AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

УДК 331.101.262:631.1.027
JEL: Q13, J10, M31

Юлія Калюжна, Денис Писаренко, Сергій Нестеренко

Полтавська державна аграрна академія
Україна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

Мета. *Мета статті – охарактеризувати теоретичні аспекти стратегічного управління трудовими ресурсами аграрних підприємств на засадах маркетингу; виявити окремі чинники впливу на трудові ресурси та побудувати схему ефективного стратегічного управління трудовими ресурсами у взаємозв'язку з маркетинговою діяльністю підприємства.*

Методологія / методика / підхід. *У процесі написання статті використано такі методи: логічного узагальнення – для теоретичного обґрунтування сутності маркетингової діяльності, трудових ресурсів; статистичного аналізу – для оцінки чинників, а саме міграційного руху трудових ресурсів із сільської місцевості, що впливає на функціонування аграрних підприємств; системного аналізу – для дослідження та обґрунтування ефективного стратегічного управління трудовими ресурсами на засадах маркетингу – як основного елемента діяльності підприємства.*

Результати. *Нині в Україні однією з основних проблем ефективного ведення агробізнесу є залучення та використання трудових ресурсів. Оскільки трудові ресурси є головною продуктивною силою під час вирішення питань конкурентоспроможності, економічного зростання й забезпечення ефективної діяльності підприємства. Управління трудовими ресурсами є складним процесом і має свої специфічні властивості й закономірності та повинно мати системний характер і завершеність на основі розробки стратегічного управління. Застосування стратегічного управління трудовими ресурсами на засадах маркетингу в аграрних підприємствах дозволить ефективно використовувати економічні, організаційні й технічні можливості виробництва.*

Оригінальність / наукова новизна. *Здійснено спробу дослідити вплив міждержавного міграційного приросту (зниження) сільського населення як негативного фактора зниження трудових ресурсів в аграрних підприємствах і зроблено прогноз на перспективний період.*

Практична цінність / значущість. *Визначено прогнозний рівень міграційного руху трудових ресурсів із сільської місцевості. Розроблено схему взаємозв'язку елементів маркетингу й трудових ресурсів, що сприятиме збільшенню прибутковості підприємств. Запропонована оновлена схема стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства при використанні основаного елемента – трудові ресурси.*

Ключові слова: *аграрне підприємство, маркетинг, стратегічне управління, трудові ресурси.*

Julia Kalyuzhna, Denis Pisarenko, Sergey Nesterenko

Poltava State Agrarian Academy
Ukraine

STRATEGIC MANAGEMENT OF LABOR RESOURCES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKETING

Purpose. *The goal of this paper is to characterize the theoretical aspects of strategic management of labor resources with the marketing principles in agrarian enterprises; to identify individual factors of influence on labor resources and to form a scheme effective strategic management of labor resources in conjunction with marketing activities of the enterprise.*

Methodology / approach. *In the process of writing the article, were used such methods as: logical generalization – for the theoretical substantiation of the marketing activity's and labor resources' essence; statistical analysis – for the estimation of such factors, as migration movement of labor resources from rural areas, which influence on the functioning of agrarian enterprises; system analysis – for research and substantiation of effective strategic management of labor resources with the marketing principles as the main element of the enterprise's activity.*

Results. *Today in Ukraine one of the main problems of effective management of is the attraction and use of labor resources. Since labor is the main productive force in solving the issues of competitiveness, economic growth and ensuring the effective operation of the enterprise. The labor resources management is a complex process and has its own specific properties and regularities and should have systemic character and completeness based on the development of strategic management. Application of strategic management of labor resources with the marketing principles at agrarian enterprises will allow using economic, organizational and technical possibilities of production effectively.*

Originality / scientific novelty. *An attempt to investigate the influence of interstate migration growth (decrease) in the rural population as a negative factor of the labor resources reduction in agrarian enterprises, and the forecast for the prospective period was made.*

Practical value / implications. *The forecasting level of labor migration from the rural areas is determined. The scheme of interconnections between marketing elements and labor resources is developed, which will increase the profitability of enterprises. An updated scheme of strategic management of marketing activity of the enterprise with the use of labor resources as the basic element is proposed.*

Key words: *agricultural enterprise, marketing, strategic management, labor resources.*

Юлия Калюжная, Денис Писаренко, Сергей Нестеренко

Полтавская государственная аграрная академия
Украина

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА

Цель. *Цель статьи – охарактеризовать теоретические аспекты стратегического управления трудовыми ресурсами аграрных предприятий на принципах маркетинга; выявить отдельные факторы влияния на трудовые ресурсы и построить схему эффективного стратегического управления трудовыми ресурсами во взаимосвязи с маркетинговой деятельностью предприятия.*

Методология / методика / подход. *В процессе написания статьи использованы следующие методы: логического обобщения – для теоретического обоснования сущности маркетинговой деятельности, трудовых ресурсов; статистического анализа – для оценки факторов, а именно миграционного движения трудовых ресурсов из сельской местности,*

что влияет на функционирование аграрных предприятий; системного анализа – для исследования и обоснования эффективного стратегического управления трудовыми ресурсами на основе маркетинга – как основного элемента деятельности предприятия.

