

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



Матеріали
II 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.

Боголепова Аліна Віталіївна

Шляхи підвищення ефективності механізмів запобігання корупції
в публічному управлінні 58

Богун В'ячеслав Сергійович

Цифровізація економіки: вплив на макроекономічні показники
та розвиток бізнесу 61

Борецька Наталія Петрівна, Кутакова Дар'я Олексіївна

Проблеми розвитку туризму в умовах невизначеності 64

Борецька Наталія Петрівна, Шубіна Юлія Вікторівна

Вибір АІС управління готелем в умовах цифровізації (на прикладі
комп'ютерних систем бронювання “AMADEUS” та “WORLDSPAN”) 67

Братусь Ганна Анатоліївна, Бєлозьорова Лариса Павлівна

Сучасні методи дослідження стилів управління 71

Братусь Ганна Анатоліївна, Зарицька Наталія Володимирівна

Чинники зростання продуктивності праці підприємства 74

Братусь Ганна Анатоліївна, Козлова Алла Іванівна

Стан та перспективи розвитку ринку праці ІТ сектору України 77

Бялошицький Михайло Олександрович

HR-стратегії у міжнародних косметичних компаніях:
цифрові підходи до управління талантами 80

Вельгас Віталій Володимирович

Інноватизація як прогностична ідея розвитку бізнесу
в умовах цифрової економіки 83

Виноград Ірина Вікторівна

Цифровий маркетинг у бізнесі під час воєнного стану 87

Вітрик Ігор Віталійович

Цифровізація енергетичного сектору України як базис
енергетичної незалежності 91

Водолажченко Маргарита Павлівна, Каліна Ірина Іванівна

Межа між креативом та маніпуляцією в рекламі 93

Волковецький Владислав Олексійович, Головчак Марія Ігорівна

Екосистема інновацій у закладах вищої освіти як драйвер
економічного зростання: роль штучного інтелекту
та сталого розвитку 95

Гаман Галина Володимирівна

Основні напрями міграційної політики країн ЄС 97

Ганганов Кирило Євгенійович, Братусь Ганна Анатоліївна

Маркетинг як драйвер впровадження ІТ-рішень:
роль технологій у створенні конкурентних переваг 100

HR-СТРАТЕГІЇ У МІЖНАРОДНИХ КОСМЕТИЧНИХ КОМПАНІЯХ: ЦИФРОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ

Сьогодні інноваційними та передовими компаніями у своїй сфері все частіше стають не лише ІТ-підприємства чи компанії, які в загальному сприйнятті й розумінні, тісно пов'язані з розробками новітніх технологій, або створенням високотехнологічних рішень, а й учасники ринку з абсолютно різних сфер діяльності та спеціалізацій. Одночасно з чим, сучасне, цифрове глобалізоване бізнес-середовище, розвиток якого пришвидшився до небачених раніше масштабів, висуває на постійній основі нові і, певною мірою, суворі конкурентні вимоги для всіх секторів підприємницької діяльності. Не є виключенням для таких правил ринку і косметичні компанії та косметична індустрія в цілому, яка в цей час стає також однією з найбільш динамічних та прогресивних та починає займати все кращі конкурентні позиції серед інших гравців у боротьбі за увагу кінцевого споживача.

Такі всесвітньо відомі лідери ринку косметики, як, наприклад, L'Oréal або Estée Lauder, сьогодні в процесі корпоративного управління використовують велику кількість стратегій з різними класифікаційними ознаками. До них відносяться варіативні бізнес-стратегії, стратегії, які спрямовані на досягнення короткострокових та довгострокових цілей компанії, міжнародні стратегії, а також функціональні стратегії, як, наприклад, фінансова, маркетингова чи виробнича стратегія. Також надзвичайно важливою для ефективного менеджменту як у згаданих компаніях, так і для інших представників цієї сфери є стратегія управління персоналом, відома в міжнародному контексті як HR-стратегія. Ефективна HR-стратегія є одним з основних конкурентних переваг сучасних організацій, оскільки дозволяє оптимізувати людські ресурси для досягнення стратегічних цілей та адаптації до змін зовнішнього середовища.

