

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ З РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА БІЗНЕС ОСВІТИ
COMRAT STATE UNIVERSITY
UNIVERSITY OF OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT IN KATOWICE
SCIENCE AND RESEARCH INSTITUTE OF SOCIAL
AND ECONOMIC DEVELOPMENT**



**МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОРИ
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»**

17 -19 квітня 2024 р.

Київ – 2024

УДК 005+139.138+658.8](477)(06)(0.034)

Рекомендовано до друку
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук
Національного університету «Києво-Могилянська академія»
(протокол № 3 від 22 квітня 2024 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції 17-19 квітня 2024 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т.1. – 632 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників II Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу», яка відбулася 17-19 квітня 2024 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: новітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

Матеріали друкуються в авторській редакції. У матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

ISBN 978-966-518-845-2

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2024 р.

СЕКЦІЯ 1. НОВІТНІ ПАРАДИГМИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Артюхіна М. В., Задорожна Н.П.	
Якість медичних послуг	33
Бочарова Н.А., Дорош А.Г., Полапа К.Р.	
Тайм-менеджмент: сучасний та ефективний інструмент для оптимізації управління часом	35
Bulyk O. B.	
The development tendencies of modern marketing in the conditions of digitalization	38
Бурашнікова О.С.	
Формування новітньої парадигми податкової системи у країнах ЄС	40
Бурбело Н.О.	
Передумови впровадження гібридного підходу до управління компанією	44
Вараксіна О.В., Малащенко А.С.	
Створення стійких конкурентних переваг: підходи до управління в умовах економічних криз	46
Горохова Л.П.	
Тренди розвитку освітнього простору України в умовах еколого-інформаційного прогресу	48
Гудзь П.В., Кузякін А.	
Вектори впливу діджиталізації на управлінську діяльність організацій	51
Гужавіна І.В.	
Напрямки підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства	54
Гуменна О.В.	
Сучасні економічні моделі в управлінні сталим розвитком	56
Гусаковська Т.О., Войт Б.Р.	
Система комунікацій організації та її основні складові	59
Дейнега І.О., Карнач Р. А.	
Концепт конкурентоздатності підприємств пивоварної промисловості	62

Дідковська Л.І.	
Водний менеджмент під час війни	65
Жолонко Т.В.	
Практичні аспекти реалізації лідерства як служіння	68
Жукова Л.М., Лобач І.С.	
Роль інформаційних технологій в системі менеджменту підприємства	70
Закорко Ю.В., Лиса С.С.	
Маркетингові комунікації майбутнього: інновації та тренди	73
Зінченко О.А.	
Зелений контекст міжнародного менеджменту	75
Kejia Feng	
The cooperative component of enterprise interoperability in the manufacturing sphere	77
Коваленко О.В., Дробишева О.О.	
Перспективи інтелектуалізації бізнесу як одного із засобів переходу до industry 4.0	80
Ковшова І.О., Кирилюк А.В.	
Ключові етапи історичного розвитку маркетингового менеджменту	83
Козаченко А.І., Порфіренко В.І.	
Інтенсивний маркетинг як запорука вдалого розвитку підприємства	85
Korshak Yu.S.	
The influence of martial status on the transformation of modern management practices at ukrainian enterprises	87
Коровіна О.В., Довгань А.О.	
Подієвий маркетинг: нові перспективи	90
Крисько Ж.Л.	
Впровадження нових підходів до управління медичними закладами	91
Лазоренко Т.В., Філоненко Д.В.	
Удосконалена модель «подвійного алмазу»	94
Леньова К.В.	
Складові ефективної системи performance management	97
Лінькова О.Ю.	
Новітні парадигми розвитку менеджменту	99

Ляшенко-Щербакова В.В.	
Ефективність діяльності фармацевтичних підприємств: сучасні виклики та механізми вирішення	102
Метеленко Н.Г., Сіліна І.В., Ткаченко Є.Ю.	
Зарубіжний досвід повоєнної відбудови України: вироблення стратегічної візії	104
Мещенко Н.О., Ус М.І.	
Маркетингова товарна політика сучасного підприємства	107
Миськів П.С., Моголова М.М.	
Управління збутом продукції	109
Нестеренко Т.С.	
Тайм-менеджмент: шлях до ефективності	113
Нікітенко В.О., Воронкова В.Г.	
Нові теорії впливу інформаційно-проривних технологій на людину, освіту, культуру і туризм	115
Нікіфоренко А.А.	
Значення soft skills для бізнесу у 21 столітті	119
Пасічник Ю.В.	
Концептуальні основи менеджменту трудовими ресурсами у сільських територіальних громадах	122
Поляк К.Ю.	
Симбіоз традиційного менеджменту та штучного інтелекту як відповідь на виклики сучасності	124
Попова Г.В., Танська О.О.	
Інструменти формування ділової онлайн-репутації організації	127
Петрова Я.С.	
Особливості формування маркетингової комунікаційної політики неприбуткових організацій	129
Рибалко-Рак Л.А., Кужель Н.Л., Загуба А.А.	
Most-аналіз як інструмент менеджменту сучасної організації	132
Рішняк О.Р.	
Аутсорсинг як інструмент удосконалення маркетингової діяльності підприємства	133
Россоха В.В.	
Поведінка виробників і споживачів на ринку молока та молочної продукції	135

<i>Tarasovych L.V.</i>	
Marketing management as a tool to affect business performance	138
<i>Терещенко І.О., Артеменко О.Ю.</i>	
Формування антикризової маркетингової стратегії підприємств	141
<i>Терещенко І.О., Комар В.П.</i>	
Оцінка маркетингового механізму антикризового управління збутовою діяльністю підприємств АПК	143
<i>Ткаченко І.П., Ковтун-Брагар М.В.</i>	
Управління інноваційними процесами на АТ «Гідросила»: удосконалення систем	146
<i>Трояновська З.А.</i>	
Пріоритетні фактори впливу на поведінку споживача в умовах воєнного стану	149
<i>Тума С.Г., Яковенко Я.Ю.</i>	
Трансформація управлінських підходів у реалізації експортного потенціалу в умовах післявоєнної економіки України	152
<i>Устік Т.В.</i>	
Особливості креативного маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу	154
<i>Чеботарьов В.А., Чеботарьова Н.М.</i>	
Крос-культурний маркетинг-менеджмент: основи формування, зміст і верифікація наукової гіпотези	157
<i>Чигрінов В.В.</i>	
Концепція життєвого циклу як інструмент управління інвестиційним розвитком транспортного підприємства	160
<i>Шаломова А.О. Ігнат'єва І.А.</i>	
Дослідження ролі інноваційного лідерства у формуванні інноваційної культури та інноваційної діяльності в організації	162
<i>Шевченко О.О.</i>	
Новітні парадигми розвитку сільського господарства України	164
<i>Юрик Н.Є., Мучинська Ю.В., Юрик Ю.І.</i>	
Базові емоції в управлінській роботі менеджера	167

Якобчук В.П., Ходаківський Є.І.

