

Інформування включає доведення до відома працівника і пояснення йому тих дій, які потрібно виконати, декількома шляхами:

– пряме інформування – коли керівник повідомляє про завдання, основні стани і показники діяльності;

– створення орієнтовних ситуацій – тобто представлення певної управлінської ситуації, яка має декілька варіантів розвитку подій;

– особистий приклад керівника – коли інформація доводиться до співробітників у демонстраційній формі, тобто здійснюється на практиці [2].

Використання таких засобів позитивно впливає на ефективність діяльності, але потребує високого рівня професійної підготовки самого керівника.

Нормування охоплює сукупність способів, які ґрунтуються на встановленні норм, регламентації дій працівників. До них належать:

1. Дозвіл – спосіб впливу на виконавців шляхом нормативних документів, в яких описуються дії, необхідні для виконання ними певної діяльності. Головним чином це дії, реалізація яких спрямована на підвищення ефективності, але пов'язана з певним ризиком. Наприклад, дозвіл на розробку нових туристичних маршрутів.

2. Заборона – протилежний попередньому спосіб впливу: нормативно заборона встановлюється на дії виконавця, які можуть негативно вплинути на систему управління і викликати небажані наслідки. Наприклад, у ситуації відмови туриста від подорожі. Залежно від рівня управління, характеру порушень передбачається відповідальність винних, яка може бути: дисциплінарною, адміністративною, громадянсько-правовою, кримінально-правовою.

3. Припис – нормативний документ, який містить опис дій виконавця, які необхідно обов'язково виконати для забезпечення ефективної діяльності.

За невиконання таких норм може передбачатися дисциплінарна відповідальність.

Таким чином, головна мета застосування соціально-психологічних методів – формування в колективі сприятливого соціально-психологічного клімату. Завдання будь-якого керівника полягає в тому, щоб виховувати і підтримувати високі почуття власної гідності у своїх підлеглих. Люди з високим рівнем такого почуття відрізняються послідовністю дій, легше справляються зі своїми внутрішніми конфліктами, проявляють високий рівень самоконтролю. Це – врівноважені, тактичні, спокійні і незалежні люди. Вони постійно підвищують свій рівень загального розвитку, ретельно виконують покладені на них обов'язки тощо.

Список використаних джерел

1. Бердник А.А. Мотивування персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Технології та дизайн: економіка, фінанси, менеджмент*. 2013. № 1 (6). URL: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/td/2013_1/13baasug.pdf (дата звернення: 15.05.2022)

2. Войнаш Л.Г. Кадрова політика підприємства в сучасних умовах розвитку національної економіки. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 1 (10). URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2011/1/6.pdf> (дата звернення: 15.05.2022)

УДК 658.8

Odeh Yezhovok, student; Gryshko V.V., PhD in Economics, Associate professor
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic» (Poltava, Ukraine)

MARKETING MANAGEMENT IS THE WAY TO FIND OUT THE OPPORTUNITIES WHICH ARE PROFITABLE

Marketing management is a process of controlling the marketing aspects, setting the goals of a company, organizing the plans step by step, taking decisions for the firm, and executing them to get the maximum turn over by meeting the consumers' demands. A person who is a marketing manager must do a deep study to have the idea of actually what is marketing management and how

to make it better in your firm's favor. Marketing management is based on product, place, price, and promotion to attract consumers.

These four Ps are decided by the management of the company according to the demand of customers what they want to buy, with suitable market prices and easy to find either in stores or online. Marketing management has to deal and make inflow of these elements for business survival.

Marketing management is of importance as it helps to stand competent in highly thriving competition in the market. This also helps to develop strategies to improve profits and reduce the cost of products. Marketing management has become the major source of exchange and transfer of goods.

A good company is recognized by its reputation in the market. The marketing includes selling, buying, exchanging, transporting goods which build its reputation. If a company falls well on these parameters, it stands firm and gains a clear and good reputation among the public which is the sole of a business and cannot be denied.

If a good reputation is built, it will be beneficial for the company for its growth and promotion. When it comes to reputation, good and reputable companies do not compromise for this at all and try. Companies with a good reputation get more opportunities to grow and get more tenders to make them market competent and economically strong.

Marketing management decides the ways to beat the market competition and make good sales. They develop plans to advertise their products in an affected way and when the products are advertised, they are on the radar to be viewed and known by the public.

Advertisements help to spread the product description to a great level through friends and family. Suppose when a girl came to know about the flat 50 percent sale on the clothing brands she will tell her friends and family, spreading the advertisement of that brand's products lively [1]. The marketing management helps to promote new ideas which are depending upon the benefits and offers for the public to be grabbed quickly.

Marketing management stays up to date and evaluates the reviews of the products launched in the market. They work for the development of products by taking into account the raw materials, technologies, and good innovations that they could get good reviews and popularity in public. Products are passed through different processes to make sure that they are able to be delivered to the market for customer use.

The products of a company cannot be sold without being easily available and advertised. Marketing management makes sure that either their products are known by the public.

Marketing management is the backbone to run a successful and reputable business as it does perform different tasks to achieve their company's goals that have been set previously in the company mission statement. This information talks about the importance of marketing management as it is dealing with different internal and external factors to earn meaningful outcomes.

References

1. Marketing-management. URL: <https://www.wrike.com/marketing-guide/marketing-management/>

УДК 330.34

Плинокос Д.Д., к.е.н., доцент

Кривохлябова О.В., старший лаборант

Національний університет «Запорізька Політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

ОРИЄНТИРИ РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

У воєнний та повоєнний час, при відновленні та відбудови України особливого значення набувають довгострокове планування та менеджмент заснований на доктрині сталого розвитку. В Україні основні цілі сталого розвитку були затверджені указом