

МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**ЧИКУРКОВА А.Д., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Маркетингова концепція управління персоналом – важливий етап стратегічного управління підприємством, спрямований на довгострокове забезпечення аграрного підприємства робочою силою. Формування маркетингової концепції стратегічного управління персоналом передбачає використання логістичного підходу, який включає визначення потреби в персоналі, проведення маркетингових досліджень, визначення фактичної суми винагород і компенсацій та певного рівня задоволення ними, а також розвиток та управлінням рухом персоналу.

The marketing concept of personnel management - an important stage of strategic management aimed at ensuring long-term agricultural enterprise workforce. A marketing concept of strategic human resource management involves the use of logistic approach, which involves determining staffing requirements, market research, determining the actual amount of remuneration and compensation and certain level of satisfaction with them as well as development and traffic control personnel.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасній теорії управління організаціями відбулися зміни поглядів на загальну систему управління. Персонал організації почали розглядати як стратегічний ресурс підприємства, що визначає в першу чергу успіх діяльності всієї організації. На зміну теорії, яка розглядала персонал як витрати, які треба скорочувати, з'явилася теорія управління людськими ресурсами. Ця теорія визначає, що персонал — це один із головних ресурсів фірми, яким треба грамотно управляти, створювати умови для його розвитку, вкладати у нього капітал. Усвідомлення вирішальної ролі робочої сили в економічній системі, як товару, зумовило посилення уваги фахівців на дослідження основних факторів конкурентоздатності робочої сили та використання маркетингових стратегій в управлінні персоналом підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі управління персоналом є актуальним предметом досліджень, результати яких викладено у роботах провідних науковців України: Д. Богиня, І. Бондар, О. Бородіна, В. Гесць, О. Грішнова, Д. Доманчук, Т. Заяць, Ю. Краснов, Г. Купалова, Е. Лібанова, Л. Лучик, М. Малік, П. Саблук, О. Шпикуляк, К. Якуба та інші. Докладний аналіз наукових досліджень цих вчених показав, що недостатньо повно досліджено напрями використання маркетингу для управління персоналом і залучення робочої сили аграрними підприємствами. Тому потреба подальшого розвитку теоретичних і методологічних основ формування маркетингових стратегій управління персоналом визначає актуальність і наукову невирішеність поставленої проблеми.

Формування цілей статті. Метою статті є розробка концептуальних положень формування маркетингової стратегії управління персоналом на рівні аграрного підприємства. Для досягнення цієї мети у статті поставлено такі цілі: розкрити принципові характеристики маркетингу персоналу; визначити методологічні аспекти застосування логістичного підходу у процесах управління персоналом і обґрунтувати математичну модель, яка описує формування продукту галузі, яким виступає валова продукція сільського господарства залежно від вартості основних, оборотних засобів (капітал підприємства) і фонду заробітної плати працівників.

Вклад основного матеріалу дослідження. Сучасні тенденції використання працівників аграрного сектору України характеризуються переважанням екстенсивних форм на тлі низької продуктивності та інтенсивності праці, погіршенням якісного складу робочої сили цього сектору економіки, зниженням частки висококваліфікованих робітників основного виробництва, посиленням розбіжності між складністю робіт і професійно-кваліфікаційним рівнем робітничих кадрів, скороченням чисельності спеціалістів вищої кваліфікації внаслідок їх відпливу в більш прибуткові сфери господарювання. Працівники, які залишилися — це люди переважно передпенсійного і пенсійного віку, приплив молоді практично цілком припинився, і кадри протягом останніх років практично не поновлювалися (табл. 1).

Таблиця 1

**Структура облікової кількості
штатних працівників сільського господарства,
а пов'язаних з ними послуг України**

Роки	Облікова кількість найманих працівників у віці 15-34 років		Облікова кількість працівників передпенсійного віку		Облікова кількість найманих працівників пенсійного віку	
	усього, тис. осіб	у % до облікової кількості штатних працівників	усього, тис. осіб	у % до облікової кількості штатних працівників	усього, тис. осіб	у % до облікової кількості штатних працівників
2005	221,5	23,8	105,6	11,3	89,9	9,7
2006	190,1	23,7	93,3	11,6	82,1	10,2
2007	159,3	23,0	87,1	12,6	76,9	11,1
2008	137,4	22,8	78,7	13,0	73,9	12,2
2009	132,8	23,2	74,9	13,1	70,4	12,3
2009р. у % до 2005р.	60,0	-	70,9	-	78,3	-

Джерело: [1, с. 80; 82; 85; 2, с. 72; 74; 77; 3, с. 80; 82; 85; 4, с. 70; 72; 75; 5, с. 74; 76; 79]

Як бачимо з даних табл. 1, за період 2005-2009 рр. кількість молоді у обліковій кількості штатних працівників сільського господарства, мисливства та пов'язаних з ними послуг скоротилася на 88,7 тис. осіб, або на 40,0%. Поряд з цим скоротилася і кількість осіб передпенсійного та пенсійного віку відповідно на 30,7 тис. осіб, або на 29,1% та 19,5 тис. осіб, або на 21,7%. Також слід відмітити, що за досліджуваний період частка молоді у обліковій кількості штатних працівників сільського господарства, мисливства та пов'язаних з ними послуг зменшилася на 0,6п.п., а осіб передпенсійного і пенсійного віку, навпаки, зросла відповідно на 1,8 і 2,6 п. п.