Результаты. *На сегодняшний день в Украине одной из основных проблем эффективного ведения агробизнеса является привлечение и использование трудовых ресурсов. Поскольку трудовые ресурсы являются главной производительной силой при решении вопросов конкурентоспособности, экономического роста и обеспечения эффективной деятельности предприятия. Управление трудовыми ресурсами является сложным процессом и имеет свои специфические свойства и закономерности и должно иметь системный характер и завершенность на основе разработки стратегического управления. Применение стратегического управления трудовыми ресурсами на принципах маркетинга на аграрных предприятиях позволит эффективно использовать экономические, организационные и технические возможности производства.*

Оригинальность / научная новизна. *Предпринята попытка исследовать влияние межгосударственного миграционного прироста (снижения) сельского населения как негативного фактора снижения трудовых ресурсов в аграрных предприятиях, и сделан прогноз на перспективный период.*

Практическая ценность / значимость. *Определен прогнозный уровень миграционного движения трудовых ресурсов из сельской местности. Разработана схема взаимосвязи элементов маркетинга и трудовых ресурсов, что будет способствовать увеличению прибыльности предприятий. Предложенная обновленная схема стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятия при использовании основанного элемента – трудовые ресурсы.*

Ключевые слова: *аграрное предприятие, маркетинг, стратегическое управление, трудовые ресурсы.*

Постановка проблеми. Нині управління трудовими ресурсами аграрних підприємств на засадах маркетингу є актуальною проблемою. Це пов'язано з тим, що в умовах ринку найважливішим джерелом успіху підприємства в конкурентній боротьбі є його трудові ресурси. Саме трудові ресурси здатні організувати роботу підприємства в такому напрямі, щоб ефективно забезпечити досягнення встановлених стратегічних цілей агроформування на основі маркетингової діяльності. Наразі однією з проблем є те, що тривале зниження темпів розвитку економіки зумовило погіршення професійної якості трудових ресурсів та їх використання. Тому в умовах стратегічного управління необхідним стає пошук елементів і напрямів ефективного використання трудових ресурсів на засадах маркетингу для забезпечення високої прибутковості аграрних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти маркетингової діяльності та управління маркетингом у підприємствах досліджували закордонні та українські вчені: Г. Амстронг і Ф. Котлер [1], Л. Балабанова [2], М. Белявцев і В. Воробйов [3], Н. Карпенко [4], Т. Мордвінцева [5], Д. Мусієнко [6], П. Орлов [7], К. Туболець [8] та багато інших.

Згідно з визначенням Г. Амстронга та Ф. Котлера, «маркетинг – це система різних видів діяльності підприємства, що пов'язані між собою й охоплюють планування, ціноутворення, продаж, доставку товарів і надання послуг, у яких є

потреба у наявних або потенційних споживачів, а також вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб через обмін» [1, с. 19].

Багато науковців уважають, що маркетингова діяльність має за мету забезпечити: надійну, достовірну й своєчасну інформацію про ринок, структуру й динаміку конкретного попиту, смаки й переваги покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства; створення такої продукції, що повніше задовольняє вимоги ринку, ніж продукція конкурентів; необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації [4, 6, 7].

У свою чергу автор К. Туболець надає управлінню маркетингу таке визначення: «управління маркетингом – це аналіз, планування, втілення в життя й контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких як, зокрема, отримання прибутку, зростання обсягу збуту, збільшення частки ринку» [8]. Водночас Т. Мордвінцева вважає, що головною метою стратегічного маркетингового управління є забезпечення розвитку й високої результативності діяльності підприємства через задоволення потреб покупців [5]. М. Белявцев і В. Воробйов зазначають, що: «маркетингове управління на підприємстві можна здійснювати лише тоді, коли його організаційна діяльність базується на принципах маркетингу, коли вся діяльність зорієнтована на кінцевого споживача продукції, у той час, коли відділи менеджменту виробництва, фінансів, персоналу, дослідження й розроблення об’єднають зусилля для задоволення його потреб» [3, с. 17].

Дослідженню теоретичних, методичних і стратегічних аспектів використання трудових ресурсів підприємства загалом та оцінки ефективності використання персоналу зокрема присвячено наукові праці В. Романішина [9], В. Травіна [10], А. Тітікової [11] та ін. Так, В. Романішин трудові ресурси вважає головною продуктивною силою суспільства [9]; В. Травін визначає трудові ресурси як частину населення країни, яка володіє фізичним розвитком, розумовими здібностями та знаннями, необхідними для заняття суспільно-корисною працею [10, с. 518]; А. Тітікова стверджує: «Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає тій чи іншій сфері діяльності» [11].

