



**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.

класифікації економічних видів діяльності. Незважаючи на це, Україна має великий потенціал до розвитку «зеленого» бізнесу, адже його роль постійно зростає у теперішній економічній ситуації, яка вимагає постійної економії ресурсів та енергії. Найбільшу питому вагу мають технології з енергозбереження, поводження з відходами та водоочищення.

Для компаній, які обирають для себе екологічний напрям діяльності, є дві важливих перспективи. По-перше, впровадження екологічно дружніх принципів функціонування бізнесу є одним з проявів корпоративної соціальної відповідальності, а корпоративна культура, орієнтована на турботу про навколишнє середовище, дає змогу привабити нових клієнтів та покращити свою конкурентоспроможність на ринку. По-друге, підприємство з правильними корпоративним цінностями приваблює найпрогресивнішу частину учасників ринку праці, бо висококваліфікованих працівників цікавить не лише матеріальна вигода, а й можливість розвиватися у інноваційній, динамічній, відповідальній компанії.

Література

1. Київська школа економіки. Загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України, зросла до майже \$155 млрд — оцінка KSE Institute станом на січень 2024 року. 12 Лютого 2024. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-zrosla-do-mayzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-sichen-2024-roku/>

УДК 005.95:331.3

*Б.В. Курило, студентка,
Т.О. Галайда, старший викладач
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ HR-ІНСТРУМЕНТІВ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ВИРОБНИЧОЇ КОМПАНІЇ

Система управління людськими ресурсами у сфері виробництва має реагувати на виклики для збереження конкурентних позицій суб'єктів підприємництва, розвитку бізнес-середовища. Отже, в сучасних умовах ведення підприємницької діяльності персонал виробничої компанії повинен бути не лише одним з видів ресурсів, але й забезпечувати її конкурентні переваги на ринку компетентністю та готовністю до змін.

Складові елементи забезпечення професійного розвитку персоналу підприємства представлені на рис. 1.

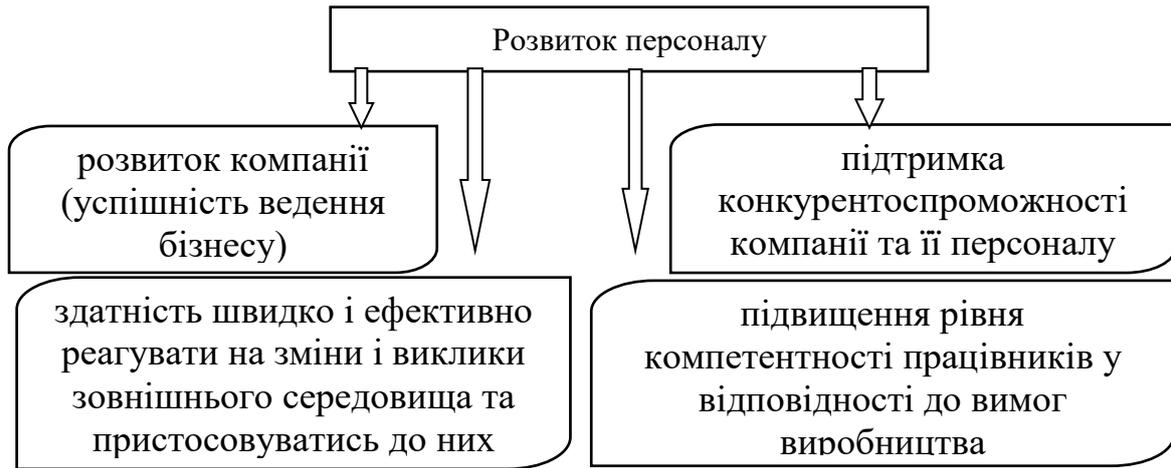


Рис. 1. Елементи, які забезпечують розвиток персоналу

Основою для аналізу потреби у розвитку персоналу підприємства та його структурних підрозділів є бізнес-план. На його основі можна провести аналіз того, що дійсно необхідно для ефективної роботи підприємства. Наприклад, якщо підприємство планує вихід на нові ринки або випуск нової продукції, важливо зрозуміти, чи є у персоналу необхідні компетенції та можливості [1].

Метою стимулювання розвитку персоналу має бути мотивація співробітників на оволодіння необхідними для ефективного виконання роботи компетенціями. Система стимулювання розвитку персоналу має бути відкритою, тобто формуватися не тільки за ініціативою роботодавця або керівництва підприємства, а й за ініціативою профспілки або інших представників найманих працівників. Визначення рівня вдосконалення працівниками своїх знань та вмінь здійснюється за результатами їх оцінювання. Дослідження показують, що на практиці не існує універсальної форми професійного навчання. Кожна форма має свої переваги та недоліки.. Працівники служби управління персоналом повинні враховувати сильні і слабкі сторони кожної з форм навчання при розробці відповідних планів і програм.

Світові тенденції корпоративного розвитку свідчать, що навчання переходить безпосередньо на робочі місця, відповідальність за його результати більшою мірою лягає на працівника і його керівника, тому сучасними методами розвитку персоналу сьогодні є: коучинг, e-learning, buddying, shadowing, secondment [2].

Підприємство, яке прагне розвиватися і утримувати свої конкурентні позиції, має за необхідність формувати власну систему управління розвитком персоналу. Однією із головних складових системи розвитку персоналу повинно стати професійне навчання безпосередньо на виробництві, що дозволить на достатньо високому рівні забезпечувати інноваційний розвиток виробничих процесів, підвищувати продуктивність

праці, дасть можливість кожному працівнику керувати власною кар'єрою та конкурентоспроможністю.

Працівники прагнуть особистісно-професійного розвитку і досягнення високого професіоналізму в тому випадку, коли вони мають сильні й адекватні мотиви професійних досягнень і професійної самореалізації [3].

Для кожної категорії персоналу доцільно застосовувати індивідуальні методи розвитку та підвищення кваліфікації, виходячи з попередньо описаних і проаналізованих традиційних та інноваційних методів розвитку персоналу (з огляду на галузеві особливості підприємства).

Таким чином, людські ресурси компанії належним чином повинні плануватися, формуватися, розвивати свій трудовий потенціал та мотивуватися з метою пошуку оптимальних управлінських рішень щодо забезпечення ними усіх бізнес-процесів.

Література

1. Коваленко В.С., Маркова С.В., Олійник О.М. Розвиток та оцінка персоналу як системоутворюючий елемент поліпшення результативності діяльності підприємства в нестабільних умовах. Приазовський економічний вісник. 2019. №1 (12). С. 82-89.

2. Гетьман В.В. Інноваційні методи розвитку персоналу. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. с. 556-561. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/116.pdf>

3. Підвищення ефективності використання персоналу та його розвиток: монографія / за наук. ред. д.е.н. А.Г. Бабенка. Дніпропетровськ: УМСФ, 2016. 328с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/2263>

УДК 339.138

В.О. Тищенко, студентка.

О.В. Іващенко, студентка

О.А. Івасенко, к.е.н., доцент

Національний університет

«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

У сучасному динамічному світі ринкової економіки маркетингові стратегії стають ключовим фактором успіху для будь-якого підприємства, а для компаній, що оперують у сфері послуг, їхнє значення стає ще більш суттєвим. На відміну від товарів, послуги мають низку особливостей, які роблять маркетинг у цій сфері більш складним та витонченим завданням.

Конкретного визначення що таке маркетингова стратегія, не сформовано, але, ознайомившись з декількома визначеннями від різних