Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (Україна)
Інститут проф. Жана-Урбана Сандала (Норвегія)
Університет ім. Фрідріха-Олександра Ерланген-Нюрнберг (Німеччина)
Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі
(Республіка Казахстан)
Варшавський технологічний університет «Варшавська політехніка» (Польща)
Балтійська міжнародна академія (Латвійська Республіка)
Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського» (Україна)
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (Україна)
Міжнародний університет фінансів (Україна)

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

25 листопада 2022 року
м. Харків, Україна

ББК 65.050
К 64

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 01.12.2022 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 18.11.2022 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, проректор Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (Харків, Україна);
Криворучко Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

К 64 **Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :** матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. 122 с. (+ додаток). Укр. мова, англ. мова

ISBN 978-617-7801-37-4

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках сімнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ББК 65.050

© Колектив авторів, 2022
© ФОП Лібуркіна Л. М., 2022

ISBN 978-617-7801-37-4

ЗМІСТ

Організаційний комітет 19

Програма конференції 21

Круглий стіл «Економіка України в умовах війни: втрати та напрямки відновлення» 22

Доповіді учасників круглого столу 25

Внукова Н. М. Конкурентоспроможність та інновації у спадщині професора Ростислава Колегаєва, учня видатного вченого Овсея Лібермана (до 100-річчя від дня народження) 25

Антонюк В. П. Вплив війни на економіку України: масштабні втрати та нові можливості 27

Sandal Jan-Urban. CFO as Strategic Management of Competitiveness based on Innovation 44

Baltgailis Jurijs. Problems of innovation in the field of financial technologies 48

Хаустова В. Є., Губарєва І. О. Індустріальні парки як інструмент підтримки промислового сектора та відновлення економіки України 54

Мокій А. І., Іляш О. І., Флейчук М. І., Дацко О. І. Методологічний підхід до моделювання продуктивної спроможності регіону в умовах війни 62

Лайко О. І. Стратегічні пріоритети стимулювання інноваційного розвитку економіки в повоєнний період 71

Шиян Д. В., Севрюкова Є. О. Вплив рівня самооцінки домогосподарствами своїх доходів на формування споживчого попиту 76

Проскурніна Н. В., Горобинська М. В. Цифровізація операційної маркетингової діяльності підприємств у контексті відновлення економіки України.....84

Вацьковські К. С., Гордієнко Л. Ю. Новий публічний менеджмент – інноваційні напрямки змін у функціонуванні публічного сектора Польщі 100

Циналєвська І. А. Передумови впровадження політики згуртованості в Україні 104

Тутова А. С. Міграція населення під час війни та її вплив на ринок оплати праці 109

Перелік доповідей на секційних засіданнях, які рекомендовані для публікації у фаховому виданні..... 121

Додаток. Тези доповідей учасників конференції

Секція 1
Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Александрова Д. В. Комунікація як бізнес-процес взаємодії суб'єктів для досягнення цілей підприємства..... 140

Анацький О. С. Організація професійного навчання персоналу на підприємстві як основа підвищення його конкурентоспроможності 145

Антоненко С. В. Логістичне обслуговування на підприємстві 149

Баздьоркіна Є. І. Особливості управління логістичною діяльністю на підприємствах 153

Балюк Ю. С. Сучасні особливості оцінки експортно-імпортної діяльності підприємств 158

Banchenko K., Sigaieva T. Improving logistics activities in the enterprise 162

Бараннік І. О. Економічна стійкість: нові аспекти змістовної сутності..... 166

Боровенський О. О. Аналіз сутності прибутку підприємства.... 169

Брітанова Е. В. Аналіз основних етапів транспортно-складського процесу 173

Велика О. Ю. Особливості формування фінансових ресурсів промислових підприємств 177

Велика О. Ю., Верещака А. О. Організація інвестиційної діяльності підприємства та її складові 181

Virovka D. Innovative-active personnel as a subject of innovative activity of an enterprise..... 185

