

чином працівники будуть відчувати свою потрібність, залученість до роботи компанії, ставатимуть більш мотивованими.

Головна риса маркетингових інструментів з початку 2022 року – гнучкість, адаптація та пристосування до непередбачуваних та надскладних умов маркетингового середовища в Україні. Зміни охоплюють усі напрями маркетингової діяльності від географії, масштабів, асортименту продуктів, ціни, способі просування і до організації роботи співробітників маркетингових служб. Багато вітчизняних компаній скористалися новою можливістю і саме у 2022 році вийшли на міжнародні ринки. Тим самим освоїли нові країни, отримали нових партнерів, запроваджували нові підходи до налаштованих попередніми роками процесів. Тим самим більшість з них досягли нового витка розвитку, здійснивши трансформацію своїх продуктів, сервісів, процесів, технологій та інструментів маркетингу.

Слід відзначити збільшення актуальності маркетингу взаємовідносин. Налагодження та підтримка взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами, зокрема партнерами, клієнтами, громадськими організаціями додають додаткових переваг для розвитку бізнесу. Актуальним напрямом маркетингу залишається формування лояльності споживачів, забезпечення адаптивності та активність в соціальних ініціативах на підтримку людей, військових, країни в цілому.

#### **Інформаційні джерела**

1. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Висновки 2022. Прогноз на 2023. URL. <https://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Ocinka-obsjagu-rinku-marketingovih-servisiv-Visnovki-222-Prognoz-na-223>

## **МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**Сивинський І.С.**, здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.В. Шульга**  
Полтавський державний аграрний університет

Формування конкурентоспроможності підприємства потребує системного підходу до управління його персоналом. У загальному, управління персоналом розглядають як систему взаємозалежних організаційно-економічних та соціальних заходів по формуванню умов для стабільного функціонування, розвитку та ефективного використання персоналу в організації [1].

Динамічний розвиток ринкового середовища, невизначеність умов для функціонування підприємств та непередбачуваність дій конкурентів потребує застосування маркетингового підходу до управління персоналом. Важливою складовою забезпечення стабільної позиції підприємства на ринку є ефективне управління персоналом із застосуванням маркетингового підходу.

Оптимально побудована система управління, механізм її забезпечення та використовувані методи управління впливають на ефективність управління персоналом підприємства.

Під методами управління персоналом визначають способи впливу на окремих працівників та колектив вцілому з метою узгодження їх дій у процесі виконання виробничих завдань на підприємстві. Виділяють три основні групи методів управління персоналом підприємства (рис.1): економічні, адміністративні та соціально-психологічні.

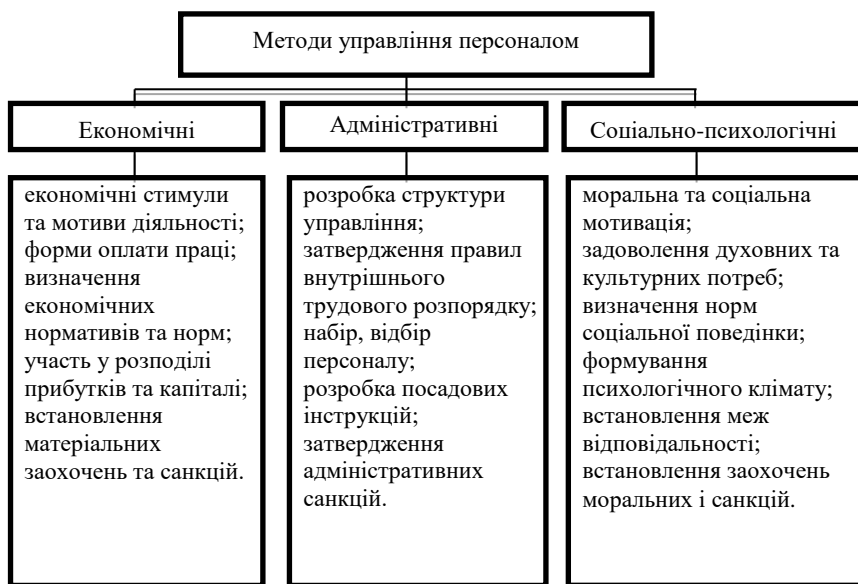


Рис. 1. Класифікація методів управління персоналом [1]

Оптимальне поєднання цих методів дозволяє підвищити результативність роботи персоналу і підвищити ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність [1].

Маркетинговий підхід до управління персоналом потрібно розглядати у взаємозв'язку з іншими методами управління персоналом, оскільки він має бути повністю інтегрований у процес управління персоналом, кожна складова якого містить елементи, які формують зміст цього підходу.

Застосування економічних методів управління з точки зору маркетингу передбачає управління лояльністю працівників та мотивація їх діяльності, виявлення та задоволення потреб у працівниках та їх планування [2, с. 121].

Адміністративні методи управління включають організацію залучення та відбору працівників, маркетингові дослідження ринку праці, управління комунікаційними зв'язками на підприємстві.

Сучасна концепція управління персоналом на перший план виділяє соціально-психологічні методи. Ця група методів передбачає індивідуальний підхід та врахування індивідуальних особливостей кожного працівника при маркетинговому управлінні персоналом та формування у працівника почуття задоволеності роботою та умовами праці, що робить з них амбасадорів підприємства [2, с. 123].

Таким чином, потреба використання маркетингового підходу до управління трудовим потенціалом та ефективного поєднання різних методів управління персоналом є важливою для формування конкурентоспроможності підприємства. Адміністративні методи при маркетинговому підході передбачають прямий характер впливу на процес відбору та залучення працівників та встановлення системи комунікацій на підприємстві. Економічні і соціально-психологічні методи характеризуються непрямим характером впливу та формують лояльне ставлення споживача до підприємства за рахунок використання економічних та соціальних стимулів. Оптимальне поєднання методів управління персоналом з використанням маркетингового підходу дозволить покращити результативність управління і, забезпечити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

#### **Інформаційні джерела**

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : моногр. / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко . Донецьк : ДонНУЕТ ім.М.Туган-Барановського, 2010. 229 с.

2. Харун О. А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств / О. А. Харун // Вісник Ужгородського національного університету, 2016. Вип. 10. С. 121-125.