

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Полтавська обласна державна адміністрація (Україна)
Білостоцький технологічний університет (Польща)
Університет Гренландії (Гренландія)
«1 грудня 1918 р» Університет Альба Юлія (Румунія)
Сучавський університет імені Штефана Маре (Румунія)
Інститут транспорту та зв'язку (Латвія)
Бургенландський університет прикладних наук (Австрія)
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)
Львівській державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Україна)
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)
Сумський державний аграрний університет (Україна)

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

07 листопада 2024 року



Co-funded by
the European Union



Полтава
2024

рутинні завдання HR, як нарахування заробітної плати та управління відпустками, даючи змогу HR-фахівцям зосередитися на більш стратегічних аспектах своєї ролі;

– моніторинг добробуту співробітників у режимі реального часу: інструменти штучного інтелекту дають змогу відстежувати добробут співробітників, аналізуючи їхню залученість і продуктивність, що дає змогу виявити потенційне вигорання або небажання працювати. Такий проактивний підхід дає змогу HR-менеджерам розв'язувати проблеми до їх загострення, забезпечуючи більш здорове робоче середовище;

– оптимізація процесу прийняття співробітників на роботу: ШІ може автоматизувати і персоналізувати процес адаптації, роблячи його більш ефективним і захопливим для нових співробітників. ШІ забезпечує плавний перехід нових співробітників у компанію, починаючи з індивідуального навчання і закінчуючи автоматичним опрацюванням документів [3].

Однак, існують також проблеми підбору кандидатів за допомогою ШІ.

1) упередженість є однією зі значних проблем використання штучного інтелекту під час найму. Ось чому важливо регулярно перевіряти та оцінювати справедливість інструментів ШІ і постійно контролювати процес відбору кандидатів людиною;

2) можливі неточності: хоча штучний інтелект може швидко обробляти величезні обсяги інформації, його рішення настільки ж ефективні, наскільки хороші дані, на яких він навчений. Якщо існує помилка в навчальних даних або якщо алгоритм ґрунтується на поверхневих кореляціях, це може призвести до помилкових рішень щодо найму;

3) висока вартість: впровадження передових інструментів ШІ може бути дорогим. Тому малим підприємствам може бути складно інвестувати в передові системи, навіть якщо вони можуть запропонувати довгострокову економію ресурсів [4].

Тому, штучний інтелект є особливим драйвером інновацій у сфері управління персоналом, вимагаючи від HR-фахівців постійного навчання та адаптації до нових технологій.

Список використаних джерел

1. Як штучний інтелект (ШІ) допомагає HR-у в роботі. Основні AI інструменти для рекрутингу. GOLDEN STAFF. URL: <https://www.staff.ua/uk/blog/yak-shtuchnyi-intelekt-shi-dopomahaie-hr-u-v-roboti-osnovni-ai-instrumenty-dlia-rekrutynhu>

2. Могильна Л.М., Орехова А.І., Хромушина Л.А. Використання інноваційних іт технологій для HR-менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1829>

3. Найкращі інструменти штучного інтелекту для HR у 2024 році: повне керівництво. Mike Pritula Talent Academy. <https://ukr.pritula.academy/tpost/frm9ju811-naikrasch-nstrumenti-shtuchnogo-ntelektu>

4. Штучний інтелект в рекрутингу: перспективи та виклики. Zfort Блог. URL: <https://www.zfort.com.ua/blog/shtuchnii-intelekt-v-rekrutingu-perspektivi-ta-vikliki>

УДК 005.21:658

Кирпичникова М.Р., студентка; Дзеверіна К.С., к.е.н.

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

МІЖНАЦІОНАЛЬНІ БІЗНЕС-ОСОБЛИВОСТІ: КУЛЬТУРА НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СХОДУ ТА ЗАХОДУ

Невербальна комунікація є невід'ємною складовою успішного бізнес-партнерства на міжнародному рівні. Жести, міміка, погляд, простір між людьми несуть в собі прихований зміст, який може як сприяти, так і перешкоджати досягненню бажаних результатів у діловій співпраці. Особливо гостро ця проблема постає в міжнародному бізнесі, де культурні відмінності в інтерпретації невербальних сигналів можуть призвести до непорозумінь,

втрати репутації або взагалі нівелювати переговорний процес. Саме тому невербальна комунікація є такою важливою.

У міжнародному бізнесі, кожна країна має свої національні особливості, що впливає на відповідні організаційні процеси. Так, функціонування бізнес-середовища в азійських країнах суттєво відрізняється від інших національних економік, в зв'язку з чим розуміння їх культурних, соціальних та економічних особливостей має велике значення для ведення справ. Слід розуміти, що бізнес-процеси це не просто обмін товарів і послуг, а складна система взаємовідносин суб'єктів господарювання, що регулюються соціально-економічними, правовими, морально-етичними правилами та нормами.

У всьому світі основні комунікаційні жести не відрізняються один від одного. Коли люди щасливі, вони посміхаються, коли сумні - вони супляться, коли сердяться - у них сердитий погляд. Кивання головою майже завжди означає "так" або твердження (виняток становлять болгари, у яких кивки "так" та "ні" є антонімічними). Похитування головою з боку в бік для позначення заперечення або незгоди також є універсальним і може бути одним з жестів, винайдених в дитинстві (виняток становлять ті ж болгари, які погойдуванням голови позначають "так"). Знизування плечами також є яскравим прикладом універсального жесту, який означає, що людина не знає або не розуміє, про що йдеться. Це комплексний жест, що складається з трьох компонентів: розгорнуті долоні, підняті плечі, підняті брови. Тим часом культура накладає серйозний відбиток на невербальну мову: досить часто якийсь жест у однієї нації може мати чітку інтерпретацію, а в іншій не мати ніякого або мати протилежне значення [1]. Наприклад, підняті брови у китайських бізнесменів означає гнів, а у всіх інших здивування.