Веретенников Д. О. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі зниження витрат у процесі закупівельної діяльності..... 189

Веретенникова А. Б., Каф'ян В. А. Аналіз підходів до визначення поняття «електронний маркетинг»..... 193

Vynohradov V. V. Implementation of innovations in information logistics of the enterprise to improve its competitiveness on the market..... 197

Власенко Т. А., Степаненко С. В. Вектори та фактори відтворення ресурсного потенціалу аграрних підприємств в умовах інклюзивної економіки 201

Геращенко І. М., Запрій Н. А. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування стратегічних конкурентних переваг компанії..... 205

Геращенко І. М., Косинська В. А. Аналіз різних точок зору на поняття «мотивація» 210

Геращенко І. М., Крайня К. В. Засоби планування маркетингової діяльності на підприємстві 213

Геращенко І. М., Макаров А. Д. Огляд світових тенденцій управління транспортною діяльністю для стратегічного планування на підприємстві 217

Геращенко І. М., Нвако Блесінг Чамака. Визначення поняття конкурентоспроможність людських ресурсів для ефективного планування діяльності 221

Геращенко І. М., Скачко Д. Т. Порівняння визначень різних авторів категорії «мотивація» задля планування стратегії управління персоналу 228

Геращенко І. М., Олехнович В. В. Формування та планування стратегії управління організаційним розвитком 233

Губенко А. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства на основі впровадження аутсорсингу 237

Гур'єва В. В. Використання інноваційних технологій в управлінні складською логістичною діяльністю як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства 242

Данник О. С. Роль інноваційної складової у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства 246

Демченко Г. В., Копадзе О. Г. Сутність та складові ефективної системи стимулювання персоналу на підприємстві 250

Dmytrohin A. Improving the system of payment for employees in innovation activities 254

Дорошенко В. В. Переваги та недоліки впровадження стратегічного управління на підприємстві 259

Driha K. Organization of transportation in the gas station network 263

Єрмакова О. А. Стратегічне управління формуванням регіональних інноваційних систем 267

Zhdanova D. E. Modern approaches and methods of sales planning as a base of innovations in sales activity in logistics 272

Жевновата А. С. Мотивація службовців сфери готельного бізнесу 276

Завідна Л. Д. Формування інноваційних стратегій та їх вплив на конкурентоспроможність готельних послуг 280

Золотухіна А. О. Уточнення сутності поняття «маркетингова діяльність підприємства» в умовах кризи 284

Іващенко А. Е. Сутність мотивації персоналу на підприємстві 290

Іполітова І. Я. Стратегічна гнучкість підприємства: компетентнісний підхід 293

Кащеєва С. Ю. Сутність фінансових ресурсів підприємства 298

Кізім М. Ю. Оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства 301

Клепатська Д. В. Засади управління збутовою діяльністю підприємства 306

Klymenko A. Digitalization as innovative approach for transport logistics at the enterprise 310

Kozlova I., Veretennykova H. Formation of the financial strategy of the enterprise: theoretical aspect 314

Козлова І. М., Гаврилюк А. І. Класифікація управлінських рішень та фактори впливу на їх якість 318

Козлова І. М., Давидов С. І. Кадровий потенціал: поняття, сутність, основні характеристики..... 322

Козлова І. М., Ковнір Н. А. Мотиваційні пріоритети працівників у сучасних умовах 326

Козлова І. М., Лобанова Н. М. Особливості формування конкурентної політики в Україні..... 331

Козлова І. М., Орло М. Ю. Корпоративна культура як ефективний інструмент управління персоналом в кризових умовах..... 336

Козлова І. М., Харитоненко В. І. Етапи формування маркетингової діяльності на підприємстві..... 340

Kolodizieva T., Jean Samuel Kodji. Problems and prospects of the development of the transport and logistics system of Ukraine in the conditions of its european integration..... 345

