МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:
Гончаренко Михайло Федорович – ректор Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:
Семенець-Орлова Інна Андріївна — директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;
Каліна Ірина Іванівна — заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:
Дацій Олександр Іванович — завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Братусь Анна Анатоліївна — завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;
Дмитренко Геннадій Анатолійович — завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Коваль Микола Іванович — завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;
Кришталь Галина Олександрівна — завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Кривоберець Марина Миколаївна — завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;
Мазур Юлія Володимирівна — декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 10 від 29.11.23)

Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-02-0389-2

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023

Дименко Руслан Анатолійович, Марченко Світлана Миколаївна, Марченко Денис Євгенійович
Інновації в цифровому маркетингу: як залишатися попереду 89

Дідухович Артем Миколайович
Маркетингові стратегії успішних підприємств сфери послуг 95

Дмитренко Генадій Анатолійович, Ріктор Тетяна Леонідівна
Людиноцентристський підхід до формування ефективної економіки підприємств із застосуванням кваліметричної цифровізації ... 101

Дребот Оксана Іванівна, Лазаренко Владислав Ігорович
Сучасна роль цифрових технології в екологізації сільського господарства 104

Дрозач Максим Іванович
Сучасні проблеми ефективності використання людського капіталу в Україні 106

Єременко Юлія Олександрівна, Зайцева Ольга Ігорівна
Класифікаційні ознаки комунікацій в бізнес середовищі 109

Згалат-Лозинська Любов Олександрівна
Електронний рекрутинг як інноваційна технологія управління персоналом 111

Згалат-Лозинська Любов Олександрівна, Романов Віталій Олександрович
Формування різних типів корпоративної культури підприємства 114

Здольник Віталій Валерійович
Маркетингові інновації у мережах цінності 117

Каліна Ірина Іванівна, Давиденко Кароліна Дмитрівна
Інформація та комунікації як основний інструмент менеджменту 121

Каліна Ірина Іванівна, Михайленко Артур Гагикович
Використання соціальних інтернет-мереж як ефективного інструменту для розвитку бізнесу 123

Карбовська Любов Олександрівна
Особливості розвитку ринку цифрової потокової передачі музики (стрімінгових медіа) 126

Карбовська Любов Олександрівна, Кравченко Руслан Володимирович
Цифрова трансформація авіаційної галузі 130

Карбовська Любов Олександрівна, Скрипцов Святослав Валерійович
Блокчейн і цифрові двійники (близнюки) — технології майбутнього в управлінні відходами 133

КАЛІНА Ірина Іванівна
доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу Міжрегіональної Академії управління персоналом

ДАВИДЕНКО Кароліна Дмитрівна
студентка 4 курсу спеціальності "Менеджмент"

ІНФОРМАЦІЯ ТА КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ

В усіх сферах організаторської діяльності, коли мова йде про взаємодію з людьми, ключовим фактором успіху, ефективності та результативності є вміння спілкуватися й управляти інформаційними потоками. Володіння управлінця комунікаційною компетентністю на сьогоднішній день перестало вважатися вродженою особливістю, талантом чи частиною харизми. Тепер управління комунікаціями та інформацією — це одночасно наука, ремесло, мистецтво, стиль життя. Ці кваліфікаційні навички менеджера потребують постійного розвитку та вдосконалення. Фундаментальна роль корпоративних комунікацій у будь-якій компанії стає дедалі очевиднішою. Головними складовими комунікаційного акту є (рис.):

1) реципієнт — адресат, отримувач, той, хто готовий сприймати (слухати і чути, усвідомлювати і реагувати) повідомлення;
2) комунікант — той, хто створює і транслює комунікаційну одиницю;
3) повідомлення — комунікаційна одиниця (максимально стисла і чітка: одна думка комуніканта на одну реакцію реципієнта) — ідея, думка, досвід, інформація тощо, закодовані для передачі у матеріальній формі (вербальній, невербальній, графічній).

Важливо зазначити, що в процесі комунікації реципієнт і комунікант постійно змінюються місцями. Комунікант транслює повідомлення реципієнту, реципієнт сприймає його і відповідає стаючи комунікантом, а комунікант у свою чергу, сприймаючи відповідь, стає реципієнтом.

Як управління комунікаціями для професіонала є стилем життя, так і вміле управління інформаційними потоками є обов'язковою рисою соціально

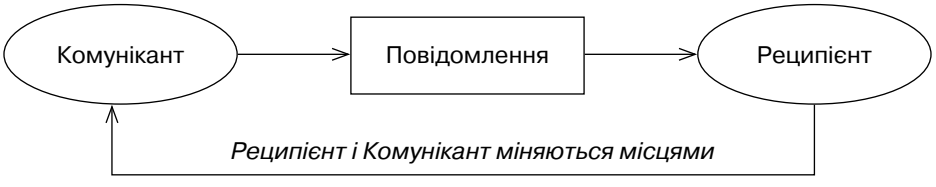


Схема комунікаційного акту

успішної особистості. Для ефективного менеджера сьогодні інформацією, яка завтра може стати капіталом, є і випадкова фраза знайомого, і рекламне повідомлення у вагоні метрополітену, і контент-новини в будь якій соціальній мережі.

Що стосується інформації, то важливо усвідомлювати: коли її стає занадто багато (так званий інформаційний шум, або інформаційне засмічення), процес прийняття рішення значно ускладнюється й уповільнюється.

Уміння працювати з інформацією складається, зокрема з таких елементів: оптимальний пошук, верифікація, класифікація, фільтрація, обробка, адаптація інформації; формування щодо неї та на її основі своєї думки, архівація інформації, створення інформаційного повідомлення, вибір адекватного реципієнту стилю кодування інформації в повідомлення, вибір форми та каналу для найоптимальнішої передачі інформації, перевірка готовності адресата прийняти та сприйняти повідомлення; перевірка ефекту, спричиненого повідомленням на реципієнта. Основні види інформаційної діяльності описані в Законі України "Про інформацію" [1] і включають, зокрема, щойно перелічені.

Будуючи систему управління інформацією в компанії, важливо пам'ятати, що інформація — лише допоміжний ресурс, як і система управління нею. Процес управління інформацією не потрібно як недооцінювати, так і переоцінювати. Часто, запроваджуючи в організації неоптимальну електронну або іншу систему управління інформацією, підприємству доводиться створювати додатковий відділ для обслуговування цієї системи. А це означає необхідність у додаткових кадрах, не зайнятих в основному процесі виробництва, і потребу в додаткових грошових витратах. По суті, у компанії з'являється новий напрямок діяльності — забезпечення власної системи управління інформацією. У результаті не інформація працює на компанію, а компанія працює на інформацію.

Отже, як бачимо, якщо підходити до управління діяльністю компанії (зокрема інформацією та комунікаціями) орієнтуючись на людей, які фактично складають її сутність, то відкриваються додаткові можливості для розвитку, підвищення ефективності, задоволення потреб усіх партнерів компанії (її співробітників)також і все це — без залучення великих фінансових вкладень. Крім того, найбільшого успіху у побудові корпоративних комунікацій дозволяють досягти такі методи, які створюють максимально комфортні, органічні (природні) умови для прояву потенціалу співробітників.

Література

1. Закон України "Про інформацію". *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1992. № 48. Ст. 650.
2. *Каліна І. І., Хайдарова Т. М., Сабірова І. М.* Механізм впливу цифрової маркетингової комунікації на споживача в умовах військового стану країни. *МАУП. Економічні науки*. 2022. Вип. 3 (70). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 52–57. https://doi.org/10.32689/2523-4536/70-8