Зарубіжні вчені вивчають різні підходи та елементи ефективного використання трудових ресурсів. Так, K. Kosec, H. Ghebru, B. Holtemeyer, V. Mueller, E. Schmidt вивчали питання щодо проблем міграційного руху трудових ресурсів сільських територій [12]; A. Olper, V. Raimondi, D. Cavicchioli, M. Vigani вивчали влив оплати праці трудових ресурсів на їх міграцію та загальний економічний ефект у сільськогосподарській галузі в країнах ЄС [13]; A. Drichoutis, A. Vassilopoulos, J. Lusk, R. Nayga досліджували причини незадоволення умовами праці та оплати в аграрній сфері та займалися пошуком альтернатив вирішення цієї проблеми [14].

Але, незважаючи на велику кількість досліджень, проблема формування теоретичних і практичних підходів щодо визначення ефективної стратегічної маркетингової діяльності та використання трудових ресурсів підприємства в сучасних умовах залишається актуальною і зумовлює необхідність проведення досліджень у цій сфері. Функціонування аграрного підприємства в сучасних ринкових умовах викликає об'єктивну необхідність вивчення та вдосконалення стратегічного управління трудовими ресурсами суб'єкта господарювання при використанні основних елементів маркетингу.

Мета статті – охарактеризувати теоретичні аспекти стратегічного управління трудовими ресурсами аграрних підприємств на засадах маркетингу; виявити окремі чинники впливу на трудові ресурси та побудувати схему ефективного стратегічного управління трудовими ресурсами у взаємозв'язку з маркетинговою діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинг є невід'ємною частиною ведення бізнесу та одним з найважливіших інструментів у досягненні поставлених цілей підприємства: вплив на рівень, час і характер попиту споживачів. Для успішного управління маркетингом на сучасному етапі є інформаційне сприяння вирішенню завдань, пов'язаних з оптимізацією використання ресурсів, забезпечення ефективного використання фінансових, трудових та інформаційних ресурсів у межах економічної одиниці та національної економіки зокрема [15].

Організація стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства є процесом пристосування до обраних маркетингових стратегій з метою їх повної ефективної реалізації.

Традиційне поняття стратегії засноване на уявленні про неї як про один із процесів управління організацією, зокрема: стратегія у своєму розвитку проходить два етапи (розроблення та впровадження); стратегія складається з безлічі рішень, уключаючи аналіз ресурсів і формування загальних цілей і варіантів можливої їх реалізації, але без урахування обмежень, які з'являються на етапі реалізації; стратегія має стосунок переважно до зовнішньої сфери діяльності організації (держава, збут продукції, конкуренція), а не до внутрішньої (культура організації, очікування персоналу, структура) [16, с. 16].

Нині особливе місце в аграрній сфері займають трудові ресурси, які є частиною населення, що має здібності, загальноосвітні й професійні знання, необхідні для роботи в суспільному господарстві. Головним критерієм для обчислення кількості трудових ресурсів є вік. Межі працездатного (робочого) віку в різних країнах установлено законом. У визначенні нижньої межі працездатного віку істотних відмінностей між державами немає, а щодо верхньої межі розбіжності сягають 20 років. У більшості країн світу її встановлено на рівні 60–65 років (Естонія – 63, США – 65), у країнах із високою тривалістю життя (наприклад, Данія, Швеція) – 67 і навіть 70 років (Норвегія), у багатьох країнах Азії та Африки вік виходу на пенсію визначено на рівні 50 років [17, с. 15–16].

Як зазначає Ж. Балабанюк, що: «В умовах сьогодення український ринок праці в очікувані кардинальних структурних змін:

по-перше, зростання питомої ваги віддаленої праці (уже тепер близько 35 % компаній України мають віддалених працівників). Це істотно впливає на розподіл трудових ресурсів між регіонами України. Компанії, будуючи стратегії залучення та найму персоналу, досить часто вибирають стратегію формування віддалених команд, у тому числі в регіонах України;

по-друге, чергова хвиля масової трудової міграції та еміграції з України. При цьому особливістю трудової міграції нині, є те, що українці виїжджають за кордон сім'ями, забираючи дітей, тобто цілими родинами. Посилюється тенденція навчання українців за кордоном, починаючи зі школи та і закладах вищої освіти. Так, наприклад, у Польщі навчається близько 17 тис. українських студентів, а всього в європейських закладах вищої освіти навчається більше 60 тис. українців» [18].

«У вересні 2016 р. на XXVI Економічному форумі в Криниці віце-прем'єр і міністр економіки Польщі Я. Пехочіньскій заявив, що Польща готова прийняти від 1 до 2 млн громадян України й офіційно їх працевлаштувати. При цьому, у 2016 р. Польща видала 1,3 млн дозволів на роботу для українців. Водночас українці у 2016 р. склали 57 % трудових мігрантів в Естонії за даними Департаменту поліції і прикордонної охорони Естонії. Угорщина може запропонувати українцям не менше ніж 50 тис. вакансій і спрощує процедуру видачі дозволів на роботу. У відповідності до підписаної угоди між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль про тимчасове працевлаштування українських працівників в окремих галузях на ринку праці Держави Ізраїль (2016 р.), 20 тис. українських будівельників поїхали для роботи в будівельні галузі для Ізраїлю» [18].