Kortunova O. O. Innovative marketing trends at modern enterprises 348

Косенко С. Д. Інноваційні методи маркетингу 352

Костенко Д. М. Створення промислового комплексу для самозабезпечення населеного пункту твердим пічним біопаливом в Україні 358

Котляревська Є. С. Удосконалення складських процесів на підприємстві 363

Кравченко А. В. Цифрова сингулярність: цифрові трансформації інформаційно-аналітичної підтримки бізнес-рішень..... 367

Kretov Ya. O. Improvement of freight transportation 371

Кулакова П. О. Стартап як ризиковий вид інноваційної діяльності: облікові аспекти 375

Лавріщева Д. М. Сутність фінансового аналізу стану підприємства 379

Ларіна К. В., Чернишова А. А. Бренд-активізм: фактори вибору брендів споживачами під час війни в Україні 383

Ларіна К. В. Особливості використання соціальних медіа в умовах війни в Україні 387

Levitskiy A. O. Transport logistics as a basis for increasing the competitiveness of enterprises in the process of international trade 392

Левковець О. М. Формування інноваційного портфеля бізнес-організації 396

Лиманський Я. В. Сучасні підходи управління персоналом як основа підвищення конкурентоспроможності підприємства 401

Литвиненко Д. О. Проблеми ринку зернових культур в аграрному комплексі України 404

Литовченко І. В., Космік І. О. Економічний фронт України: шляхи оновлення 407

Литовченко І. В., Шевченко О. А. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві 411

Літвінова І. М., Літвінова О. А. Підвищення сучасних інформаційних технологій готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкурентного середовища на основі інновацій 416

Ляшко К. А. Методичні підходи до формування логістичних систем 419

Малєєва М. О. Планування маркетингової діяльності підприємства 424

Небилиця О. А., Мамедова Афсана Казим кизи. Методичне забезпечення розвитку персоналу як запорука конкурентоспроможності підприємства 429

Маркусь А. Ю., Мельникова К. В. Вибір логістичної стратегії підприємства 435

Мартиненко М. В., Самойленко А. А. Інноваційні підходи у логістиці підприємств галузі медичних послуг 440

Мельникова К. В., Чугаєва А. В. Формування логістичного сервісу на підприємстві 444

Мисник Д. В. Особливості визначення понять марки і бренду: загальні риси та відмінності 449

Михайлова Є. С. Транспортна логістика як важлива складова логістичної системи підприємства 453

Mischenko V. Innovative activity of the enterprise and ways to improve it 456

Мокренець І. О. Організація складської діяльності на підприємстві як джерело підвищення його конкурентоспроможності 460

Мошак Д. С. Узагальнення сутності поняття «стратегія конкуренції підприємства» 464

Нгуєн Тхі Фионг Зунь. Управління закупівельною діяльністю підприємства в сучасних умовах 469

Небилиця О. А. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств аграрного сектора економіки в умовах воєнного стану 474

Неведрова М. Ю. Вплив іміджу на конкурентоспроможність підприємства 480

Nevzorova O. V. Improvement of information provision of logistics activities of the enterprise....484

Ніколенко І. О. Роль прибутку у ринкових умовах і його економічна сутність 488

Павловська А. А. Визначення поняття якості продукції 492

Панченко Д. С. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства....496

Пасько М. І., Соломка А. К. Маркетинг взаємовідносин як концепція інноваційного розвитку підприємства....502

Пасько М. І., Шаповалова Г. В. Складові мотиваційного механізму сучасного підприємства....506

Пересада М. О. Планування та оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства....510

Петриченко М. О. Особливості мотивації персоналу у віддаленому режимі роботи на підприємстві....515

Пивовар Т. В. Стратегічний маркетинг як частина антикризового управління підприємством....519

Попова В. К., Томах В. В. Підвищення мотивації персоналу до інноваційної діяльності....523