HR-стратегія — це детально розроблений план дій, спрямований на управління людськими ресурсами в організації, який визначає, як компанія залучатиме, розвиватиме та утримуватиме своїх співробітників для досягнення стратегічних цілей бізнесу [2]. Вона відіграє важливу роль у вирівнюванні бізнес-цілей з кадровою політикою, що забезпечує узгодженість між цілями компанії та її персоналом. HR-стратегія допомагає залучати висококваліфі-

кованих фахівців і створювати умови для їхнього розвитку та професійного зростання, що сприяє зменшенню плинності кадрів. Вона також підвищує продуктивність працівників через їх навчання, мотивацію та формування сприятливого робочого середовища. Крім того, стратегія сприяє створенню унікальної корпоративної культури, яка підтримує залученість і лояльність співробітників, а також допомагає організації швидко адаптуватися до змін на ринку праці та нових технологій. HR-стратегія включає в себе планування усіх процесів, пов'язаних з талантами компанії, а також розробку та планування всіх цілей і активностей, дотичних до людського ресурсу компанії.

Зважаючи на той беззаперечний факт, що цифрові технології сьогодні стають основою для оптимізації практично усіх управлінських процесів підприємства, вагомим чинником успішно імplementованої та розвинутої HR-стратегії є також включення до неї сучасних цифрових, інноваційних рішень, що допоможуть покращити всі механізми, функції та методи управління талантами компанії, в тому числі й в косметичній галузі.

HR-стратегія, яка сформована з врахуванням сучасних засад та концепцій цифровізації, як показує практика, типово, формує кращий потенціал поточної або майбутньої конкурентоспроможності компаній, які функціонують в області створення косметичних продуктів. Враховуючи, що дана сфера пов'язана зі здоров'ям покупців, кваліфіковані кадри та, відповідно, штат працівників, що забезпечують дотримання суворих норм, вимог і стандартів, мають бути взірцевою складовою управлінської діяльності такого суб'єкта господарювання. І саме цифрові підходи в управлінні кадрами допомагають створювати найбільш ефективні й дієві рішення, для того, щоб залучати, розвивати, та надалі утримувати найкращих працівників [2].

Цифрові інструменти, такі як штучний інтелект, аналітика великих даних (Big Data) та автоматизація управлінських процесів, активно використовуються в HR-стратегіях косметичних компаній різного масштабу. Великі дані допомагають прогнозувати попит на продукцію, аналізувати споживчі настрої та визначати потребу в кадрах, що дозволяє компаніям ефективніше планувати залучення працівників, оптимізуючи ресурси через залучення зовнішніх підрядників або об'єднання структурних підрозділів [1].

HR-стратегії міжнародних косметичних компаній зазвичай зосереджені на розвитку талановитих співробітників, корпоративній культурі, інноваціях і адаптації до глобальних ринкових умов.

Міжнародні компанії, в тому числі й представники косметичної галузі, стають новаторами для розробок численних онлайн-платформ, які через цифровізацію та інколи гейміфікацію допомагають працівникам швидше та краще навчатися, забезпечуючи при цьому ефективний і доцільний зворотний зв'язок. Так, наприклад, всесвітньо відома косметична компанія L'Oréal створила персоналізовану навчальну платформу L'Oréal Learning, на якій, через поєднання внутрішніх та зовнішніх ресурсів, працівники можуть розвивати не лише свої професійні навички, а й особисті "м'які" навички, до яких належать комунікація, креативність, стресостійкість та емоційний інтелект [3].

Розглянемо HR-стратегії трьох крупних міжнародних косметичних компаній реалізують завдання HR-стратегій, адаптуючи її до своїх потреб і ринкових умов: L'Oréal (французька компанія по виробництві парфумерії та косметики, є провідним світовим косметичним брендом); Estée Lauder (одна із найбільших компаній з виготовлення засобів для догляду за шкірою, декоративної косметики та парфумерії); Shiseido — японський виробник косметики, парфумерії та засобів по догляду за волоссям.