Родові поселення – інноваційний досвід публічного управління та адміністративного менеджменту територіальних громад 169

Яковенко Р.В., Болгаров І.С.

Управління організаційним розвитком ТОВ «Астра Косметик» на основі інновацій 171

Яковенко Р.В., Круценко Д. А.

Управління якістю продукції ТОВ «ЮГОС» 173

СЕКЦІЯ 2.**СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ****Алексеева Л.М.**

Аналіз конкурентного середовища промислового підприємства 176

Андрушків Б.М., Бойко О.Б., Боярчук Н. А.

Особливості розвитку системної інтеграції в управлінні суб'єктами господарювання у воєнний та повоєнний періоди 179

Близнюк А. О., Ковальова М.В.

Обґрунтування виробничої програми підприємства з позиції маркетингу 181

Буряк О.М.

Формування маркетингових стратегій управління збутовою діяльністю підприємств апк 183

Вернюк Н.О., Григорян Р.Х.

Оцінка ризиків у діяльності сільськогосподарських підприємств в умовах невизначеності 185

Вольська О.М.

Механізми публічного управління соціальним розвитком міста 189

Ганущак Т.В.

Ризик-менеджмент у ритейлі: досвід країн ЄС та України 191

Гончар Л.В., Єрмак Є.С.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства 193

Гришук Р.О.	
Планування нового виробництва як напрям реалізації маркетингової стратегії підприємства	197
Завербний А.С., Псуй М.С., Завербний С.А.	
Значення системи управління репутаційними ризиками за умов стабільного економічного розвитку	199
Zozulov O.V.	
Determination of consumer motives using the algebra of expressions during marketing research of innovative goods	202
Yang Yingbin	
Patterns of the enterprise's organizational transformations under increasing market environment volatility conditions	205
Карпінська К.О.	
Формування стратегії управління ризиками на підприємстві	207
Козир О.В., Філіппова В.Д.	
Стратегія соціального розвитку сучасного міста	210
Крамської Д.Ю., Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г.	
Управління міжнародними проектами на основі наукових досліджень	212
Куц О.С., Гончар Л.В.	
Особливості визначення економічної сутності активів підприємства	215
Кучіна С.Е., Перерва П.Г., Дівенок Б.К.	
Особливості бізнес -планування зовнішньо-економічної діяльності	218
Lazarenko Y.O.	
The role of strategic open innovation capabilities in achieving sustainable competitive advantage of a company	221
Лаціннікова Д.В.	
Особливості збутової політики у сфері послуг	224
Лисенко М.В., Гавриленко Т.В.	
Сучасні інструменти управління маркетинговою діяльністю	226
Лозов'ягін С.І.	
Стратегічні заходи з удосконалення збутової діяльності підприємства	229
Максимов М.С.	
Принципи та інструменти створення позитивного іміджу підприємства	232

Махаммедова К. Ж.	
Маркетингові заходи стимулювання збуту	235
Медвідь В.Ю., Єгорова О.В.	
Загальна характеристика емпіричних методів дослідження в стратегічному плануванні розвитку громад	237
Метеленко Н.Г. Баженов Є.В., Скидін П.В.	
Повоєнна реструктуризація галузей промисловості в контексті нарощування доданої вартості	240
Молдаван Л.В.	
Управління ринком сільськогосподарських земель в контексті сталого розвитку.	242
Муштай В.А.	
Ринкові тренди в формуванні поведінки споживачів	247
Немченко В.В., Немченко Г.В.	
Маркетинг у соціальних мережах для України: особливості в умовах повномасштабного вторгнення	250
Oleksiienko Roman	
Some ways of applying the sustainable development approach in the strategic management of the company	251
Орабіна Т. М., Марічереда В. Г.	
Управління демографічним розвитком: шляхи подолання демографічної кризи в Україні	254
Павлова О.В., Педь І.В.	
Стратегічний аналіз основних факторів макросередовища промислового підприємства	257
Попко О.В., Філатов В.В.	
Застосування сегментації клієнтської бази для оптимізації стратегій лояльності у електротехнічних компаніях	260
Pugachov M.I., Hutorov A.O.	
Functional resilience characteristics of agro-economic systems	263
Ратушняк В.В.	
Шляхи активізації громадянського суспільства	265
Резніченко А.О., Близнюк А.	
Товарна політика як інструмент підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства	267
Родіонов Є.О.	
Соціальна взаємодія влади і суспільства в умовах трансформації	270

Сенелюк А.С., Храпкіна В.В.

Управління відносинами з клієнтами: сучасні тенденції B2B моделі 271

Сидоренко І.І.

Маркетинговий потенціал як складова сталого розвитку підприємства 274

Сліпецький О.Є., Попко О.В.

Визначення перспективних постачальників: маркетинговий аспект 276

Теренчук Р.В.

Вплив трансформацій телевізійного контенту на функціонування суб'єктів медіаринку в умовах війни 279

Терещенко В.В.

Життєвий цикл товару то його зв'язки з маркетинговими стратегіями 283

Ткаченко І.П., Марченко В.М.

Удосконалення управління впровадженням інноваційних технологій на АТ «Ельворті» 286

Хилько І.І., Славська О.Ю.

Системи та методи прийняття управлінських рішень в менеджменті 289

Цвілий С.М., Мамотенко Д.Ю., Корнієнко О.М.

Стратегічний аналіз в антикризовому менеджменті компаній індустрії туризму 291

Церковнюк О.Е.

Роль контент-маркетингу у просуванні ІТ-послуг в цифровому середовищі 294

Чукурна О.П., Лісецька Н.В.

Вплив концепції смарт-спеціалізації на економічний розвиток 297

Шиян Н.І., Сітак І.Л.

Проблеми інвестування у сферу клінічних досліджень України 299

Юр'єв Д.Ю.

Стратегічний напрям маркетингової діяльності підприємства як важливий компонент розвитку бізнесу 302

Якимчук С.С.

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства в умовах нестабільної ситуації в країні 305

Яковенко Р.В., Круценко Д.А.