Будь яка комунікація починається з привітання. Варто пам'ятати, що навіть на цей базовий аспект культура накладає вагомий відбиток. Найбільш поширеним серед жестів для привітання є рукостискання – символ довіри і поваги.

Кожна нація має свої традиції рукостискання: у США воно тверде і руку тиснуть 2-3 рази. В арабських країнах чоловіки часто, перш ніж привітатися, накривають руку одягом. Тут при зустрічі обнімаються, злегка торкаючись щоками та поплескуючи один одного по спині та плечах або легко приобіймають один одного за талію. Жителі Азії не люблять без особливої потреби торкатися один одного – тут прийнято вітати співрозмовників складанням долонь «човником» та поклоном. В Італії зазвичай обмінюються двома поцілунками (ліва, потім права), але кількість може варіюватися залежно від регіону та близькості відносин, також присутнє потискання рук, особливо в ділових колах. Однак він часто супроводжується теплим поглядом і посмішкою. В Англії вітаються твердим рукостисканням, словесним привітанням, а також важливо підтримувати очний контакт, що демонструє впевненість і зацікавленість [2]. Крім того, англійських бізнесменів, зайвий раз, краще не торкатися і взагалі на близькій відстані не знаходитися. Вони дуже обособлені і навіть відсторонені від малознайомих співрозмовників. У італійців бізнес базується на сімейних зв'язках і традиціях, вони більш відкриті і налаштовані на співпрацю з іноземними партнерами. Японські бізнесмени дуже ввічливі, дисципліновані, працелюбні, віддані національним традиціям і володіють відповідальністю та почуттям обов'язку, і саме такі якості вони, в першу чергу, поважають в партнерах.

Дуже важливо під час спілкування з представниками інших культур, тримати певну дистанцію інакше співрозмовники будуть відчувати дискомфорт або навіть можуть це сприйняти, як неповагу. У європейців особиста зона дещо менше, ніж в американців. Якщо на переговорах розмовляють американці, вони стоять один від одного на відстані 46 -120 см і прагнуть зберігати цю дистанцію протягом усієї розмови. Італійці зазвичай стоять ближче один до одного під час розмови, ніж представники багатьох інших культур. Японці, китайці, араби мають більш вузьке особистий простір - близько 25 см, тому на переговорах із західними партнерами японці можуть робити крок вперед, щоб звузити простір. Звідси вельми поширеною є думка європейців і американців з приводу фамільярності азіатів, які надмірно "давлять", а азійські бізнесмени, навпаки, стверджують, що американці "холодні і

занадто офіційні [1]. Разом з тим важливим елементом спілкування є зоровий контакт. У західній культурі прямий зоровий контакт вважається ознакою чесності та впевненості, тоді як в багатьох азійських культурах прямий зоровий контакт з людиною старшою за себе або з представником протилежної статі може вважатися проявом неповаги. Тому на міжнародних переговорах, перш ніж робити які-небудь висновки, слід врахувати національну приналежність партнерів [4]. Повага до своєрідності азійської культури має особливе значення для українського підприємництва, оскільки представники цих країн є стратегічними діловими партнерами України.

Ще одним вагомим фактором ділового спілкування є жести. Великий палець догори у звичному розумінні означає схвалення, може бути сприйнятий як образа співрозмовником у деяких частинах Близького Сходу. Жест із великим пальцем піднятим догори вже багато тисячоліть заплутує людей по всьому світу - маючи різні трактування. Погляд на годинник. Для більшості європейських країн цей жест може означати - "я поспішаю", "маю бути десь у певний час". На Близькому Сході, однак, розмова має зберігати свій природній хід. Погляд на годинник у середині розмови є неповажним та доволі грубим жестом у цій частині світу. Спілкування в арабській культурі, з моменту свого початку, "має використати свій час"[5]. Представники різних національностей мають свої національно-культурні особливості ділового спілкування, які в значній мірі залежать від менталітету народу, своєрідності його національного характеру, традицій, звичаїв, стереотипів поведінки нації тощо.

Культура невербальної комунікації відіграє ключову роль у міжнародному бізнесі, впливаючи на взаєморозуміння, довіру та ефективність співпраці. Відмінності в невербальній поведінці між культурами можуть стати як бар'єром, так і можливістю для побудови міцних ділових відносин. Тонкощі жестів, міміки, дистанції та інших невербальних сигналів часто передають більше, ніж слова, створюючи атмосферу комфорту або, навпаки, настороженості. Глибоке знання культурних особливостей невербальної комунікації дозволяє адаптувати стиль спілкування та уникати непорозумінь, формуючи продуктивне партнерство на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Балджи М. Д. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ : ФОРМ-Гуляєва В. М., 2021. 332 с.
2. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. навч. посіб. К. : Знання, 2006. 291с.
3. Міжнародні переговори в епоху глобалізації. Невербальні комунікації, сигнали очей. URL: https://stud.com.ua/5925/politologiya/signali_ochey#854 (дата звернення: 27.10.2024).
4. 11 популярних жестів, які можуть неправильно зрозуміти іноземці. <https://cambridge.ua/uk/blog/znachenie-populyarnyh-zhestov-v-raznyh-stranah> (дата звернення: 27.10.2024).
5. Сушик І.В., Сушик О.Г., Мартинюк Я.М., Вісин В.В. Етика бізнесу : навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2019. 268 с.

УДК 330

Корунський В.В., магістрант

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Креативний менеджмент – це сучасний підхід до управління, який спрямований на розвиток інновацій та творчого потенціалу в організаціях. У світі постійних змін та високої конкуренції ефективне управління більше не обмежується традиційними методами.