Тотальний відтік трудових ресурсів характерний для всього сільського господарства в цілому. При цьому багатьма працівниками втрачена кваліфікація, що напрацьовувалася роками, особливо в галузі тваринництва. Загублено колишній кваліфікаційний рівень українських робітників. У процесі ринкової трансформації національної економіки відкритий ринок аграрної праці щорічно поповнюється безробітними фахівцями високої кваліфікації і спеціалістами: пропозиція робочої сили цих

професійних груп у багато разів перевищує існуючий попит. У той же час аграрний сектор потерпає від проблеми тотального дефіциту висококваліфікованих кадрів, фахівців, службовців, зайнятих обробкою інформації тощо, однак наші дослідження свідчать, що це потреба у робочій силі депо іншої спеціалізації та знань, якими вивільнені працівники не володіють.

В таких умовах своєчасним і ефективним щодо регулювання кон'юнктури попиту та пропозиції на ринку праці є використання методології маркетингу персоналу, призначення й мета якого — ефективне, з погляду роботодавця та працівника, використання робочої сили, діагностика та упередження майбутнім структурним дисбалансам у сфері зайнятості, виявлення тенденцій формування і розподілу робочої сили між галузями виробництва, зміни галузевої і професійно-кваліфікаційної структури робочої сили у відповідності до динаміки розвитку різних галузей, і відтак — регулювання ринку освітніх послуг у напрямі пристосування до перспективних потреб економіки.

На нашу думку, до принципів характеристик маркетингу персоналу можна віднести наступне:

— він є складовою частиною маркетингової діяльності підприємства і інтегрується у процес його ринкової діяльності;

— йому підпорядковується уся робота зі стратегічного управління робочою силою підприємства;

— його основним завданням є визначення і покриття потреби у робочій силі;

— вимагає підготовки спеціалістів відповідного профілю;

— визначає потребу в персоналі відповідно до необхідних компетенцій.

Отже, маркетинговою концепцією управління персоналом є твердження, відповідно до якого однією з найважливіших умов досягнення мети підприємства виступає чітке визначення вимог до персоналу, його соціальних потреб у процесі професійної роботи і забезпечення задоволення цих вимог, потреб ефективнішими, ніж в конкурентів, способами.

Вважаємо, що при формуванні маркетингової концепції стратегічного управління персоналом доцільним є використання логістичного підходу. Його реалізація починається з визначення потреби в персоналі, проведення маркетингових досліджень, а завершується отриманням готової продукції, фактичної суми винагород і компенсацій та певного рівня задоволення ними, а також розвитком та управлінням рухом персоналу.

Без сумніву, орієнтація на мінімізацію витрат залишається актуальною, але за умови оптимального поєднання витрат праці, основного та оборотного капіталу, задіяного у межах ринкової стратегії та прибутку, що приноситься ним. Таким чином, стратегія матеріально-технічного забезпечення компанії має цілком підпорядковуватися ринковій стратегії. Успішна реалізація остаточної – гарант досягнення високого рівня рентабельності фірми [6, с. 344].

Проблема прогнозування обсягів виробництва набуває важливого теоретичного і практичного значення в сучасних умовах розвитку сільського господарства. Сільськогосподарське виробництво можливе лише за умови використання основних виробничих ресурсів — землі, капіталу, праці. Виникає проблема оптимального поєднання праці, землі, капіталу з метою максимізації валової продукції підприємств, яка може бути розв'язана шляхом кількісного аналізу у вигляді виробничої функції та виявлення залежності впливу основних чинників на валову продукцію.

Сучасна економічна наука розрізняє певну кількість виробничих функцій різних типів, що визначають співвідношення між обсягом виробництва і кількістю використаних ресурсів.

Першим, найвідомішим варіантом виробничої функції, була виробнича функція Кобба-Дугласа, розроблена у 1923 році в США відомим економістом П.Дугласом спільно з математиком Ч. Коббом. Дана функція описує залежність обсягів виробництва, від двох факторів — капіталу і праці, абстрагуючись від інших. Завдяки своїй простоті та універсальності згадувана функція набула широкого застосування в емпіричних дослідженнях. Первісний її вигляд був таким:

$$Q = A \times K^{\alpha} L^{1-\alpha} \quad (f(x_1, x_2) = A x_1^{\alpha} x_2^{1-\alpha}) \quad (1)$$

де Q — обсяг виробництва;

K — капітал;

L — праця;

A — коефіцієнт пропорційності, який враховував додаткові умови виробництва;

α — показник еластичності [7, с. 106].

