

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**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:

Дачій 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.

Литовченко Руслан Іванович, Дмитренко Геннадій Анатолійович Використання цифрових технологій в процесі підготовки конкурентоспроможних випускників закладів вищої освіти	182
Луговий Олександр Сергійович Ідентифікація ризиків промислових підприємств	185
Мазур Юлія Володимирівна, Харитонюк Данило Васильович Посилення довіри і згуртованості колективу в організації в умовах воєнного стану	187
Макря Ліля Павлівна Особливості мотивації персоналу в сфері туризму	189
Мамоян Агіт Хдрович Теоретичні аспекти оцінювання персоналу на підприємстві	191
Міллер Владислав Сергійович Вплив маркетингових інновацій на розвиток туристичної індустрії	194
Міляєва Марія Проблема здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності	197
Мотуз Вероніка Сергіївна Культурно-пізнавальний туризм у Чехії. Перспективи розвитку	199
Нурадінов Ахмед Абдійович Особливості PR у діяльності та розвитку туристичного підприємства	201
Панченко Ольга Вікторівна Маркетингові технології в умовах цифровізації бізнесу	204
Пендюр Діана Романівна Класифікації механізмів державного регулювання у туристичній сфері ...	206
Перегуда Юлія Андріївна Перспективи глобального регулювання цифрової економіки України	209
Пирог Віктор Володимирович Інновація бізнес-процесів та її вплив на розвиток підприємства	212
Попов Андрій Вячеславович, Коваль Микола Іванович Переваги окремих методів цифрового маркетингу у роботі з споживацькою аудиторією на сучасному етапі розвитку суспільства	214
Романова Лідія Василівна Методологічні підходи до формування маркетингової стратегії підприємств будівельної галузі в період відновлення України	218
Романова Лідія Василівна, Василенко Катерина Андріївна Формування інноваційної стратегії “Розумний будинок” як важливий пріоритетний напрям розвитку будівельної галузі	222

4. Zarubei V., Kuybida V., Kozhyna A., Vdovichenko L., Varenia N. Modeling and Technology of Public Administration of Socio-Economic Security for Digitalization. *International Journal of Management (IJM)*. 2020. 11 (3). P. 143–154. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.3.2020.016>
5. Dovgal O., Makhova L. Development of the theory of innovations in the context of the new industrial revolution. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія “Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм”*. 2020. № 11. С. 62–68. <https://doi.org/10.26565/2310H9513H2020H11H07>
6. Розвиток електронних послуг. Урядовий портал: веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/rozvitok-elektronnih-poslug>.

ПИРОГ Віктор Володимирович

*аспірант Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

ІННОВАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Основною метою сучасної національної економіки є перехід до високого рівня конкурентоспроможності вітчизняної промисловості. Без активізації інноваційної діяльності неможливо забезпечити підвищення конкурентоспроможності сучасних промислових підприємств.

Останнім часом в економічній літературі почала стрімко зростати кількість наукових праць, що досліджують інноваційну діяльність та її вплив на ефективність роботи організацій. Також вчені акцентують на виявленні проблем підвищення інноваційної ефективності підприємств. Під інноваційною діяльністю розуміють усі науково-технічні, фінансові інноваційні дії, які призводять до інновацій або представлені з цією метою. Найважливішою ознакою інновацій, на думку багатьох вчених, є впровадження у виробництво.

Найбагатші країни світу обов'язково мають розвинену національну інноваційну систему, а світові країни-лідери оцінюються навіть як цілісні інноваційні суспільства [3].

Під інноваційною діяльністю мається на увазі “діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг” [1].

Мінімальна вимога до інновації полягає в тому, що продукт, процес, маркетинговий метод або організаційний метод повинні бути новими (або значно вдосконаленими) для фірми. Сюди входять продукти, процеси та методи, які фірми розробили першими, а також ті, які були прийняті в інших фірм або організацій.

Інновація змінює характеристики одного або кількох продуктів або бізнес-процесів, і, отже, загальне використання описує інновацію з точки зору її мети чи об'єкта. Наприклад, менеджери можуть посилалися на інноваційні послуги своєї фірми або на інноваційну систему доставки. Інформація про об'єкт інновації є корисною для оцінки мети інновації, її загальних характеристик, потенційного впливу на фірму та типів інноваційної діяльності, які мають відношення до її розробки та впровадження.