Оцінка конкурентів ТОВ «ЮГОС» у контексті управління якістю 308

Якубовський Я.С., Кухарчук П.М.

Роль громадських організацій у прийнятті управлінських рішень 310

Ярмоленко М.В.

Умови та чинники формування стратегії маркетингу підприємства 312

СЕКЦІЯ 3.

ІННОВАЦІЇ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Балашова О.В.

Застосування сучасних методів прогнозування інноваційної діяльності в організації підприємництва 315

Бикова Н.Е.

Проблеми застосування методів менеджменту в організації 318

Бутенко Д.С., Пузач Є. В.

Теоретичні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства 320

Височин І.В.

Структурні параметри діяльності суб'єктів торговельного бізнесу в умовах воєнного стану 323

Вітряна Є.В.

Формування ефективних комунікаційних процесів в організації 326

Грабовська І.В.

Контролінг як інструмент реалізації стратегії стабільності підприємства в умовах кризи 329

Євтушенко Ю.В.

Розвиток житлового будівництва як основа економічного відновлення країни 331

Кіндзерський Ю.В.	
Потенціал підприємницької держави для зеленого переходу в контексті повоєнного розвитку України	334
Клюс Ю.І., Фоменко Д.В.	
Необхідність підвищення інноваційної активності як фактору резистентності в умовах кризових ситуацій	337
Кобилінський О.Ю.	
Роль логістичного управління в торгівлі	340
Кобєлєва А.В., Климентова М.В., Перерва П.Г.	
Особливості оцінки комерційного потенціалу інноваційної технології	342
Коверга С.В., Згоденко Р.О.	
Особливості інвестування в інноваційні проекти в одиничному виробництві машинобудівних підприємств	345
Колотюк О.І., Перерва П.Г., Зеленьак І.С.	
Оцінка впливу інтелектуальної власності на ефективність бізнес-процесів	349
Комнатний Є.І.	
Підходи до визначення поняття комерційної діяльності	352
Кириченко Л.О.	
Тенденції впливу маркетингових інновацій на конкурентоспроможність автомобільної індустрії	356
Куклінова Т.В., Куклінова С.І.	
Штучний інтелект у підвищенні прибутковості підприємницьких структур	358
Кулько Н.А.	
Конкурентоспроможність підприємств: сутність, види, методи оцінки	360
Куць Б.С., Чала Н.Д.	
Вплив війни на агропідприємства та потенційні шляхи розвитку	363
Литвиненко А.О., Пугач А.Ю.	
Визначення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності	366
Матукова Г.І., Шкварок А.К., Лісовенко Є.С.	
Соціальне підприємництво: актуальні питання розвитку	369

Медвідь В.Ю., Коломієць А.М.

Кластери та ланцюжки доданої вартості громад: визначення та основні результати 371

Мельник В.В.

Організація та захист комерційної таємниці у системі франчайзингу 373

Мірошник А.В.

Життєвий цикл технологій: зміни та тренди 376

Павлюк С.І., Антикало К.В.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства як чинник сталого розвитку 379

Паскаль Л.В.

Економіка міст України: повоєнні сценарії відбудови в системі заходів влади 381

Петровська О. М.

Соціальне підприємництво: поняття, типологія та чинники формування 383

Пилипенко В.А.

Особливості конкурентоспроможності компанії на вітчизняному ринку послуг таксі 385

Підоричева І.Ю., Ляшенко В.І.

Удосконалення інституціонального базису адаптації державної статистики у сфері інноваційної діяльності підприємств до вимог європейських стандартів 387

Пічкарь А.В., Гавриленко Т.В.

Підходи до управління асортиментною політикою підприємства 390

Плотнікова М.Ф., Присяжнюк О.Ф.

Родова садиба – інноваційний механізм відновлення та тренд розвитку країни 393

Сафонов І.В., Білявська Ю.В.

Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни 396

Сербенівська А.Ю., Гільд В.І.,

Особливості функціонування видавничих підприємств України під час військової агресії 398

Станьковська І.М., Шуніна О.І.	
Управління інноваціями як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства	401
Syaska Olena	404
Strategic directions development of PJSC “Kyivstar”	
Ткачук А.І.	
Розробка механізму антикризового управління підприємством	407
Тюхтенко Н.А.	
Інноваційне мислення як запорука успіху стратегічного управління бізнес-екосистемами	410
Удова Л. О.	
Вплив біоенергетики на розвиток аграрного сектору України	413
Уманець С.В.	
Розвиток відновлюваних джерел енергії як пріоритетний вектор енергетичної безпеки України	415
Цвілий С.М.	
Франчайзинг в системі маркетингового управління туристичним бізнесом	418
Цикулова А.Е.	
Інновації та підприємництво в умовах війни	420
Чернявська І.М., Трофименко В.Є.	
Застосування технологій інтерактивного маркетингу в управлінні збутовою діяльністю організації	424
Шапаров В.С., Метеленко Н.Г.	
Роль підприємництва у стимулюванні економічного зростання в умовах війни та повоєнного відновлення	426
Шкуропадська Д.Б., Ситник А.О.	
Роль інновацій у повоєнному розвитку економіки України	429
Шулик В.О.	
Виживання бізнесу в умовах війни – на межі коригування пріоритетів	430
Юрик Н.Є. Величко А.В., Петришин М.П.	
Вплив організаційних змін на удосконалення виробничої системи підприємства	433
Яковенко О.С.	
Просторовий розвиток територій у становленні будівельної галузі	435

Яковенко Р.В., Ткаченко Б.І.

Управлінські рішення у структурі управління конкурентоспроможністю компанії «Genie Sp» 437

СЕКЦІЯ 4. ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Бондарчук В.І., Лойко В.В.

Вплив операцій злиття та поглинань на інвестиційний розвиток міжнародного бізнесу 440

Вітер В.А.

Ідентифікація чинників активізації іноземного інвестування 443

Грінченко Р.В., Орленко О.М.

Енергоефективність як невід'ємний тренд розвитку сучасних компаній 446

Кожемякіна О.М.

Використання світового досвіду до стимулювання інвестицій в економіку України 448

Кучеренко В.М.

Основні ризики при створенні стартапів: сутність і класифікація 451

Литвиненко А.О., Жернова П.Р.

Формування основних аспектів конкурентоспроможності бізнесу 454

Линник О.І., Перерва П.Г., Бударіна Л.Г.

Стартап проектування в сфері міжнародного інноваційного підприємництва 458

Матросова В.О., Перерва П.Г., Курінний Д.О.