Числовий параметр виробництва характеризує приріст обсягів виробництва при прирості відповідних факторів на 1%. Зміст функції Кобба-Дугласа зводився до того, що при збільшенні кількості капіталу на 1 відсоток, за умови незмінної кількості праці,

обсяг виробництва продукції збільшиться на 1 відсоток. Аналогічний зміст показника зберігається й при зміні на 1% праці.

Основними ресурсами, які використовуються у сільськогосподарському виробництві прийнято вважати основні засоби, оборотні засоби і працю, а вплив усіх інших чинників на результати виробництва (природно-кліматичні умови, політичні фактори тощо) визначається через продуктивність трьох зазначених ресурсів.

Ми побудували математичну модель, яка описує формування продукту галузі, яким виступає валова продукція сільського господарства залежно від вартості основних, оборотних засобів (капітал підприємства) і фонду заробітної плати працівників.

Загальний вигляд моделі описується формулою:

$$Q = A(K^{\alpha_k})(L^{\alpha_l})(S^{\alpha_s}) \quad (2)$$

де Q — валова продукція сільського господарства (у порівняльних цінах 2005 р.), тис. грн.;

A — коефіцієнт пропорційності;

K — вартість основних засобів с.-г. призначення, тис. грн.;

L — фонд заробітної плати с.-г. працівників, тис. грн.;

S — вартість оборотних засобів, тис. грн.;

$\alpha_k, \alpha_l, \alpha_s$ — коефіцієнти еластичності для кожного з чинників.

Внаслідок розрахунків, проведених за допомогою пакету аналізу статистичних даних MS Excel, на підставі статистичних даних СГК „Летава” Чемеровецького району Хмельницької області за 2005-2009 рр., було отримано рівняння виробничої функції Кобба-Дугласа:

$$Q = 1,20571 K^{1,89434} L^{-0,31376} S^{-0,88553} \quad (3)$$

При цьому, виявили тісний зв'язок між результативною та факторними ознаками ($\Delta=0,99976$), а значення критерію Фішера, який вказує на вірогідність розрахованого кореляційного відношення, становить 58433,78.

Узагальнюючи отримані результати слід констатувати наступне: приріст фонду заробітної плати на 1% забезпечує зменшення валової сільськогосподарської продукції на 0,31376%, тобто в досліджуваному господарстві має місце відносна (порівняно з іншими чинниками) перенасиченість трудових ресурсів, що має знайти відображення у маркетинговій концепції стратегічного управління персоналом підприємства. Збільшення

кількості працівників зменшує їх продуктивність, що веде до спаду виробництва. Збільшення вартості основних засобів на 1% призводить до збільшення валової продукції на 1,89434%; віддача від збільшення вартості оборотних засобів на 1% призводить до зменшення вартості валової продукції на 0,88553%.

Отже, ріст валової продукції сільського господарства у обсязі 4990 тис. грн. у СГК „Летава” Чермеровецького району Хмельницької області було одержано за рахунок приросту вартості основних засобів на 5849 тис. грн., а наявність персоналу в господарстві за досліджуваний період перевищує потребу.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Маркетингову концепцію стратегічного управління персоналом необхідно реалізовувати для формування засад підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку аграрної праці, збалансування кількісно-якісної структури попиту і пропозиції робочої сили, підвищення мотивації і ефективності використання персоналу шляхом створення системи мотиваційних преференцій. В межах сформульованої концепції для суб'єктів господарювання пропонуємо реалізувати такі стратегічні пріоритети: сприятливе трудове середовище та дієва система мотиваційних преференцій; превентивне управління персоналом з урахуванням життєвого циклу товару при формуванні необхідних компетенцій персоналу.

Література.

1. Праця України 2005: [за ред. Н.В. Григорович]. — К. : Держкомстат України, 2006. — 352 с.
2. Праця України 2006: [за ред. Н.В. Григорович]. — К. : Держкомстат України, 2007. — 354 с.
3. Праця України 2007: [за ред. Н.В. Григорович]. — К. : Держкомстат України, 2008. — 406 с.
4. Праця України 2008: [за ред. Н.В. Григорович]. — К. : Держкомстат України, 2009. — 322с.
5. Праця України 2009: [за ред. Н.В. Григорович]. — К. : Держкомстат України, 2010. — 344 с.
6. Кальченко А. Г. Логістика / А.Г. Кальченко. — К. : КНЕУ, 2003. — 284 с.
7. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: [учеб.-метод. пособ.] / М.М. Алексеева. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 326 с.