Існує два основних типи інновацій за об'єктом: інновації, які змінюють продукти фірми (продуктові інновації), і інновації, які змінюють бізнес-процеси фірми (інновації в бізнес-процесах). Продуктові інновації поділяються на два основні типи, тоді як інновації бізнес-процесів поділяються на шість основних типів. Одна інновація може включати комбінації різних типів продуктової інновації та бізнес-процесу. Отже, типологія типів інновацій за об'єктом не є класифікацією взаємозаперечних категорій [4].

Об'єктом інноваційної діяльності можуть бути всі бізнес-функції. Термін бізнес-процес включає основну бізнес-функцію виробництва товарів і послуг і допоміжні функції, такі як розподіл і логістика, маркетинг, продаж і післяпродажне обслуговування; послуги інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для фірми, адміністративні та управлінські функції, інженерні та супутні технічні послуги для фірми, а також розробка продуктів і бізнес-процесів. Бізнес-процеси можна розглядати як послуги, замовником яких є сама фірма. Бізнес-процеси можуть надаватися власними силами або залучатися із зовнішніх джерел.

Інновація бізнес-процесів — це новий або вдосконалений бізнес-процес для одного або більше функцій бізнесу, що суттєво відрізняється від попереднього бізнесу фірми процесів і що була введена у користування фірмою [2].

Інновація бізнес-процесів призначена для вдосконалення операцій, чи то шляхом розв'язання проблем чи проблемних питань або підвищення ефективності повсякденних процесів.

Концепція процесних інновацій не є новою, але в останні роки багато компаній прийняли такий метод як частину своєї ширшої стратегії управління. Цей формалізований підхід розвинувся на хвилі цифрової трансформації, коли технології та техніка, що швидко розвиваються, вимагають від компанії адаптації до мінливих галузевих і операційних тенденцій.

Через кардинальний характер інновацій бізнес-процесів така стратегія потребує ретельного розгляду та планування перед впровадженням будь-яких нових методів, технологій або використання передового досвіду. Успішне впровадження інноваційних процесів залежить від компетентного впровадження та надійної підтримки, а весь персонал повинен бути готовий до майбутніх змін.

Інновації бізнес-процесів можуть принести безліч переваг, потенційно позитивно вплинувши як на індивідуальну ефективність, так і на долю бізнесу в цілому. Дійсно, такі інновації впроваджуються лише тоді, коли такі переваги враховуються та гарантуються, тому бізнес-лідери можуть бути впевнені,

що вживаються правильні кроки для забезпечення безперервності, вдосконалення та зростання.

Загалом, інновації бізнес-процесів відрізняються від інших форм інновацій тим, що вони спрямовані на радикальні та тривалі зміни в тому, як працює бізнес. Ось чому планування та виконання є життєво важливими, оскільки інновації бізнес-процесів здатні змінити не лише те, як працює бізнес, але і його культуру, структуру та довгострокові амбіції.

Література

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 36. Ст. 266. С. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
2. Інноваційне право: науково-практ. посіб. 2-ге вид., оновл. і доп. / за заг. ред. С. В. Глібка, О. В. Розгон, А. В. Стріжкової. Харків: НДІ ПЗІР НАПрН України, 2020. С. 16–18.
3. Савченко О. Ф., Дацій О. І. Інновації — основна діюча сила науково-технічного прогресу для збереження природного середовища. *Економіка та держава*. 2017. № 5. С. 4–9.
4. OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. С. 72–75. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

ПОПОВ Андрій Вячеславович

аспірант кафедри маркетингу

Міжрегіональний Академії управління персоналом, м. Київ

КОВАЛЬ Микола Іванович

науковий керівник, кандидат економічних наук,

старший науковий співробітник, доцент, професор МКА,

Заслужений економіст України, МАУП, м. Київ

ПЕРЕВАГИ ОКРЕМИХ МЕТОДІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У РОБОТІ З СПОЖИВАЦЬКОЮ АУДИТОРІЄЮ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Перехід до інформаційного суспільства та цифрової економіки сприяє значній трансформації споживчої поведінки населення більшості цивілізованих країн світу. Саме тому певна недовіра споживачів до традиційних маркетингових інструментів змушує маркетологів формувати ефективний набір нового комплексу маркетингових комунікацій.