Проте лише описової характеристики міграційного руху населення недостатньо для дослідження, тому для виявлення взаємозв'язків між факторами міграційної активності населення в статті застосовано економетричний метод прогнозування за допомогою трендових моделей на основі графічних даних.

Отже, на основі проведеного аналізу динаміки рівня міждержавного міграційного руху відзначимо, що останніми роками спостерігається зменшення міграційного приросту сільського населення України, про що свідчать дані, наведені на рис. 1.

Обробку даних, аналіз одержаних результатів і прогнозування рівня міждержавного міграційного руху сільського населення України проведено з використанням шести типів моделей тренду: лінійна, логарифмічна, степенева, експоненціальна, поліноміальна 2-го ступеня та поліноміальна 3-го ступеня.

Як відомо, рівняння прямої має вигляд: $Y = a_1 X + a_0$, де a_1 та a_0 – коефіцієнти рівняння. Під час дослідження міграційного приросту (скорочення) за допомогою лінійної моделі одержано рівняння $Y = -697{,}96X + 7019{,}86$ та

коефіцієнт детермінації R^2 = 0,66.

Результатом дослідження міграційного приросту (скорочення) сільського населення за допомогою логарифмічної моделі є виробнича функція $Y = -1721{,}74LN(X) + 6324{,}87$ та коефіцієнт детермінації R^2 = 0,41.

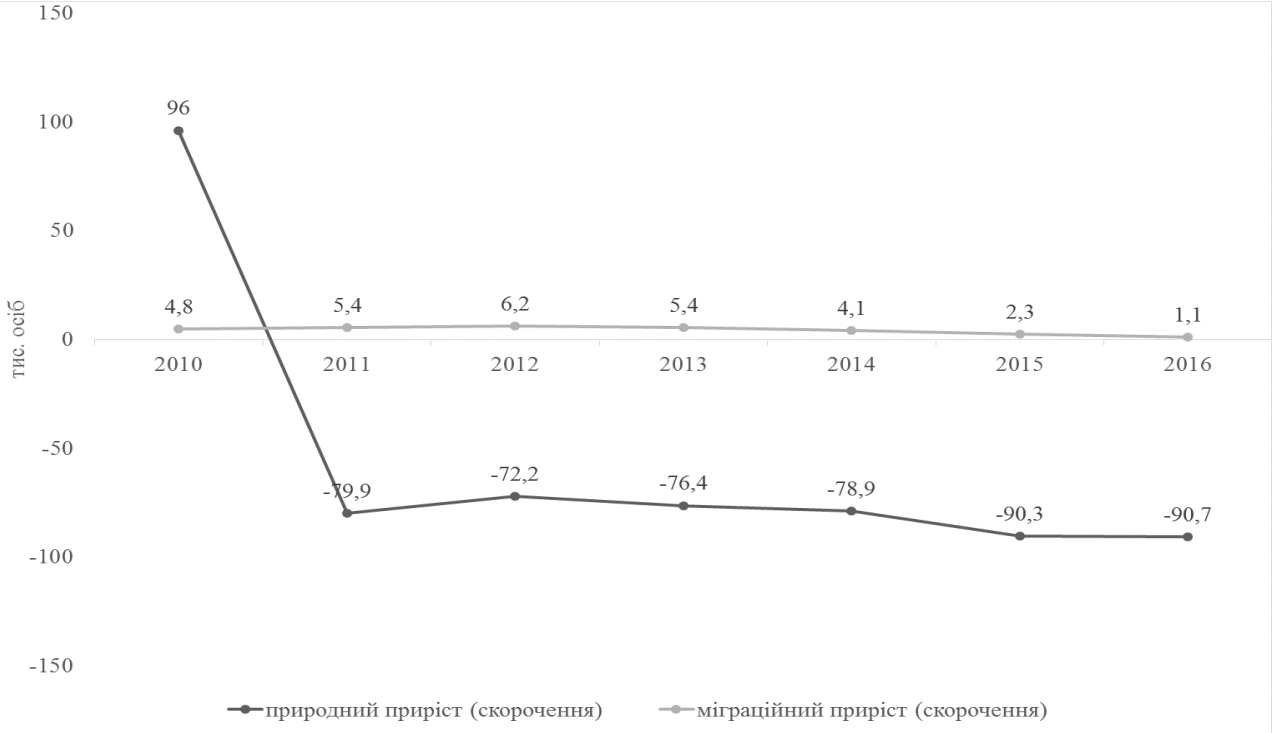

Рис. 1. Динаміка міграційного та природного руху сільського населення України, 2010–2016 рр.