Примак А. С. Дослідження інформаційного забезпечення логістичної діяльності на підприємстві....527

Приходько В. Є. Тайм-менеджмент як елемент ефективної системи управління персоналом на підприємстві....532

Райцева А. І. Організаційні питання стратегічного управління інвестиційною діяльністю підприємств....535

Reva A. I. Interpretation of the concept of «strategic planning» of the enterprise....539

Реприндева І. Р. Організація маркетингової діяльності на підприємстві 543

Рязанцева А. О. Планування маркетингової діяльності на підприємстві 546

Рябенький М. Б. Організація логістично-маркетингової діяльності як чинник конкурентоспроможності підприємства 551

Савенкова Д. В. Дослідження сутності поняття іміджу підприємства 556

Самойленко В. В. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства 560

Самойленко В. В., Ройко В. А. Мотиваційна стратегія підприємства 565

Самойленко В. В., Осьмуха О. М. Сутність і значення корпоративного іміджу підприємства 568

Safronov N. A. Innovation approaches in humanitarian logistics in crisis conditions 573

Seleznova H. O. Inter-firm interaction in the conditions of digitalization as a means of creating competitive advantages 577

Семенихіна А. О. Удосконалення матеріальної мотивації службовців підприємства 582

Sigaieva T., Gabrielyan A. Innovation strategy of the company 586

Sigaieva T., Khachaturov O. Improvement of the logistic process in the enterprise 590

Сігаєва Т. Є., Глотов М. В. Ризик-менеджмент логістичної системи підприємства 594

Сігаєва Т. Є., Смаглій А. О. Удосконалення складського господарства на підприємстві 598

Soloviova N. I. Features of the formation of innovation strategy in telecommunications industry companies 601

Сорока Т. М. Сутність та особливості управління ризиками на підприємстві 606

Сорочан Д. Е. Інновації в логістичній системі підприємства 611

Sotnikov M. Japanese Innovative Management 615

Spuziak K. S. Innovative methods of motivation of personnel of service enterprises 618

Стаматін Г. В. Ефективність використання бренду підприємства як інноватора 623

Стеценко Б. А. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі використання логістичного підходу 626

Стьогіна А. С. Особливості комунікативної політики на підприємстві в період воєнного стану 629

Sushko M. Innovation trends in warehouse activities efficiency management 634

Strokovych H. Analysis of the efficiency of innovation activitieson the example of Israel 639

Таргонська Н. Б. Підхід до управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства 643

Тимошенко К. В., Приходько Ю. С. Дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку та її вплив на діяльність підприємства на прикладі «ЕСВО» ЛТД 648

Томах В. В. Теоретичні аспекти креативності в управлінській діяльності 653

Трикіла І. В. Дослідження поведінки споживачів 656

Тюрін Г. А. Логістична система як інструмент ефективної роботи підприємства 660

Хаджинова Д. О. Тайм-менеджмент як основа економічного розвитку підприємства 663

Харьківська М. А. Формування організаційної культури підприємства 668

Хільковець Д. В. Організація процесу маркетингового менеджменту на підприємствім 672

Черкасова Ю. В. Особливості формування взаємовідносин у процесі закупівельної діяльності 676

Чигрінова В. В. Логістичні витрати як показник результативності функціонування підприємства 680

Чурахіна Д. І. Особливості формування фінансових ресурсів вітчизняних підприємств 684

Шавлак М. А. Національна стратегія державно-приватного партнерства у сфері інноваційної діяльності: проблеми розробки та перспективи впровадження 688

Шевченко В. О. Основні принципи управління якістю логістичного сервісу на підприємстві 693

Shevchenko O. Theoretical aspects of competitiveness of Ukrainian enterprises under globalization 698

Шмідт Я. В. Організація вантажних перевезень залізничним транспортом 702

Шпак К. В. Забезпечення прибутковості підприємства в сучасних умовах господарювання 707