Венчурний капітал як міжнародна інвестиція 461

Матукова Г.І., Матукова - Ярига Д.Г., Конюшенко Д.Ю

Інновації в управлінні закладами охорони здоров'я : збалансована стратегія розвитку 464

Мельник Л.М., Будна Ю.А., Янч О.В.,

Харчові відходи у ресторанній галузі: підходи до управління та важливість екологічно відповідальної практики 466

Тітова О.В., Яковенко Р.В.

Управління структурою та динамікою реалізації продукції
ТОВ «КІЗ «ЛЕЗО» 469

Чукурна О.П., Сорочат Т.

Вплив штучного інтелекту на ринок праці 471

Яковенко Д.В., Яковенко Р.В.

Фактори успіху та конкурентні характеристики підприємства
ТОВ «ДАБЛ-ДЕККЕР» 474

Яковенко Р.В., Болгаров І.С.

Система пропозицій в управлінні організаційним розвитком
ТОВ «Астра Косметик» 477

Янч О.В., Будна Ю.А., Островська Г. Й.

Ghost kitchens як сучасний феномен у громадському
харчуванні та конкуренція з традиційними ресторанами 480

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Балабаш О.С., Лазебний В.О.

Сучасні інструменти управління розвитком людських
ресурсів ІТ-компанії 483

Barda K.V., Pozniak O. V.

Effective staff motivation in times of crisis 486

Борщ В.І., Данилко М.

Сучасні тренди в управлінні персоналом сфери охорони
здоров'я України 488

Бочарова Н.А., Яровий І.О.

Аналіз та визначення концепту "людський ресурс" у
наукових дослідженнях 492

Варіс І.О., Потоскуєва А.Д.

Сучасні тренди HR брендингу в світі та в Україні 495

Волков О.О.

Сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом
для ефективного масштабування бізнесу 498

Герасименко Ю.С.

Стратегічне управління кваліфікованими робітниками у період повоєнного відновлення як один з ключових аспектів успішного економічного розвитку України 500

Глушчевський В.В., Петухова О.В., Замахасва К.О.

Стратегічний кадровий менеджмент: ситуаційне моделювання кадрової політики промислового підприємства 503

Головніна О.Г., Сьомкіна Т.В.

Маркетинг цінностей: поняття, чинники формування, оцінка впливу на людський капітал 506

Данилевич Н.С., Наумець З. О.

Роль корпоративного тайм-менеджменту в організації 509

Дражнер Д.В.

Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах війни 512

Єдинак В.Ю., Животова А.О., Масленникова А.А.

Вплив підбору персоналу на конкурентоспроможність неприбуткових організацій 514

Заставний М.А.

Особливості трансформування системи менеджменту персоналу за умов глобалізування 517

Іваненко В.С.

Управління персоналом як фактор конкурентоспроможності бізнесу 519

Ізбаиш В.М., Кучмійова Т.С.

Розвиток моделей лідерства для ефективного керівництва в глобальному бізнесі 522

Кармінська-Бєлоброва М.В., Бєлянінова А. І.

Використання цифрових технологій на основі штучного інтелекту в управлінні персоналом 525

Костюк Є.Р.

Управління продуктивністю праці на підприємстві 527

Магас Н.В., Федішин Г.В.

Індикатори оцінки ефективності мотивації персоналу підприємства 531

Markovych Iryna

Relationship between competence and skills in the context of the digital economy 534

Морозова М.Е.

Формування професійної компетентності майбутніх викладачів вищої школи 536

Пастухов О.С.

Управління лояльністю персоналу компанії 538

Пелех О.Б., Главацька О.Г.

Ключові аспекти управління персоналом організації 541

Пономарьов О.В.

Онбординг інструмент адміністративного менеджменту залучення та адаптації співробітників під час війни 544

Поплавська О.М.

Пріоритети соціально відповідального управління персоналом 546

Рагуліна А.О.

Управління людськими ресурсами: сучасні підходи та методи 549

Сорока О.В.

Феномен токсичного HR-менеджменту в організації 552

Феденко Д.О.

Використання візуальних конфігураторів як активного інструменту управління персоналом 554

Шерстюк Р.П., Островська Г. Й.

Інтелектуальне лідерство як інструмент ефективного управління інноваційно-орієнтованим підприємством 556

Яковенко Р.В., Болгаров І.С.

Навчання працівників у системі кадрового менеджменту ТОВ «Астра Косметик» 559

СЕКЦІЯ 6.**УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР****Борисова С.Є., Ільїн В.О.**

Антикризова стратегія управління фінансовим станом підприємства: сутність та особливості 562

Дячук О.Ф.

Управління підприємством на основі вартісних індикаторів 565

Зайцева Т.А.	
Теоретико-методичні аспекти оцінки фінансової стійкості підприємства	567
Жорнова А. О.	
Управління фінансовим станом підприємства в умовах воєнного стану	570
Коваленко О.В., Козак О.О.	
Бюджетування та інформаційне забезпечення антикризового управління металургійної компанії	573
Кожемякіна Т.В., Романченко Н.В., Кожемякін М. О.	
Проблема фінансування сфери охорони здоров'я та оцінка перспектив подальшого розвитку галузі	576
Литвин Ю.В.	
Дослідження ролі фінансової стратегії на підприємстві	578
Матукова Г.І., Кривешко Л.С.	
Проблеми фінансування закладів охорони здоров'я: шляхи вирішення	580
Метеленко Н.Г., Глущевський В.В., Попова А.О.	
Державні ініціативи фінансової підтримки розвитку підприємств переробної промисловості в умовах повоєнного відновлення України	583
Мороз Ю.Ю.	
Система показників для оцінювання кредитоспроможності бізнесу	586
Mukan Andrii	
The impact of financial market regulators on transfer pricing strategies of corporations	588
Нагірняк М.Ф.	
Податкова та облікова політика в сфері оподаткування прибутку	592
Нечипоренко А.В.	
Управління фінансами страхових компаній в контексті сучасних викликів	594
Новік І.О., Перерва П.Г., Томілін І.О.	
Визначення наслідків злитті та поглинання міжнародних бізнес-структур	597

