



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА  
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**76-ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ,  
ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ,  
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

**ТОМ 1**

**14 травня – 23 травня 2024 р.**

### Література

1. Крикавський Є. В. *Логістика та управління ланцюгами поставок : підручник / Є. В. Крикавський, О. А. Похильченко, М. Фертч . — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2020 . — 848 с.*
2. Пруненко Д. О. *Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Управління ланцюгом постачань» / Д. О. Пруненко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. — Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. — 140 с.*
3. Кривовяз І. Смерічевський С, Кулик Ю. *Ризикменеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств: монографія. Київ: Кондор, 2018. 200 с.*
4. Набока Р. М., Шукліна В. В. *Вплив інтеграції логістичних ланцюгів поставок на підвищення потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 4. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.87>*
5. Петруня Ю. Є., Пасічник Т. О. *Вплив новітніх технологій на логістику та управління ланцюгами поставок. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 130-139. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-09>.*

УДК 005.322:331.108.2(477)

*А.О. Чайкіна, к.е.н., доц.  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

## **САМОМЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ**

На сьогоднішній момент зростає актуальність впровадження концепції навчання протягом всього життя (LLC – long life learning), яка передбачає, що поряд з формальною освітою набуває поширення неформальна та інформальна освіта. Особливістю неформальної та інформальної освіти є те, що людина має вибір курсів чи тем, які дозволять отримати нові компетентності, формування індивідуального графіку навчання, можливість отримати сертифікат, який засвідчує працедавцю оволодіння тими навичками, які необхідні для підприємства. Якісна неформальна освіта має задовольняти наступні критерії: легкість сприйняття, задовільна вартість курсу, можливість проходити навчання у будь-який час з відкритим доступом до матеріалів і після закінчення курсу.

Під час війни, процес навчання не зупиняється, проходить процес адаптації до реалій нашого часу. Працівники мають самостійно визначати стратегію власного особистісного розвитку в цифровому середовищі. В такому контексті на допомогу приходить самоменеджмент, оскільки передбачає впровадження методик з раціонального використання наявних ресурсів, до яких відносимо час, енергію, здоров'я, інтелектуальні та фізичні здібності тощо. Відповідно застосування самоменеджменту в

управлінні персоналом під час війни передбачає створення ефективної взаємодії всередині колективу підприємства. Для цього проводяться спеціальні тренінги, семінари, неформальні зустрічі з метою визначення наявного психологічного клімату в колективі та емоційного стану кожного з працівників, підтримки працівників, які займаються своїм саморозвитком, пройшли протягом останнього кварталу курси з підвищення кваліфікації, тренінги чи запропонували провести їх для колег, виявлення схильностей кожного працівника, допомога у подоланні стресу, створення усіх безпекових умов для забезпечення безперервності робочого процесу, відстеження змін на ринку праці тощо.

Отже, менеджменту підприємства, зокрема HR-менеджерам, слід формувати в колективі систему щодо постійного саморозвитку персоналу, підтримку його конкурентоспроможності через застосування методик самоменеджменту. Оскільки саме самоменеджмент дозволяє здійснити пріоритизацію завдань (наприклад, застосування матриці Ейзенхауера, АБВ-методу), скласти план для їх виконання, зменшити рівень стресу через «тиранію нагальності», задовольнити свої потреби та відчувати задоволення від робочого процесу.

**УДК 339.138**

*В.О. Пантюх, студентка групи 401-ЕМ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Гришко  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

## **УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

У сучасних реаліях цифровізації, управління маркетинговою діяльністю підприємства вимагає впровадження нових підходів та інструментів. Цифрові технології відкривають нові можливості для просування товарів і послуг, взаємодії з клієнтами та автоматизації маркетингових процесів. Тому ця тема є актуальною і потребує детального вивчення.

Одним із ключових напрямків цифрової трансформації маркетингу є розробка стратегії цифрового маркетингу. Така стратегія має визначати ціль, цільову аудиторію, канали просування, контент-план та засоби аналітики [1]. Усі елементи стратегії повинні бути узгодженими між собою. Важливим елементом є вибір комплексу цифрових інструментів залежно від специфіки бізнесу. Для ефективної взаємодії з клієнтами доцільно впроваджувати CRM-системи (системи управління взаємовідносинами з клієнтами). Їх основними перевагами є централізоване зберігання даних про