

**Міністерство освіти і науки України  
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»  
Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств  
Хмельницька облспоживспілка  
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут  
Львівський торговельно-економічний університет  
Полтавський університет економіки і торгівлі  
Вінницький кооперативний інститут**

## **МАТЕРІАЛИ**

**I Всеукраїнської науково-практичної конференції**

### **«ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ: ВІД КОНКУРЕНЦІЇ ДО КООПЕРАЦІЇ»**

**м. Хмельницький  
26 жовтня 2023 р.**

<b>Гнилянська О. В., Рурак В. В.</b> ВИКОРИСТАННЯ МАШИННОГО НАВЧАННЯ ТА АВТОРИЗОВАНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ: ДОСЯГНЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	148
<b>Гнилянська О. В., Череміскін І. М.</b> РОЛЬ АНАЛІТИКИ ДАНИХ У ВДОСКОНАЛЕННІ МЕРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТА ПРИЙНЯТТІ РІШЕНЬ У БІЗНЕСІ.....	150
<b>Гнилянська О. В., Чорній Т. В.</b> РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ: ВІД МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ДО МАРКЕТИНГУ ЧЕРЕЗ SMS.....	151
<b>Жмурко І. В., Філімончук Д. В.</b> СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	154
<b>Забурмеха Є. М., Бойко Р. В., Мельничук В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТОВАНОСТІ ПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	156
<b>Каліна І. І.</b> РЕКЛАМА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ.....	158
<b>Касян С. Я., Буняк В. Б., Саруханова Л. А.</b> АНАЛІЗ ПОТОКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ.....	160
<b>Касян С. Я., Шебанов О. Б., Михайлишин Р. В.</b> ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ШОКОЛАДНОЇ ФАБРИКИ «MILLENNIUM» НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ.....	163
<b>Кібець А. М.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ ПРОДУКТУ.....	164
<b>Ковальчук С.В.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТІ.....	166
<b>Крамаренко А. В.</b> ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ.....	169
<b>Лисенко І. В., Артеменко К. Т.</b> СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ.....	170
<b>Ляшук К. П., Ляшук Т. В.</b> ПОРУШЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В РЕКЛАМІ.....	172
<b>Морохова В.О. , Бойко О.В.</b> ВЗАЄМОДІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	175
<b>Овсієнко Н. В., Овсієнко В. В.</b> ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В НЕПРОСТІ ЧАСИ.....	177
<b>Оганесян В. С., Ільчишин Т. М.</b> СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	179
<b>Паламарчук С. В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	182
<b>Петрикiва О. С.</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ INFLUENCE –МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	184

**Паламарчук С.В.,**  
здобувач наукового ступеня «доктор філософії»  
зі спеціальності 073 Менеджмент,  
Полтавський університет економіки і торгівлі

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання визначається адекватною стратегією ефективного використання та розвитку персоналу, яка є одним з найважливіших інструментів реалізації основних функцій системного управління. [1]

В ході оцінювання можливостей впровадження маркетингової стратегії управління персоналом на підприємствах, необхідно враховувати ймовірнісні події, пов'язані з процесами економічного, соціального і політичного характеру, зі зрушеннями у науково-технічному процесі, а також з існуючими на підприємствах умовами, котрі визначають здатність колективу та організаційно-управлінської системи до змін. Все це має різноспрямований вплив на характер і змістову спрямованість процесу впровадження стратегії. [5]

Послідовність дій щодо впровадження *маркетингової стратегії управління персоналом* не може бути розробленою як однозначний плановий документ, який відстоює конкретні позиції і орієнтований на стратегічні процеси. Тому одним з найбільш важливих принципів розробки послідовності дій стосовно впровадження маркетингової стратегії управління персоналом є багатоваріантність, яка дозволяє розглянути різні ситуації, з якими може зіткнутися діяльність підприємства у розглянутій довготривалій перспективі. [5]

Пріоритетною є система менеджменту, орієнтована на розвиток людського капіталу. На відміну від управління персоналом, яка являє собою цілеспрямований вплив на людську складову організації, орієнтоване на приведення у відповідність можливостей персоналу і цілей, стратегій, умов розвитку організації управління людськими ресурсами передбачає переорієнтацію з потреб персоналу на потреби організації, її стратегічні цілі, проєктовані робочі місця. Збільшуються вкладення у відтворення робочої сили, приділяється увага постійному професійному зростанню співробітників, поліпшенню умов праці. Кадрова політика стає більш активною і цілеспрямованою, вибудовується в систему, яка включає керівників всіх рівнів, у тому числі і вищої ланки. [5]