Джерело: складено на основі даних [19].

Рівняння степеневої лінії тренду має вигляд: $Y = a_1 X^{a_0}$. Степенева лінія тренду міграційного приросту (скорочення) сільського населення має вигляд $Y = 7502{,}93X^{-0{,}58}$, коефіцієнт детермінації становить R^2 = 0,41.

Рівняння експоненціальної лінії тренду міграційного приросту (скорочення) сільського населення має такий вигляд: $Y = 9399{,}94EXP^{-0{,}23X}$, коефіцієнт детермінації становить R^2 = 0,66.

Поліноміальну лінію тренда будують відповідно до рівняння $Y = a_0 + a_1X + a_2X^2 + \cdots + a_nX^n$, де коефіцієнти a_0, a_1, $a_{2...}$ a_n – константи, значення яких визначаються під час побудови; n – ступінь поліному.

Рівняння поліноміальної лінії тренду 2-ступеня рівня міждержавного міграційного руху сільського населення України має такий вигляд: $Y = -271{,}11x^2 + 1470{,}89x + 3766{,}57$ та коефіцієнт детермінації R^2 = 0,96.

Рівняння поліноміальної лінії тренду 3-ступеня міждержавного міграційного руху сільського населення України має такий вигляд: $Y = 38{,}83x^3 - 737{,}11x^2 + 3063{,}06x + 2368{,}57$ та коефіцієнт детермінації R^2 = 0,98.

Результати проведеного дослідження рівня міждержавного міграційного

руху сільського населення України можна згрупувати, порівняти коефіцієнти детермінації та скласти прогноз на наступний період (табл. 1).

Таблиця 1

Результати дослідження рівня міждержавного міграційного руху сільського населення України за допомогою моделей тренду

Модель тренду	R^2
Лінійна $Y = -697{,}96X + 7019{,}86$	0,66
Логарифмічна $Y = -172{,}74LN(X) + 6324{,}87$	0,41
Степенева $Y = 7502{,}93X^{-0{,}58}$	0,41
Експоненціальна $Y = 9399{,}94EXP^{-0{,}23X}$	0,66
Поліноміальна 2- ступеня $Y = -271{,}11x^2 + 1470{,}89x + 3766{,}57$	0,96
Поліноміальна 3 – ступеня $Y = 38{,}83x^3 - 737{,}11x^2 + 3063{,}06x + 2368{,}57$	0,98

Джерело: побудовано на основі даних рис. 1.

Найкращою моделлю для економічного аналізу та дальшого прогнозу є та лінія тренду, де коефіцієнт детермінації R^2 найближчий до одиниці, що характеризує вищу достовірність значень лінії тренда до фактичних даних. Отже, можна зазначити, що для дослідження та прогнозування рівня міждержавного міграційного руху сільського населення України за допомогою моделей тренду в нашому випадку доцільно використовувати поліноміальну модель тренду 3-ступеня, оскільки ця модель точніше за інші описує фактичні й теоретичні значення рівня міждержавного міграційного руху сільського населення, має високий коефіцієнт детермінації $R^2 = 0{,}98$, що в порівнянні з іншими моделями найближче до 1 і свідчить про достовірність вибраної моделі.

У результаті дослідження одержано прогноз рівня міждержавного міграційного руху сільського населення України за допомогою поліноміальної моделі тренду 3-ступеня на 2019 і 2020 рр. – 1010 осіб і 961 осіб відповідно.

Як показав аналіз центру науки, інновацій та інформатизації, на більшості підприємств аграрної галузі у працівників немає фундаментальної мотивації для ефективної діяльності, вони не беруть на себе повну відповідальність за прийняття й реалізацію управлінських рішень, не ототожнюють себе з підприємством. Саме це зумовлює якісний підбір кадрів й ефективне їх використання, а, отже, необхідність розробки стратегії управління персоналом і використання людського потенціалу [16, с. 45].

Саме стратегія розвитку підприємства включає аналіз основних функцій діяльності: управління персоналом, маркетингової, виробничої та фінансової. Маркетингова стратегія дозволяє підприємству обґрунтувати вид діяльності, здійснити оцінку інструментів маркетингу (товар, ціну, напрями розвитку), формувати виробничу програму, планувати потребу в ресурсах. У зв’язку із цим, можна виділити основні стратегічні напрями: 1) стратегії розвитку продукту; 2) стратегії проникнення на ринки; 3) стратегії зростання підприємства [20, с. 125]. На основі цього твердження зобразимо схему

взаємозв'язку основних елементів стратегічного управління аграрного підприємства та його розвитку (рис. 2).