Панічук О.В.	
Інформаційне забезпечення управління кредитоспроможністю	600
Петренко О.П., Терзман Т.В.	
Управління фінансовими ресурсами підприємства	602
Решетняк Т.В.	
Використання моделювання для удосконалення оцінки фінансового стану підприємств	605
Сіренко В.В., Шаповалова І.В.	
Вплив корпоративного управління на фінансові показники підприємства	608
Ситник Г.В., Малько Д.Д.	
Фінансове планування у забезпеченні сталого розвитку підприємства	610
Ситник О. О.	
Проблеми забезпечення кредитоспроможності підприємств в умовах воєнного стану	613
Стойко Г.В., Магас Д.О., Стойко В.В.	
Етапи управління процесом ціноутворення на підприємстві	614
Тютюнник Ю.М.	
Розробка стратегії управління активами підприємства	617
Цаль-Цалко Ю.С.	
Додана вартість в бізнесі: проблеми формування як об'єкту бухгалтерського обліку і оподаткування	619
Цегельник Н.І.	
Податковий контроль об'єктів оподаткування і бухгалтерського обліку податку на додану вартість	622
Черемісіна С.Г.	
Фінансово-кредитне забезпечення підприємств аграрного сектору економіки України в умовах війни	624
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С.	
Управління фінансами ТОВ «Торговельний дім «Гідросила»	628
Yan Le	
Enhancing methodological aspects of evaluation, monitoring, and control systems for enterprise investment activities	630

ТОМ 2.

СЕКЦІЯ 7.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Бедій Н.

Імпакт-підприємництво як протипага КСВ і відповідь на глобальні виклики 15

Борщ Т.С., Бурбело Н.О.

Методи та інструменти формування соціальної відповідальності підприємства 18

Бочарова Н.А., Даниленко К.О., Самойлова В.С.

Корпоративний світ України: види господарських товариств та аспекти ефективного управління 20

Варава В.С., Білявська Ю.В.

Етапи становлення соціальної відповідальності в міжнародному менеджменті та її сучасний стан 24

Волишуківа А.Є., Єдинак В.Ю.

Місце корпоративної культури в системі управління персоналом бізнес-організації 27

Даниленко О.А.

Корпоративна культура в умовах трансформацій: ключові аспекти та оцінювання ефективності 30

Дюжєв В.Г., Подрез О.І., Коваленко В.В.

Особливості соціального партнерства в сфері міжнародної економіки 33

Леонтенко О.М.

Види соціальної відповідальності в управлінні персоналом 36

Лозова О.В., Пертель І.С., Конотопов І.С.

Вплив конфліктів на рівень корпоративної культури компанії 38

Мороз В.О., Шаповалова І.В.

Трансформація корпоративної культури в закладах ресторанного господарства 40

Микитенко В.В.	
Забезпечення стійкості національної енергосистеми - соціальна відповідальність енергетичних бізнес корпорацій і розподіленої генерації	43
Ольховська А.Б.	
Корпоративна культура закладу охорони здоров'я як складова управління якістю медичного обслуговування	47
Пилипенко О.С.	
Становлення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу	50
Резніченко Ю.О., Шаповалова І.В.	
Трансформація корпоративної культури та соціальної відповідальності в корпоративну соціальну відповідальність	53
Сметанська І.О.	
Соціальна відповідальність підприємства як чинник його стійкого розвитку	55
Солярник Я.М.	
Корпоративна культура, як спосіб управління сучасним підприємством	58
Стефанишин О.Б.	
Потенціал покращення управління освітньою організацією на основі корпоративної культури	60
Толкачова Г.В., Зубенко Л.О.	
Особливості формування корпоративної культури підприємств сфери електронних комунікацій	63
Цимарно Г.В., Пилипенко О.С.	
Втілення принципів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність вітчизняного бізнесу	65
Швець П.А.	
Соціальна відповідальність бізнесу як механізм розвитку соціально-трудових відносин в Україні	69
Яковенко Р.В., Іванченко М.Р.	
Корпоративна культура у системі управління ТОВ «Онікс- Системз»	72

СЕКЦІЯ 8. ЛОГІСТИЧНИЙ ТА ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ІНСТРУМЕНТАРІЙ СУЧАСНОСТІ

<i>Белінський М.О., Кавун-Мошковська О.О.</i>	
Омніканальність як інструмент сучасного логістичного менеджменту	75
<i>Безверхий І.А.</i>	
Ефективний менеджмент гнучких процесів у розробці, впровадженні та супроводі програмного забезпечення	77
<i>Болдирєва Л.М.</i>	
Вплив цифрових технологій на розвиток логістичного менеджменту	80
<i>Вернигородський І.Д.</i>	
Сучасні методи управління проєктами	82
<i>Горошкова Л.А., Меньшов О.І.</i>	
Логістична інфраструктура в умовах війни та повоєнного відновлення України	86
<i>Деренська Я.М.</i>	
Особливості використання матриці RACI в проєктному менеджменті	88
<i>Дромашко О.А.</i>	
Роль штучного інтелекту в модернізації управління проєктами та логістики	91
<i>Коверга С.В., Краснокутський О.А.</i>	
Особливості організації логістичної діяльності машинобудівних підприємств одиничного виробництва в районах, наближених до лінії зіткнення в Україні	94
<i>Кордяк М.О., Смерічевська С.В., Гречковська А.І.</i>	
Бюджетне планування в логістиці: фактори впливу та методи	98
<i>Курбанов Д.С., Сумець О.М.</i>	
Алгоритм впровадження проєктно-орієнтованого підходу до управління підприємствами будівельної галузі	102
<i>Максименко К.О., Могилова М.М.</i>	
Формування основних засобів у логістичній сфері на прикладі нової пошти	105

<i>Metelenko N.G., Ogloblina V.O., Reva V.O.</i>	
Operational and financial aspects of logistics business	108
<i>Микитас А.С., Серєда Н.М.</i>	
Роль цифровізації у вдосконаленні логістичних та проєктних процесів	110
<i>Огієнко С.О., Сумець О.М.</i>	
Обґрунтування важливості застосування логістичного менеджменту в діяльності підприємств	113
<i>Оглобліна В.О., Метеленко Н.Г., Селезньов К.О.</i>	
Маркетингове управління каналами розподілу торгівельного підприємства	116
<i>Sobchyshyn V. M.</i>	
Interconnection of logistics strategy with functional strategies of the enterprise	119
<i>Снівакова Н.О., Сумець О.М.</i>	
Об'єкт, суб'єкт і детермінанти логістичного менеджменту	121
<i>Ткаченко І.П., Ільгевичус Р.Г.</i>	
Механізм управління матеріально-технічним забезпеченням в системі зовнішньоекономічної діяльності підприємства	124
<i>Фрунза С.А.</i>	
Аутсорсинг як інструмент логістики для ефективного управління	127
<i>Чернявська І.М., Голуб О.В.</i>	
Проведення передпроектних досліджень та експертизи проєкту	129
<i>Школьний О.О.</i>	
Управління глобальними ланцюгами постачання в контексті сталого розвитку	132

СЕКЦІЯ 9. МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ВІДНОВЛЕННЯ

<i>Дейнега І.О., Бенчук С.О.</i>	
Ринок цементу України: торговельні потоки та тенденції розвитку	135
<i>Кудлай В. Г.</i>	
Розвиток міжнародної економічної інтеграції в умовах цифровізації	138

Кужелев М.О.