Юдін М. А. Сучасні можливості новітніх та інноваційних інструментів для просування підприємства 712

Яворська Л. О. Роль інноваційної діяльності на підприємстві 716

Iastremska O., Taranskaya S. Improvement of the innovative section of the business plan of the trading enterprise 721

Ястремська О. М., Акіншина Ю. С. Особливості організації закупівельної логістики на підприємстві 725

Секція 2
Інноваційна діяльність: макро- мезо- та мікровимір

Астахова І. Е., Горобинська М. В. Особливості маркетингового забезпечення експортної діяльності підприємства в умовах цифрової трансформації 729

Бестужева С. В. Пріоритети сучасного розвитку міжнародної інвестиційної сфери України в умовах цифрової економіки 733

Горобинська М. В. Зміна бізнес-моделей в умовах цифрової трансформації 738

Дзеніс О. О., Кузнецов О. В. Цифровий маркетинг як інструмент управління міжнародною діяльністю підприємства 743

Дзеніс О. О., Купріна В. В. Особливості конкурентної стратегії міжнародного маркетингу в умовах виходу ІТ-компанії на світовий ринок інформаційних технологій 747

Дзеніс О. О., Маюра Д. Б. Цифрові технології управління ризиками у міжнародній діяльності підприємства 751

Дзеніс О. О., Романадзе І. Д. Формування стратегії управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства 756

Дзеніс О. О., Стакас А. В. Міжнародна маркетингова діяльність підприємства в умовах цифрової трансформації 761

Дибач І. Л. Чинники міжнародної конкурентоспроможності IT-підприємств 764

Dobryn S. Modern trends in digitalization of international activities of enterprises 768

Доброскок Ю. Б., Кушнірова В. Р. Розвиток фармацевтичної та медичної галузі України в умовах цифрових трансформацій 772

Козуб В. О., Козуб С. О. Вплив інноваційної діяльності на забезпечення конкурентоспроможності компаній на глобальних ринках 777

Котляров Є. І. Напрями відновлення і розвитку систем теплопостачання і теплоспоживання у поствоєнний період 782

Малюкіна А. О. Теоретичні основи інтернаціоналізації підприємств 787

Проскурніна Н. В., Панченко А. Р. Формування комплексу міжнародних маркетингових комунікацій підприємства 791

Піддубна Л. І. Особливості синтезу механізму управління конкурентоспроможністю підприємства 796

Проскурніна Н. В., Нестеренко Д. В. Практичні аспекти використання маркетингу у соціальних мережах в умовах цифровізації економіки 801

Чернуха Т. С. Комунікаційний процес як складова міжнародного менеджменту підприємства 806

Секція 3
Сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України

Бєлікова Н. В. Теоретичні положення дослідження та розпізнавання «пасток відсталості» в економіці країни 810

Іванова О. Ю., Лаптєв В. І., Напрями просторового розвитку територіальних громад в умовах нестабільності.....815

Іванов Ю. Б., Полякова О. Ю. Концептуальні положення формування превентивної антикризової економічної політики для України.....820

Кизим М. О., Бондаренко Д. В. Сучасні концепції побудови моделей економік країн світу..... 825

Колбасін Є. С. Конкурентоспроможність технологій будівництва модульних містечок в умовах воєнного стану в Україні 829

Красноносова О. М. Планування просторового розвитку об'єднаних територіальних громад 833

Купінець Л. Є., Шершун О. М. Екологічне ліцензування як засіб забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів аквакультури 837

Михайленко Д. Г., Тур О. В. Визначення конкурентоспроможностісфери соціального захисту населення у воєнний період: регіональний аспект.....841

Решетняк О. І. Відродження потенціалу науки у повоєнний період як ключової детермінанти забезпечення конкурентоспроможності України 845

Салун М. М., Панаетов Г. К. Сингулярність соціального підприємництва 849

Семигуліна І. Б., Ярошенко І. В. Аналіз особливостей класифікації видів територій для використання в системі публічного управління розвитком та відновлення України 854