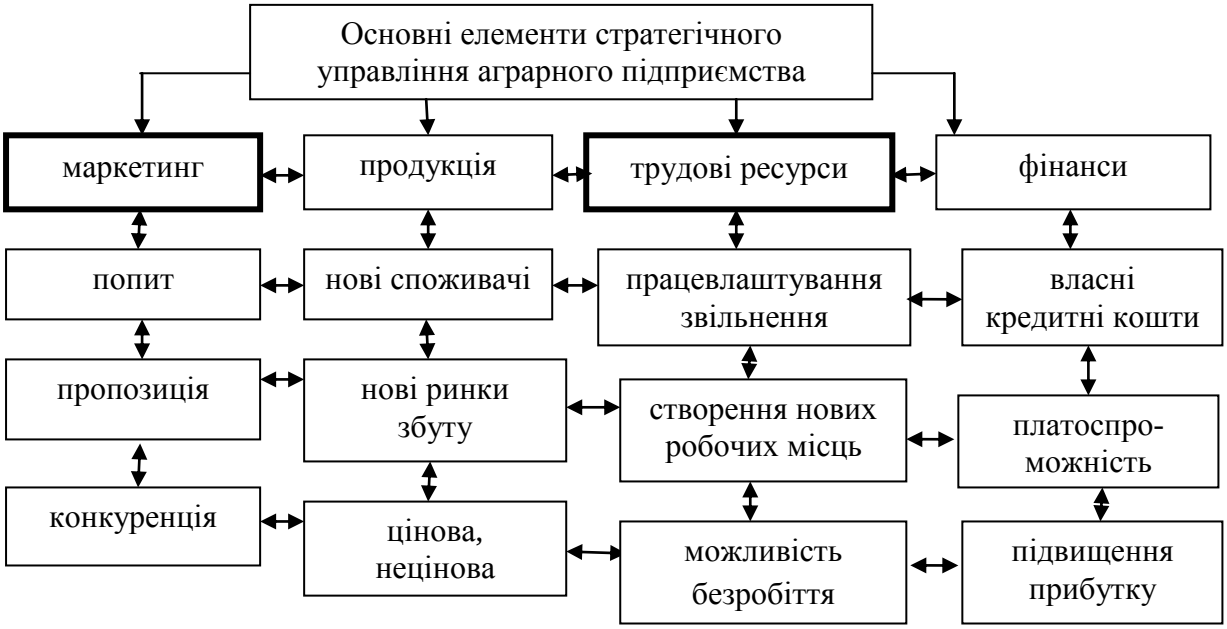

Рис. 2. Схема взаємозв'язку елементів стратегічного управління аграрного підприємства та його розвитку

Джерело: власна розробка.

Як бачимо з рисунка, всі елементи взаємопов'язані, раціональне використання трудових ресурсів сприяє збільшенню обсягу виробництва продукції, зниженню собівартості продукції та зростанню прибутку. Отже, забезпечення робочою силою перебуває в тісному зв'язку із обсягом виробництва та реалізації продукції, оскільки від попиту та пропозиції на продукцію залежить кількість залучення (звільнення) працівників і прибутковість (збитковість) у цілому по підприємству.

Ефективне стратегічне управління аграрним підприємством майже неможливе без активного використання трудових ресурсів. Досягнення цієї збалансованості може бути забезпечене за рахунок упровадження стратегічного управління на засадах маркетингу, оскільки це дасть змогу узгоджувати взаємозв'язки між ринковими умовами, можливостями підприємства з інтересами кожного працівника та сприятиме зростанню результативності виробництва без залучення додаткових ресурсів.

Можемо зазначити, що для ефективної та успішної реалізації діяльності персоналу в аграрних підприємствах необхідним елементом є створення системи та розроблення стратегії управління трудовими ресурсами на засадах маркетингу. Отже, для успішного функціонування підприємства на ринку нині необхідним є здійснення стратегічного управління, оскільки воно дає змогу управляти ризиками та стабільно розвиватися (рис. 3).

Основою для розроблення заходів щодо ефективного стратегічного управління трудовими ресурсами аграрного підприємства на засадах

маркетингу є інформація про зовнішні та внутрішні чинники, які впливають на забезпечення підприємств основними елементами діяльності.

Рис. 3. Схема стратегічного управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства

Джерело: власна розробка.

Основними зовнішніми чинниками є:

- ситуація на ринку в регіоні, де функціонує підприємство;
- попит і пропозиція на трудові ресурси та на продукцію підприємства;
- знання споживача про продукцію, її якість і технологію виробництва;
- формування вимог до кваліфікації працівників;
- визначення особливостей пріоритетних потреб населення;
- чинне законодавство в аграрній сфері та його можливі зміни.

У свою чергу, основними внутрішніми чинниками є:

- місія підприємства та його стратегічні цілі;
- фінансові ресурси, що підприємство може витратити на здійснення маркетингових заходів;
- трудові ресурси підприємства.

Отже, діяльність підприємств аграрної галузі пов’язана з необхідністю забезпечення ефективного використання трудових ресурсів. Саме реалізація стратегічного управління на засадах маркетингу є запорукою досягнення основних цілей підприємства, оскільки ефективна стратегія управління є засобом раціонального використання трудових ресурсів.