Фінансові аспекти розвитку агропромислового комплексу України в умовах воєнної логістики 140

Кучмійова Т.С., Яблунівська А.С.

Виклики та стратегії залучення іноземних інвестицій в умовах геополітичних турбулентностей: досвід та перспективи України 142

Литвишко Л.О. Цвік В.Г., Волинець Я.Є.

Бізнес-аналітика та її роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності 145

Новік І.О.

Роль дипломатичних служб та лобіювання в переговорному процесі 147

Отенко І.П., Кулієв Р.В.

Логістична діяльність машинобудівних підприємств у міжнародному бізнес-середовищі: ключові тенденції та проблеми розвитку 150

Перерва П.Г., Токар Р.О., Грибова А.С.

Переваги та недоліки аутсорсингу багатонаціональних підприємств 154

Проскурня О.М., Перерва П.Г., Стогній А.В.

Дослідження інструментів і програм європейської регіональної політики 157

Синіговець О.М., Перерва П.Г., Прийменко І.В.

Підходи до проведення компаративного аналізу міжнародної конкурентоспроможності 160

Синіговець О.М., Перерва П.Г., Андрущенко К.В.

Формування складових інформаційно-аналітичного забезпечення міжнародних економічних відносин 163

Сусліков С.В., Перерва П.Г., Нестеров Д.О.

Дослідження особливостей торгівлі з європейськими компаніями 166

Трухачова К.В.

Ракурс "проблематики" в питаннях світової продовольчої безпеки на всіх рівнях управління людським життям в умовах економіки відновлення 168

Черепанова В.О., Романов В.С., Гузе С.К.	
Базові стратегії міжнародного економічного розвитку країн	171
Яворський К.А.	
Міжнародна фінансова допомога в бюджет України: фактор війни	174

СЕКЦІЯ 10. DIGITAL-МАРКЕТИНГ: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

Ажсжа М.А., Венгер О.М., Фурсін О.О.	
Digital-маркетинг: тренди штучного інтелекту та машинного навчання	178
Безугла А.І., Боднар О.В.	
Інструменти диджитал-маркетингу в роздрібній торгівлі	182
Богачук С.А.	
Базові технології нейромаркетингу в діяльності компаній	186
Волобоєв В.	
Інноваційні підходи використання штучного інтелекту на рекламних платформах техногігантів	187
Воробйов К.І.	
Регулювання криптовалюти в Україні та його вплив на маркетинг криптовалют	190
Горик З.І.	
Тренди аналізу ефективності digital-маркетингу	193
Горська К.Ю.	
Використання відео-контенту для просування сучасних підприємств	195
Душко А.В., Коровіна О.В.	
Сучасні тренди контент-маркетингу	198
Ключник Е.Ю.	
Використання штучного інтелекту як тренд у розвитку digital-маркетингу	200
Коваленко М.В., Каневська І.М.	
Пріоритетні напрямки розвитку вищої освіти в Україні в умовах діджиталізації	202
Kohut M. V.	
Using internet marketing in business	205

Коровіна О.В., Якіна Н.О.	
Соціальні мережі як спосіб просування бренду	207
Костенко А.С.	
Сучасний інструментарій цифрового маркетингу та його значення для розвитку підприємства	209
Котляренко В.А.	
Роль інтернет-маркетингу на IT-ринку	213
Кустов В.П.	
Штучний інтелект у маркетингових опитуваннях населення щодо розвитку фондового ринку	215
Кухрівський Д.В., Лиса С.С.	
Сучасні тренди розвитку digital-маркетингу	218
Мазур С.Д.	
Digital-маркетинг. сучасні тренди органічного контенту у соціальних мережах	220
Макаревська В.В.	
Підходи до сегментації цільової аудиторії як складова стратегії digital-маркетингу бізнесу	223
Малиш Д.В.	
Сучасні інструменти digital-маркетингу	226
Москаленко П.С.	
Вплив штучного інтелекту на персоналізацію та поведінку споживачів у контексті цифрового маркетингу	231
Попова Н.В.	
Діджитал маркетинг у компаніях транспортно-логістичної системи	234
Savkiv U. S., Moniuk B. R., Morytsan M.O.	
The role of digital technologies in the formation of the enterprise marketing strategy	237
Сошко М.О.	
Оптимізація SMM-стратегії для досягнення маркетингових цілей підприємства	240
Тардаскіна Т.М., Єфимчук К.	
Ефективне просування бренду через performance-маркетинг	242
Терещенко І.О.	
Функції таргетингу і напрями їх реалізації	243
Тромса В.О.	
Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства	246

<i>Храпкіна В.В., Трушкіна Н.В., Прокопишин О.С.</i>	
Digital-маркетинг як інструмент ефективного функціонування аграрного бізнесу	249
<i>Чорномаз С.О.</i>	
Адаптація діджитал маркетингової стратегії компаній в умовах війни	252
<i>Чухліб В.С.</i>	
Використання соціальних мереж, як інструменту просування бренду	254
<i>Яковенко Р.В., Овчінніков С.С.</i>	
Перспективи розвитку інтернет-маркетингу в Україні	257

СЕКЦІЯ 11. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА БРЕНДИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВИХ СУБ'ЄКТІВ

<i>Bachynska O.</i>	
Modern brand promotion technologies of higher education institutions	260
<i>Біздай В.П.</i>	
Використання штучного інтелекту у формуванні довіри споживача в електронній комерції	262
<i>Білодід А.В.</i>	
Визначення сутності та складових бренду	265
<i>Белоусов В.В.</i>	
Стейкхолдер-менеджмент як інструмент маркетингової комунікації	268
<i>Боклан К.В.</i>	
Поняття брендингу та його класифікація	271
<i>Vysotchenko S., Sytnyk A.</i>	
English language in marketing communications	275
<i>Волохатюк Д.О.</i>	
Оцінка ефективності використання influence-marketing та його вплив на маркетингову діяльність підприємства	276
<i>Дейнега І.О., Рій І.</i>	
Детермінанти побудови сильного бренду кав'ярні	278