Порівняльний аналіз HR-стратегій трьох крупних міжнародних косметичних компаній: L'Oréal, Estée Lauder та Shiseido

HR-стратегії	Міжнародні косметичні компанії		
	L'Oréal	Estée Lauder	Shiseido
Фокус на талантах і розвиток	Активні інвестиції в розвиток лідерів через програми навчання та стажування. Система внутрішнього підвищення кваліфікації та ротаций для розвитку у різних напрямках бізнесу.	Глобальні можливості для кар'єрного розвитку, програми обміну між підрозділами, менторство та навчальні програми для розвитку лідерських якостей.	Глобальні програми обміну досвідом та навчання для співробітників з різних країн, розвиток навичок у сфері цифрових технологій.
Диверсифікація персоналу	Стратегія інклюзивності та різноманіття, залучення співробітників з різними культурними, етнічними та професійними бекграундами.	Орієнтація на корпоративну відповідальність і соціальні ініціативи, які сприяють залученню співробітників до благодійної діяльності.	Глобалізація HR-політики, адаптація корпоративної культури до потреб різних регіонів.
Інновації	Розвиток творчого підходу, програми визнання та нагородження за досягнення, акцент на інноваціях у продуктах і процесах.	Підтримка соціальних ініціатив і стійких бізнес-практик. Інновації у процесах через соціальну відповідальність і залучення до благодійних ініціатив.	Постійна підтримка інновацій через залучення молодих талантів та розвиток цифрових навичок. Програми розвитку інновацій у продуктах і робочих процесах.
Корпоративна культура	Підвищення мотивації співробітників, акцент на розвитку творчого підходу.	Акцент на корпоративну відповідальність і підтримку благодійних ініціатив.	Створення збалансованого підходу до роботи та життя, надання можливостей гнучкого графіка і віддаленої роботи.
Залучення та утримання співробітників	Програми визнання і нагородження за досягнення, створення умов для розвитку співробітників і зниження плинності кадрів.	Конкурентоспроможні програми винагороди, бонуси, можливості гнучкого робочого графіка для підтримки високого рівня утримання співробітників.	Програми підтримки балансу між роботою та життям, надання можливостей гнучкого графіка та віддаленої роботи, розвиток інновацій та цифрових навичок.

Цифрові рішення допомагають автоматизувати надзвичайно багато механічних та відповідно трудомістких HR-процесів, основну масу яких формують однотипні і повторювані задачі. До них можна віднести, наприклад, облік робочого часу, формування зарплатних відомостей або ведення іншої супутньої документації для аудиту діяльності співробітників. Оптимізувавши такі задачі, натомість з'являється час та можливість сконцентруватися на стратегічних і управлінських питаннях для розвитку конкурентного косметичного бізнесу.

Підсумовуючи вищевикладений матеріал, можна стверджувати, що сьогодні використання цифрових підходів в HR-стратегіях є не лише є допоміжними інструментами для кращого управління персоналом в міжнародних косметичних компаніях, а і вагомим фактором збереження конкурентних позицій в процесі створення найкращої продукції для кінцевого споживача.

Література

1. Хамб'я К. Великі дані — це нова нафта: Виступ на конференції. [Онлайн]. URL: https://ana.blogs.com/maestros/2006/11/data_is_the_new.html (Дата звернення: 5 жовтня 2024 р.)
2. Josh Millet. The 2018 Human Resources Trends To Keep On Your Radar. *Forbes*. October, 2017. № 10. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2017/10/26/the2018-human-resources-trends-to-keep-on-your-radar/?sh=5c9ae31921b3>
3. L'Oréal. Prioritising learning and development [Електронний ресурс]. URL: <https://www.loreal.com/en/articles/l-oreal-for-the-future/prioritising-learning-and-development/> (дата звернення: 5 жовтня 2024 р.).

ВЕЛЬГАС Віталій Володимирович

аспірант кафедри маркетингу

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

ІННОВАТИЗАЦІЯ ЯК ПРОГНОСТИЧНА ІДЕЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Використання української науки для нових цифрових розробок, створення нових технологій, а також систем, може мати відчутний ефект для економіки, внутрішнього ринку та становлення інноваційної інфраструктури нашої країни взагалі.

У сучасних умовах проблеми цифрового сектору неминуче позначаються на конкурентоспроможності в області економіки, оскільки відставання в отриманні та обробці актуальних даних, невміння використовувати циф-