Khaustova V. Ye., Doronina M. S. Consolidation of Ukrainian society: problems and perspectives.....859

Хаустова В. Є., Салашенко Т. І. 3D-модель енергетичного переходу електроенергетики України до енергетики 4.0.....862

Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В. Щодо оцінювання ефективності переходу до зеленої економіки як детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та екологічної безпеки.....867

Хаустов М. М. Формування екосистеми стартапів задля майбутнього розвитку України.....872

Шликова В. О., Леванда О. М. Світовий досвід аналізу ефективності антикризових заходів подолання наслідків пандемії COVID-19 877

Шпілєвський В. В. Економічний і суспільний аспекти формування військових витрат в Україні.....881

Шпілєвський О. В. Ідентифікація перспективних технологій теплової електрогенерації 886

УДК 005.33.65.658

Комунікаційний процес як складова міжнародного менеджменту підприємства

Чернуха Тетяна Станіславівна,
кандидат економічних наук, викладач кафедри міжнародної економіки і менеджменту, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: Tatyana0009@gmai.com

Комунікація – процес взаємодії між керівником і підлеглими. Вона являє собою багатоетапний процес, у якому кожен елемент має найважливіше значення. Комунікаційний процес потребує постійного контролю та зібраності. Ефективна система комунікації сприяє формуванню лояльності з боку працівників, допомагає сформувати корпоративну культуру та заручитися довірою та підтримкою.

Актуальність роботи підтверджується тим, що нині активно розвивається комунікаційний менеджмент, тому що він охоплює всі сфери діяльності організації, такі як внутрішньокорпоративний PR, та зовнішню взаємодію зі споживачами, стейкхолдерами, партнерами. Нині у західному соціумі менеджмент великих компаній починає будувати усередині своєї компанії організаційні відносини нового типу. Такі відносини засновані на чіткому комунікаційному процесі і є сукупністю великої кількості комунікативних взаємодій.

Ефективна система внутрішніх комунікацій забезпечує успішний розвиток організації. Налагоджені зв'язки всередині організації – це одна з основних умов стабільної та якісної роботи. Часто внутрішня комунікація відображає стан корпоративної культури та клімату в організації. Кожен працівник є носієм корпоративної культури, підтримує місію організації, вносить свої ідеї та зусилля у досягнення цілей, поставлених перед організацією.

Українські великі промислові підприємства в першу чергу потребують розвиненої комунікаційної системи, але їх можливості через ве-

ликий масштаб, чисельність, найчастіше лінійну організаційну моделі керування часто обмежені.

Керівники повинні постійно контролювати комунікаційну діяльність організації чи призначати відповідальних осіб [7, с. 99]. Постійні планерки. наради, брифінги, інструменти адаптації не перенасичують середовище, а, навпаки, оптимізують роботу, не дають розвиватись чуткам, дозволяють контролювати ситуацію як на ринку, так і всередині організації.

Сприятлива атмосфера у колективі підвищує залученість працівників до робочого процесу. Керівник, який формує систему комунікацій залежно від особливостей колективу та діяльності компанії, заручається підтримкою колективу, що безпосередньо впливає на ефективність діяльності та результат. Знижується плинність кадрів у компанії, що допомагає організації сформувати імідж сумлінного роботодавця [6, с. 50].

Зовнішні комунікації на великих промислових підприємствах спрямовані як на залучення споживачів і формування іміджу, так і на взаємодію з постачальниками і дистриб'юторами, що підвищує маржинальність підприємства [3, с. 120].

Менеджерам потрібно зробити набагато більше, ніж просто інформувати людей про те, що їм потрібно зробити для підтримки плану. Вони також мають мотивувати людей підтримувати план, зміцнювати відданість організації, встановлювати відносини та співробітництво, а також інформувати всіх про події та дії, які впливають на організацію. Налагоджений комунікаційний процес не тільки інформує, але й допомагає створити культуру, яка змушує людей відчувати приналежність до даної культури та бажання підтримувати організацію.