Стратегічне управління персоналом дає змогу формувати необхідний кадровий персонал, орієнтує виробничу діяльність чи надання послуг відповідно до попиту споживача, здійснює гнучке регулювання та своєчасні зміни в організації, які відповідають виклику оточення і дають змогу досягти певних конкурентних переваг. [1]

Стратегічне управління персоналом підприємства формується з урахуванням стратегічних цілей розвитку, особливостями дії чинників зовнішнього середовища і тенденціями розвитку ринку праці, можливостями ресурсного забезпечення кадрових заходів.

Розробка плану стратегічного управління персоналом підприємства дозволяє, використовуючи різні інструменти стратегії управління персоналом, досягти поставлених цілей.

Розробка стратегії управління персоналом може охоплювати не усі, а тільки окремі її складові, причому набір цих елементів може бути різним залежно від цілей і стратегії розвитку підприємства, завдань управління персоналом. [2]

Стратегія управління персоналом підприємства повинна сприяти посиленню можливостей підприємства (в області персоналу) протистояти конкурентам на відповідному ринку, ефективному використанню сильних сторін підприємства у зовнішньому оточенні; розширенню конкурентних переваг організації за рахунок створення умов для розвитку і ефективного використання кадрового потенціалу, формуванню кваліфікованого, компетентного персоналу; більш повному розкриттю здібностей персоналу до творчого, інноваційного розвитку для досягнення як цілей підприємства, так і його персоналу. [2]

Передумови підвищення ефективності використання персоналу в системі управління підприємством це ефективне застосування інтелектуального, організаторського, творчого потенціалу персоналу за допомогою покращення змісту праці, виключення монотонності та беззмістовності праці; забезпечення безпеки та надійності виробничих процесів; забезпечення нормальних умов праці, раціональних режимів праці та відпочинку; визначення здібностей працівника, встановлення характеристик, які безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність праці. [3]

Інструментами реалізації стратегії управління персоналом є кадрове планування, сучасні програми розвитку персоналу, у тому числі його навчання і кар'єрне просування, соціальні пільги, мотивація і винагорода. [3] Використання наведених інструментів дозволить досягти високого рівня конкурентоспроможності персоналу підприємства.

«Ефективність управління персоналом» поділяється на: економічну і соціальну. Економічна ефективність визначається певними результатами, отриманими від управлінської діяльності, при мінімальних витратах. Соціальна характеризується рівнем задоволеності інтересів зацікавлених сторін, визначається, здебільшого, ступенем досягнення індивідуальних цілей, соціально-психологічним кліматом в колективі, умовами праці тощо. [2]

Стратегічне управління персоналом є програмним способом мислення і управління, що забезпечує узгодження цілей, можливостей підприємства й інтересів працівників підприємства. Даний спосіб передбачає не тільки визначення генерального курсу діяльності підприємства, але і підвищення мотивації, зацікавленості всіх працівників у його реалізації. [2] Особливостями використання маркетингового забезпечення стратегічного планування розвитку персоналу полягає у використанні елементів іміджу та відповідності бренду компанії.

#### **Список використаних джерел**

1. Жоган І. М. Стратегічне управління персоналом підприємства. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2011. №15. С. 285–292.
2. Козенков Д. Є., Крамаренко А. В., Вишневіська М. К., Альошина Т. В. Стратегічне управління персоналом промислового підприємства : монографія. Дніпро : Поліграфцентр «Формат», 2022. 116 с.
3. Peter F. Drucker (2009) Classic Drucker: essential wisdom of Peter Drucker from the pages of Harvard Business Review. – Harvard Business Review Book. – 221 p.
4. Бузько І.Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці: монографія / І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Надьон та ін. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с.
5. Ковальчук С. В. Актуалізація маркетингових стратегій в контексті інноваційного розвитку промислових підприємств : монографія / С. В. Ковальчук. – Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст-2», 2012. – 280 с