Древницька Ю.М.	
Брендинг як один з факторів формування ціноутворення	281
Кацан В.Є.	
Роль івент-маркетингу у просуванні бренду	283
Кокарєв І.І.	
Бренд кондитерської компанії як фактор її конкурентоспроможності	286
Коровіна О.В., Жук Т.А.	
Етика у просуванні івент заходів на цифрових каналах комунікації	288
Онопрієнко І.М., Могилевська О.В.	
Маркетингові технології просування товарів в інтернеті	291
Прозоровська В.Т.	
Переваги використання одно-сторінкової маркетингової стратегії в сучасному бізнесі	293
Рогоман Д.С.	
Формування бренд-стратегії для бізнесу як фактор посилення конкурентних переваг	296
Родіонов І.В.	
Новітні інструменти маркетингових комунікацій	299
Роснко А.В.	
Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях	301
Токарєв В.В.	
Формування «культового» бренду в умовах сучасного світу	304
Тульнєва Є.О.	
PR як елемент системи маркетингових комунікацій	307
Федорас С.Л.	
Концепція формування та просування бренду в інтернет-середовищі	310
Чилібійська А.Д., Лиса С.С.	
Відображення споживчої поведінки в рекламних кампаніях Nike	312
Чорна Д.О., Фісун Ю.В.	
Особливості сегментації споживачів органічних продуктів на українському ринку	315
Швалюк Н.В.	
Актуальність бренду роботодавця у воєнних умовах	317

СЕКЦІЯ 12

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Бедер Д.А.

Інформаційне забезпечення управління бізнесом на основі програмного реєстратора розрахункових операцій 320

Біловодська О.А., Пічик К.В., Некрасова О.С.

Впровадження штучного інтелекту в Україні: здобутки і напрямки розвитку 322

Білуха М.А.

Використання аналітики даних у системі дистрибуції традиційних та інноваційних товарів 325

Бугайчук О.В.

Управління змінами в інформаційно-інноваційній сфері підприємства в епоху цифрової трансформації 328

Будзін Д.В.

Соціальні мережі як ключовий фактор формування уподобань споживачів 331

Вальковець А.С., Вальковець В.І.

Використання цифрових інструментів у веденні бізнесу 334

Вовчанська О.М., Іванова Л.О., Шамов А.О.

Використання ChatGPT для підвищення стійкості в індустрії гостинності та туризму 336

Воронкова В.Г.

Напрями упровадження цифрових інструментів ефективного функціонування бізнесу 340

Глуцевський В.В., Федорінов Р.Д., Глуцевська В.В.

Ефективний менеджмент на ринку будівельно-монтажних послуг: моделювання та цифровізація бізнесу 344

Жарінова Н.П.

Виклики бренд-менеджменту в цифрову епоху: побудова довіри та лояльності в онлайн-середовищі 347

Заячківська Г. А.

Штучний інтелект в маркетингу ритейлу 349

Ivchuk V.V.

Investigating moral quandaries: incorporating artificial intelligence into business administration 352

Клопов І.О.	
Цифрова трансформація бізнесу: виклики та можливості	355
Козісь М.А.	
Інтернет-маркетинг у діяльності підприємств	357
Крупа А.Г.	
Стратегії оптимізації цифрової трансформації: зарубіжний досвід використання ікт у сучасних організаціях	359
Крутогорський Я.В., Стецик Я.В.	
Деякі аспекти впливу цифрової валюти на оподаткування	362
Куліш Д.В.	
Цифрова трансформація як передумова інноваційного розвитку соціально-економічних систем	365
Лойко Є.М.	
Методичний інструментарій оцінки рівня ефективності комунікацій суб'єкта господарювання	368
Малахова Ю.А., Смітюх Ю.Є.	
Розвиток професії бухгалтера в умовах діджиталізації	371
Метеленко Н.Г., Воронкова В.Г.	
Новітня парадигма Agile-менеджменту за доби цифровізації: теоретичні і практичні аспекти	373
Осліковський В.В., Шульжик Ю.О.	
Програмне забезпечення як інструмент цифрового розвитку бізнесу	377
Павлова О.А.	
Роль цифрового маркетингу у сталому розвитку ІТ-сектору України	379
Паршин Ю.І., Метеленко Н.Г. Оглобліна В.О.	
Цифрова трансформація та стратегічні напрями відбудови галузей промисловості України	382
Потюк Ю.Б.	
Особливості застосування цифрових інструментів у процесі масштабування бізнесу	384
Разумова Г.В., Юдін Д.І.	
Основні аспекти розвитку електронних платіжних систем	387
Слюсарь М.Ю.	
Використання мережевих платформ: виклики та можливості	388
Хилько І.І., Битко Д.К.	
Штучний інтелект як фактор розвитку економіки	391

Храпкін О.М. Технології віддаленого доступу і комунікації в управлінні ІТ-проєктами	394
Череп А.В., Воронкова В.Г. Європейські практики діджиталізації як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки	396
Чирченко М.Д. Основні цифрові інструменти для ефективного функціонування бізнесу	400
Шаповал С.О., Ковшова І.О. Використання категорійними менеджерами цифрового інструментарію power bi	402
Шевченко А.С. Оцінка впливу впровадження CRM-системи на конкурентоспроможність компанії	405
Шматько Н.М., Яковенко С.В. Штучний інтелект як цифровий інструмент ефективного функціонування бізнесу	407
Шульжик Ю.О., Данилюк М.М. Вплив інновацій в програмному забезпеченні на ефективність бізнесу	410
Яковенко Р.В., Овчінніков С.С. Управління збутовою діяльністю інтернет-магазину ТОВ «ТД Гідросила»	412
Яскевич А.А., Курило Л.І. Токенізація реальних активів на прикладі токенізації нерухомості: переваги і недоліки	415
Яцишина І.В. Використання криптовалютних розрахунків корпораціями	419

підприємств у досягненні високої ефективності та адаптивності до змін. Цей підхід не лише полегшує процес управління персоналом, але й сприяє покращенню комунікації та розвитку індивідуальних стратегій для кожного співробітника. Візуальні конфігуратори визначаються як потужний інструмент для досягнення конкурентних переваг у глобальному бізнес-середовищі.

Перелік використаних джерел:

1. Мажник Л.О. Місце технології управління персоналом підприємства у системі управління / Вісник КЕІ КНЕУ. – 2008. – № 4(16). – С. 63–65.

2. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / Под ред. В.С. Пономаренко. – Харьков : ХГЭУ, 2002. – 252 с.