Зауважимо, що у сучасній організації перед керівником постає така дилема. З *одного боку*, є впевненість менеджера в тому, що комунікацій в організації має бути багато. Але іноді відбувається інформаційне перевантажених співробітників кількістю каналів комуніка-

ції [1, с. 204]. З *іншого* – протилежна небезпека: мінімізація кількості каналів комунікацій не зменшує кількість інформації, що циркулює, а переводить її в неформальні форми (чутки, плітки). Тому необхідно знайти оптимальне поєднання каналів передачі інформації та визначити її кількість.

Комунікаційний процес включає як внутрішні комунікації, так і зовнішні, головним завданнях яких є просування організації. До зовнішніх комунікацій відноситься розробка іміджевих моделей, рекламних кампаній, розробка та просування бренду.

Зовнішній комунікаційний процес має починатися з повноцінного сегментування ринку, яке дозволить визначитись із майбутньою позицією товару на обраному ринку та розробкою стратегії позиціювання. Причому стратегія позиціювання має базуватись на конкурентних перевагах товару. Наступний обов'язковий крок у процесі пов'язаний з визначенням доступних для даного сегмента комунікаційних каналів і носіїв. І лише після цього стає можливим прийняття рішення про ті форми комунікацій, які можуть бути використані у виділених каналах та носіях [5, с. 84].

Комунікаційний процес з погляду менеджменту – це система управління, яка за допомогою інтегрованої комунікації з цільовими аудиторіями сприяє досягненню максимальної ефективності за всілякими напрямками ринково-орієнтованого розвитку організації в умовах зовнішнього середовища, що змінюється [4, с. 42].

Учасники комунікаційного каналу – організація, яка є джерелом звернення, та споживач, який стає одержувачем цього повідомлення. Комунікаційна задача організації пов'язана з ініціацією якомога більшої кількості контактів зі споживачем, які відбуваються в процесі залучення споживача у діяльність організації [2, с. 319]. Це можливо у ситуаціях пошуку інформації споживачем, оцінки варіантів, здійснення покупки. І навіть після цього кінцевого етапу комунікація зі споживачем не закінчується, оскільки у задоволеного споживача з'являється

прихильність до марки або організації, він здійснює повторні покупки, які є критерієм успішності її діяльності.

Завдяки уникненню бар'єрів комунікації та налагодженню комунікаційного процесу всі поставлені цілі, створені задля розвитку організації, можуть бути реалізовані в запланований час із мінімальною кількістю витрат. За межами організації комунікація дозволить легко виходити на нові ринки, шукати контакти, партнерів. Правильне володіння інформацією дозволяє виділити себе серед конкурентів, знайти нові ринкові сегменти, замовників. Також комунікація стає потужною зброєю в період кризи та екстреної ситуації.

Отже, успіх будь-якої організації в умовах ринкової ситуації, що швидко змінюється, залежить не тільки від якості виробленої продукції або послуг, але і від розвиненої системи комунікації всередині самої організації і за її межами.

Література

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. Київ : Центр учб. літ., 2011. 468 с.

2. ДеЧенцо Д. А., Робінс С. П. Основи менеджменту. Київ : Основи, 2002. 671 с.

3. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Київ : ЦУЛ, 2004. 247 с.

4. Пересада А. С. Формування комунікаційного процесу в організації. *Управління розвитком.* 2012. № 13. С. 40–45.

5. Слюсарєва Л. А., Костіна О. М. Удосконалення комунікаційної політики підприємства. URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/74.pdf

6. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Крок, 2017. 351 с.

7. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств : монографія. Львів : Вид-во «Львівська політехніка», 2011. 328 с.

ДОДАТОК до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

присвячена видатному
вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції

25 листопада 2022 року
м. Харків, Україна