови результативної системи інноваційного управління персоналом необхідно розробити відповідні підходи, методи та механізми із урахуванням власного досвіду, а також досвіду вітчизняних і зарубіжних суб'єктів господарювання. Важливо також взяти до уваги специфіку діяльності підприємства, індивідуальні характеристики працівників, психофізичні їх особливості, здатність до навчання та сприйняття нововведень, особистісні прагнення та цілі тощо.

Отже, управління персоналом в маркетинговій діяльності є критично важливим елементом стратегічного успіху підприємства. Це передбачає не лише правильний підбір та мотивацію персоналу, але й розробку та впровадження ефективних стратегій, спрямованих на досягнення маркетингових цілей. Посилення співробітництва та постійний моніторинг ефективності дозволяють підприємствам оптимізувати свою маркетингову діяльність та забезпечити конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Abuselidze G. et al. The economic mechanism of marketing activity management of food enterprises //E3S Web of Conferences. Les Ulis: EDP Sciences, 2023. Т. 371. С. 1-10.
2. Джерелюк Ю. О., Зінов'єва І. С. Сучасні методи оцінки ефективності менеджменту персоналу на підприємстві. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2020. № 1(2). С. 31-37.
3. Павленко М. С., Мельник А.О. Менеджмент персоналу в системі ефективної діяльності підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. 2020. Т. 31(70), № 2(2). С. 13-18