МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
ІІ Міжнародної науково-практичної конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2024 р.

Київ
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:
Гончаренко Михайло Федорович – віцепрезидент 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.;
Скиба Ганна Іванівна — завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу, 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 № 11 від 30.10.24)

II Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2024 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, 2024. 594 с.

ISBN 978-617-02-0406-6 (електронне видання)

Для науковців, представників бізнесу та здобувачів вищої освіти.

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 978-617-02-0406-6

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024

Степанюк Елеонора Євгеніївна, Мельник Богдан Юрійович
Вплив та можливості соціальних мереж на поведінку споживача 478

Стороженко Андрій Валерійович
Роль страхування у соціальному захисті населення в період війни в Україні 481

Сухий Дмитро Володимирович
Цифрове управління публічними послугами: інновації та їхній вплив на ефективність 483

Табаченко Даніл Аркадійович
Інноваційні методи управління в сфері туристичної діяльності 485

Танцюра Вадим Леонідович
Питання релокації бізнесу у повоєнній економіці 487

Тарасов Сергій Юрійович, Кривоберець Марина Миколаївна
Культура експериментів та інновацій: підходи до впровадження змін у сучасному бізнесі 492

Телендій Андрій Андрійович
Цифрове лідерство в бізнесі: прийняття рішень у середовищі, що швидко змінюється 495

Тищенко Олег Вікторович
Роль програмного забезпечення в оптимізації бізнес-процесів в умовах цифрової трансформації 497

Тімко Наталія Іванівна
Особливості курсоутворення в Україні в умовах воєнного стану 499

Тітова Марина Миколаївна, Кришталь Галина Олександрівна
Застосування digital-інструментів в управлінні процесом фінансового планування на підприємстві 502

Тіщенко Євген Олександрович
Цифровізація процесу організації управління проєктними ризиками 504

Толмачов Олексій Анатолійович, Коробко Сергій Вікторович
Проблеми реформування публічного управління у сфері громадського здоров'я 507

Третякова Алевтина Ігорівна
Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу 510

Трофімчик Павло Іванович
Покращення ефективності місцевого самоврядування як складова децентралізації 513

Ушакова-Кирпач Ірина Михайлівна, Балабан Уляна Володимирівна
Використання систем машинного навчання у торгівельних процесах 516

простору. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2024. № 2. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.2.7
5. *Саламатов В. О., Масляк М. І.* Проблеми впровадження інноваційних технологій в системі публічного управління. *Право та державне управління*. 2020. № 3. С. 238–244. DOI: https://doi.org/10.32840/pdu.2020.3.36

ТАБАЧЕНКО Даніл Аркадійович
аспірант кафедри Менеджмент,
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу,
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Індустрія туризму є однією з найдинамічніших і найперспективніших сфер світової економіки. Сучасні зміни в технологіях, потребах споживачів та ринкових умовах потребують застосування інноваційних методів управління для підтримки конкурентоспроможності та забезпечення стабільного розвитку туристичних підприємств. Інновації в управлінні дозволяють адаптуватися до нових умов ринку, покращувати якість обслуговування, залучати нових клієнтів і оптимізувати внутрішні процеси компаній.

Де, основними вважаються:

1.Технологічні інновації в управлінні туризмом. Одна з найбільших змін в управлінні туристичними компаніями відбувається завдяки технологічним інноваціям. Новітні технології дозволяють підвищити ефективність управління, покращити обслуговування клієнтів і знизити операційні витрати.

• *Онлайн-бронювання та системи управління подорожами (TMS)*: розвиток інтернет-технологій дозволив значно спростити процес бронювання турів, готелів, авіаквитків тощо. Автоматизовані системи бронювання (GDS — Global Distribution Systems) дозволяють туристичним компаніям більш ефективно керувати ресурсами та пропонувати клієнтам персоналізовані рішення.

• *Мобільні додатки*: туристичні компанії активно використовують мобільні додатки для надання послуг, таких як онлайн-бронювання, інформація про місця відпочинку, гіди, карти та навігація. Це підвищує рівень зручності для споживачів і допомагає забезпечити їхню лояльність.

• *Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)***: ці технології активно використовуються для віртуальних турів. Туристи можуть попередньо оглянути готелі, визначні пам'ятки або навіть відвідати 3D-тури перед тим, як прийняти рішення про поїздку. Це значно підвищує ймовірність бронювання.

2. Інновації в маркетингу та просуванні

Інноваційні методи маркетингу допомагають туристичним компаніям ефективніше залучати клієнтів і розширювати свою аудиторію.