Висновки. Нині в Україні однією з основних проблем ефективного

ведення агробізнесу є залучення та використання трудових ресурсів. Оскільки трудові ресурси є головною продуктивною силою під час вирішення питань конкурентоспроможності, економічного зростання й забезпечення ефективної діяльності підприємства. Управління трудовими ресурсами є складним процесом і має свої специфічні властивості й закономірності та повинно мати системний характер і завершеність на основі розробки стратегічного управління. Стратегічне управління трудовими ресурсами на засадах маркетингу здійснюють у контексті місії аграрного підприємства та його фундаментальних завдань, щоб забезпечити досягнення поставлених цілей в умовах змінного економічного середовища.

Аналіз динаміки й визначення прогнозного рівня міграційного руху трудових ресурсів із сільської місцевості України свідчить про необхідність вирішення питання щодо його зниження шляхом поліпшення умов праці та життя, а також підвищення заробітної плати.

Розроблено схему взаємозв'язку елементів маркетингу й трудових ресурсів, використання якої сприятиме збільшенню ефективності роботи підприємств. Запропонована оновлена схема стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства при використанні основаного елемента – трудові ресурси. Застосування стратегічного управління трудовими ресурсами на засадах маркетингу в аграрних підприємствах дозволить ефективно використовувати виробничий потенціал.

Список використаних джерел

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг; пер. с англ. 5-е изд. Москва: Вильямс, 2007. 824 с.

2. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід. Донецьк: ДонДУЕТ, 2008. 294 с.

3. Белявцев М. И., Воробьев В. Н. Маркетинговый менеджмент: учеб. пособие. Донецк: ДонНУ, 2004. 545 с.

4. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 252 с.

5. Мордвінцева Т. В. Стратегічне маркетингове управління діяльністю підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2007. № 23. С. 41–43.

6. Мусиенко Д. О. Сущность маркетинговой деятельности на предприятиях. *Молодой ученый*. 2013. № 6. С. 383–386.

7. Орлов П. А., Лисиця Н. М., Холодний Г. О. та ін. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку: наукове видання. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 212 с.

8. Туболець К. Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер.: Державне управління*. 2012. Вип. 174. Т. 186. С. 129–132.

9. Романишин В. О. Рынок труда Украины: современное положение и пути реформирования. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 6. С. 214–219.

10. Травин В. В. Кадровая политика в современных условиях. Москва: Инфра-М, 2010. 590 с.

11. Тітікова А. О., Дидленко В. І., Шевченко О. О. Трудовий потенціал підприємства. *Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент*. 2012. Вип. 9(2). С. 518–523.

12. Kosec K., Ghebru H., Holtemeyer B., Mueller V., Schmidt E. The Effect of Land Access on Youth Employment and Migration Decisions: Evidence from Rural Ethiopia *American Journal of Agricultural Economics*. 2018. Vol. 100. Is. 3. Pp. 931–954. https://doi.org/10.1093/ajae/aax087.

13. Olper A., Raimondi V., Cavicchioli D., Vigani M. Do CAP payments reduce farm labour migration? A panel data analysis across EU regions. *European Review of Agricultural Economics*. 2014. Vol. 41. Is. 5. Pp. 843–873. https://doi.org/10.1093/erae/jbu002.

14. Drichoutis A., Vassilopoulos A., Lusk J., Nayga R. Consumer preferences for fair labour certification. *European Review of Agricultural Economics*. 2017. Vol. 44. Is. 3. Pp. 455–474. https://doi.org/10.1093/erae/jbx002.

15. Афанасьева И. И., Кудацкая Т. С. Взаимосвязь учета и контроля как функций управления. *Вестник Восточноукр. национ. ун-та им. В. Даля*. 2010. № 11 (153). С. 23–25.

16. Стратегічне управління людськими ресурсами як елемент модернізації системи державної служби. Івано-Франківськ: Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації, 2012. 193 с. URL: http://www.dbuapa.dp.ua/cpk/Lib/3/Navch_posibnik.pdf

17. Решетило В. П., Міщенко Н. С., Шубна О. В. Трудові ресурси регіонів: просторове розміщення та підвищення ефективності використання: монографія. Харків: ХНУМГ, 2014. 157 с.

18. Українці на експорт: для кого готує Україна трудові ресурси. URL: https://ukr.lb.ua/blog/zhanna_balabaniuk/374156_ukraintsi_eksport_gotuie.

19. Населення України за 2016 рік: демографічний щорічник. Державна служба статистики України; за ред. М. Б. Тімоніна. Київ, 2017. 134 с.

20. Чувакова С. Г. Стратегический маркетинг. Москва: Издательство «Дашков и Ко». 2010. 272 с.

References

1. Armstrong, G. and Kotler, F. (2007), *Vvedenie v marketing* [Marketing: An Introduction], 5nd ed, VD Viliams, Moscow, Russia.

2. Balabanova, L. V. (2008), *Marketynhove upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: stratehichnyi pidkhid* [Marketing management the competitiveness of enterprises: a strategic approach], DonDUET, Donetsk, Ukraine.