УДК 658.011.32:159.9(043.2)

Шерстюк Р. П.,

доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг,

Островська Г. Й.,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг,

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИМ
ПІДПРИЄМСТВОМ**

Панорама наукових досліджень підтверджує, що для опису сучасного світу широко використовується аббревіатура VUCA, яка означає, що світові властива мінливість (volatility), невизначеність (uncertainty), складність (complexity) і неоднозначність (ambiguity). У цьому сенсі управління бізнесом стикається з безпрецедентними викликами у світі, що швидко змінюється, а отже не існує готових алгоритмів для їх вирішення. Відсутність вичерпних даних для прийняття управлінських рішень призводить до управлінських ризиків, наслідки яких у невизначених ситуаціях можна передбачити скоріше інтуїтивно, ніж за допомогою суворої логіки менеджменту. Складність і неоднозначність людських стосунків у ситуаціях, коли

необхідно приймати управлінські рішення, орієнтують на пошук варіативних підходів, у тому числі альтернативних і нестандартних. Ці ситуації об'єктивно визначають креативність як домінуючу характеристику управління бізнесом у світі VUCA. У цьому контексті ефективним інструментом управління є лідерство, яке вважаємо одним з системоутворюючих факторів інноваційно-інтегрованого підприємства, що забезпечує ефективне поєднання колективного потенціалу людей для досягнення спільних цілей. Постулатами лідерства є: цінності – внутрішнє прагнення лідера до зростання (самореалізації) в межах певного набору цінностей; цілі – власне бачення лідером мети, що ґрунтується на внутрішніх цінностях і гармонійне з цілями організації; інструментарій – ефективний набір інструментів для залучення персоналу до спільної діяльності. Таким чином, управління інноваційно-інтегрованим підприємством потребує навичок креативних лідерів, які володіють сучасними управлінськими практиками, спрямованими на активізацію компетенцій і талантів членів компанії, максимізацію евристичного потенціалу кожного працівника та створення умов для синергії (колективне вироблення новітніх знань) [1]. Очікується, що розвиток лідерства призведе до нелінійного покращення виробничих показників підприємств та забезпечить цілісність та стійкість функціонування підприємств у світі VUCA.

Стратегічне бачення лідерства ми розуміємо як створення та реалізацію образу майбутнього, де інтелектуальний менеджер, як візіонер цього майбутнього, задає напрям. У цьому контексті концепція лідерства як складова інтелектуального капіталу сучасного підприємства передбачає формування особливого типу лідерів (управлінців), які здійснюють командне, інклюзивне та партисипативне управління. Основним завданням сучасного лідера є побудова інклюзивної організації, в якій кожен відчуватиме свою причетність [2].

Основними взаємопов'язаними компонентами для забезпечення успіху в контексті інтелектуального лідерства є система управління знаннями та система розвитку динамічних здібностей з використанням високошвидкісної технологічної підтримки 5G. Система управління знаннями сприяє розвитку та ефективному використанню інтелектуального потенціалу працівників. За цих умов вказана система повинна базуватися на культурно-ціннісному

підході, щоб підвищити ефект інтелектуального лідерства інноваційно-орієнтованого підприємства. Розглядаючи систему розвитку динамічних здібностей серед основних елементів, що забезпечують успіх підприємства, динамічні здібності дозволяють створювати та реконфігурувати ключові компетенції у відповідь на зміни у зовнішньому середовищі [3].

У ході дослідження автори розробили низку рекомендацій щодо розвитку інтелектуального лідерства на українських підприємствах:

- вивчення концепції лідерства в країнах, що займають провідні позиції в розвитку економіки, заснованої на знаннях, у відповідних регіонах (Сінгапур, Південна Корея, Японія, Тайвань, Гонконг);

- формування психометричних показників, характерних для менеджерів-лідерів, які забезпечують творчу атмосферу справедливості й довіри на підприємствах;

- формування концепції лідерства, що враховує духовно-моральні практики;

- розробка, апробація та впровадження шкал, що вимірюють характеристики менеджерів-лідерів на підприємствах;

- розробка, апробація та впровадження параметрів вимірювання економічних категорій у сфері ірраціональності (справедливість, довіра) та їх застосування в контексті досягнення раціональних цілей підприємства;

- дослідження ефективності концепції лідерства на вітчизняних підприємствах з точки зору продуктивності праці, лояльності працівників та плинності кадрів.

Отже, реалізація інтелектуального лідерства інноваційно-орієнтованого підприємства вимагає наявності мережевої організаційної структури та здатності швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі; стратегії розвитку, орієнтованої на освоєння передових інновацій та впровадження сучасних управлінських практик; колективного інтелекту, спрямованого на розвиток креативного мислення працівників підприємства; формування інноваційної корпоративної культури та сприятливої корпоративної репутації.

Список використаних джерел:

I. Ostrovska H. Y. Maliuta L. Ya, Sherstiuk R. P, Lutsykiv I. V., Yasinetska I. A. Development of intellectual potential at systematic paradigm of knowledge management. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho

Hirnychoho Universytetu, 2020. (4). P. 171–178. doi: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2020-4/171>.

2. *Ostrowska H.Yo., Sherstiuk R.P., Tsikh H.V., Demianyshyn V.H., Danyliuk-Chernykh I.M. Conceptual Principles of Learning Organization Building. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu, 2021, № 3. С. 167-172. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-3/167>.*

3. *Островська Г. Управління потенціалом промислових підприємств за критерієм динамічних здібностей. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна». 2021. Випуск 100. С. 78–87. DOI: 10.26565/2311-2379-2021-100-08.*

УДК 37:005.95/.96

Яковенко Р.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу, менеджменту та економіки,

Болгаров І.С.,

здобувач вищої освіти,

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті

НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ У СИСТЕМІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК»

Навчання співробітників і процес професійного розвитку можна вважати основою стратегічного розвитку компанії. Метою навчання співробітників, яким займається відділ кадрів компанії, є підвищення якості та ефективності роботи співробітників. ТОВ «Астра Косметик» пропонує різноманітні навчальні програми (див. табл. 1).

Таблиця 1

Види професійного навчання на ТОВ «Астра Косметик»

Класифікаційна ознака	Види навчання відповідно до класифікаційної ознаки
Залежно від учасників процесу навчання	внутрішнє – готується і проводиться працівниками підприємства; зовнішнє – готується і проводиться із залученням зовнішніх фахівців, навчальних закладів; самонавчання – готується і проводиться працівником самостійно при консультаційній та методичній допомозі з боку навчальних закладів підвищення кваліфікації