• *Соціальні медіа та впливовий маркетинг*: соціальні мережі стали потужним інструментом для просування туристичних послуг. Платформи на кшталт Instagram, TikTok і YouTube дають можливість компаніям взаємодіяти з мільйонами користувачів через привабливий контент. Багато туристичних фірм співпрацюють з блогерами та лідерами думок, які мають великий вплив на аудиторію і можуть стимулювати попит на конкретні напрямки чи послуги.

• *Big Data та аналітика*: використання великих даних дозволяє туристичним компаніям аналізувати поведінку споживачів, прогнозувати тенденції та пропонувати індивідуальні рішення для клієнтів. Це допомагає підвищити рівень персоналізації послуг і задовольнити потреби кожного туриста.

• *CRM-системи*: впровадження систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволяє компаніям збирати і аналізувати дані про клієнтів, що допомагає покращити сервіс та адаптувати пропозиції під конкретні вимоги. Це підвищує рівень лояльності клієнтів і покращує загальну ефективність взаємодії з ними.

3. Сталий туризм і "зелені" технології

Останніми роками зростає попит на стійкий і екологічний туризм. Це спонукає туристичні компанії впроваджувати інновації, спрямовані на мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище.

• *Екологічні тури*: зростає кількість туристичних пропозицій, орієнтованих на екотуризм, що включають екологічно чисті транспортні засоби, "зелені" готелі та еко-екскурсії. Це дозволяє не тільки зберігати природні ресурси, але й залучати нову аудиторію – туристів, що піклуються про природу.

• *Відновлювані джерела енергії*: багато готелів та туристичних об'єктів впроваджують відновлювані джерела енергії, такі як сонячні батареї або вітряки. Це допомагає знизити витрати на енергію і продемонструвати соціальну відповідальність компаній перед клієнтами.

• *Програми компенсації вуглецевих викидів*: деякі туристичні компанії пропонують своїм клієнтам програми компенсації вуглецевих викидів, що виникають в результаті подорожей, через внески в екологічні проекти, такі як посадка дерев або відновлення лісів.

4. Покращення управлінських процесів

Інновації в управлінні бізнес-процесами дозволяють оптимізувати роботу туристичних компаній і підвищувати їхню продуктивність.

• *Автоматизація процесів*: автоматизація таких процесів, як бронювання, платежі, обробка замовлень і клієнтська підтримка, дозволяє зменшити кількість помилок і скоротити витрати на операційну діяльність. Це також дає змогу персоналу зосередитися на виконанні більш стратегічних завдань.

• *Гнучкі моделі управління*: застосування таких інноваційних підходів, як agile або lean, дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до змін у рин-

кових умовах та потреб клієнтів. Гнучкість в управлінні дозволяє створювати нові продукти та послуги відповідно до потреб клієнтів у короткі терміни.

5. Інновації у взаємодії з клієнтами

Туристичні компанії використовують інноваційні методи для покращення взаємодії з клієнтами на всіх етапах подорожі.

• *Чат-боти та штучний інтелект (ШІ)*: інтеграція чат-ботів у системи бронювання та обслуговування клієнтів дозволяє надавати швидку та ефективну допомогу в режимі 24/7. Чат-боти можуть відповідати на типові запитання клієнтів, здійснювати бронювання та навіть надавати персоналізовані пропозиції.

• *Індивідуальні пропозиції на основі ШІ*: завдяки штучному інтелекту туристичні компанії можуть аналізувати уподобання клієнтів та пропонувати їм персоналізовані маршрути або послуги, враховуючи їхні минулі подорожі, бюджет і вподобання.

Отже, інноваційні методи управління в туризмі є необхідною умовою для досягнення успіху в сучасних умовах. Технологічні новації, автоматизація процесів, розвиток стійкого туризму та персоналізація послуг допомагають туристичним компаніям задовольняти потреби клієнтів, зберігати конкурентні переваги та оптимізувати свою діяльність. У майбутньому впровадження інновацій залишатиметься головним фактором розвитку цієї галузі, сприяючи підвищенню її ефективності та стійкості.

Література

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1991. № 47. Ст. 647.
2. Інноваційний розвиток промисловості України: монографія / за ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П.Денисенка. К.: КНТ, 2006, 648 с.
3. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД "Університетська книга", 2008, 615 с.
4. *Торяник В. М., Джинджоян В. В., Приз О. В.* Інноваційноінвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 22. С. 5–9.

ТАНЦЮРА Вадим Леонідович

головний економіст

Інститут демографії та проблем якості життя НАН України

ПИТАННЯ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ У ПОВОЄННІЙ ЕКОНОМІЦІ

Триває повномасштабна агресивна війна Росії проти України, яка призвела до десятків тисяч жертв серед мирного населення та масштабних потоків біженців, кількість яких в Європі є найбільшим після Другої Світової війни.