3. Beliavtsev, M. Y. and Vorob'ev, V. N. (2004), *Marketynhovyi menedzhment* [Marketing of Management], DonNU, Donetsk, Ukraine.

4. Karpenko, N. V. (2016), *Marketynhova diialnist pidpryiemstv: suchasnyi*

zmist [Marketing activity of enterprises: modern content], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

5. Mordvintseva, T. V. (2007), Strategic marketing management of activity of enterprises. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 23, pp. 41–43.

6. Musyenko, D. O. (2013), The essence of marketing activity at the enterprises. *Molodoj uchenyj*, no. 6, pp. 383–386.

7. Orlov, P. A. Lysytsia, N. M. and Kholodnyi, H. O. et al. (2015), *Suchasnyj marketynh: analiz i perspektyvy rozvytku* [Modern marketing: analysis and prospects of development], KhNEU, Kharkiv, Ukraine.

8. Tubolets, K. G. (2012), Ways of improving the management of marketing activity of agricultural enterprises. *Proceedings Petro Mohyla Black Sea State University complex «Kyiv-Mohyla Academy». Ser. Public administration,* vol. 174, part 186, pp. 129–132.

9. Romanyshyn, V. O. (2004), The labor market of Ukraine: current situation and ways of reforming. *Actual problems of economics*, no. 6, pp. 214–219.

10. Travyn, V. V. (2010), *Kadrovaja politika v sovremennyh uslovijah* [Personnel policy in modern conditions], Infra-M, Moscow, Russia.

11. Titikova, A. O., Dydlenko, V. I. and Shevchenko, O. O. (2012), Labour potential of enterprise. *Ekonomichni nauky. Ser: Ekonomika ta menedzhment*, vol. 9(2), pp. 518–523.

12. Kosec, K., Ghebru, H., Holtemeyer, B. Mueller, V. and Schmidt, E. (2018), The Effect of Land Access on Youth Employment and Migration Decisions: Evidence from Rural Ethiopia. *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 100, is. 3, pp. 931–954. https://doi.org/10.1093/ajae/aax087.

13. Olper, A., Raimondi, V., Cavicchioli, D. and Vigani, M. (2014), Do CAP payments reduce farm labour migration? A panel data analysis across EU regions. *European Review of Agricultural Economics*, vol. 41, is. 5, pp. 843–873. https://doi.org/10.1093/erae/jbu002.

14. Drichoutis, A., Vassilopoulos, A., Lusk, J. and Nayga, R. (2017), Consumer preferences for fair labour certification. *European Review of Agricultural Economics*, vol. 44, is. 3, pp. 455–474. https://doi.org/10.1093/erae/jbx002.

15. Afanaseva, Y. Y. and Kudatskaia, T. S. (2010), The relationship of accounting and control as the control functions. *Vestnyk Vostochnoukr. natsyon. un-ta ym. V. Dalia*, no. 11(153), pp. 23–25.

16. *Stratehichne upravlinnia liudskymy resursamy yak element modernizatsii systemy derzhavnoi sluzhby* (2012), [Strategic management of human resources as an element of modernization of the civil service system], Ivano-Frankivskyi tsentr nauky, innovatsii ta informatyzatsii, Ivano-Frankivsk, Ukraine.

17. Reshetylo, V. P., Mischenko, N. S. and Shubna, O. V. (2014), *Trudovi resursy rehioniv: prostorove rozmishchennia ta pidvyshchennia efektyvnosti vykorystannia* [Labor resources of regions: spatial allocation and increase of efficiency of use], KHNUMG, Kharkiv, Ukraine.

18. *Ukraintsi na eksport: dlia koho hotuie Ukraina trudovi resursy* [Ukrainians

for export: for whom Ukraine prepares labor resources], available at: https://ukr.lb.ua/blog/zhanna_balabaniuk/374156_ukraintsi_eksport_gotuie

19. State Statistics Service of Ukraine (2017), Naselennia Ukrainy za 2016 rik. Demohrafichnyi shchorichnyk [Population of Ukraine for 2016. Demographic yearbook], State Statistics Service of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

20. Chuvakova, S. H. (2010), *Stratehycheskyi marketynh* [Strategic marketing], Izdatel'stvo «Dashkov i Ko», Moscow, Russia.

How to cite this article? Як цитувати цю статтю?

Стиль – ДСТУ:

Калюжна Ю., Писаренко Д., Нестеренко С. Стратегічне управління трудовими ресурсами аграрних підприємств на засадах маркетингу. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. No. 2. Pp. 55–68. URL: www.are-journal.com.

Style – Harvard:

Kalyuzhna, Ju., Pisarenko, D. and Nesterenko, S. (2018), Strategic management of labor resources of agricultural enterprises on the basis of marketing. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, [Online], vol. 4, no. 2, pp. 55–68, available at: www.are-journal.com.