

включає такі етапи: формування активів знань організації, збір, класифікація, зберігання та обслуговування активів, обмін, колаборація та передача знань. Також необхідно здійснювати моніторинг використання та впливу знань. Сучасне стратегічне управління створює особливий інтелектуальний тип ліберальної організаційної культури, що передбачає безперервне навчання персоналу, управління знаннями та мережеву організаційну структуру.

В дослідженнях зазначають, що управління знаннями має чотири стратегічні цілі:

- 1) підвищення сприятливості організації до інновацій;
- 2) підвищення гнучкості організації;
- 3) ефективність та компетентність організації;
- 4) ефективність та компетентність співробітників.

Отже, незважаючи, на багатоплановість існуючих підходів до сучасної моделі успіху організації можна визначити, що необхідним є чітке розуміння керівництвом пріоритетів розвитку організації та особливостей стратегічного управління активами знань.

Список використаних джерел:

1. Прохорова В.В. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках. *Проблеми Економіки*. 2020. № 2 (44). С. 274-280.
2. Гринько Т.В. Стратегічні зміни як складова розвитку підприємства. *Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 18-19 квіт. 2019 р.: у 8 т. Т. 5. Стратегії інноваційного розвитку підприємств в умовах глобалізації. Дніпро: Біла К.О. 2019. С. 37-40.

Д-р екон. наук Гринько Т. В., Тімар В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗВИТОК БІЗНЕС-ОСВІТИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабне вторгнення ЗС країни-агресора в Україну 24 лютого 2022 р., активізація воєнних дій на значній території нашої країни завдали відчутного удару національній економіці, бізнесу та населенню – зруйновано та пошкоджено об'єкти інфраструктури і промислові підприємства, закривається

бізнес, прискорила інфляція. Майже 9 місяців країна живе у новій реальності, рівень безробіття вже в II кварталі сягнув близько 35% [1]. Одночасно бізнес стикнувся з проблемою дефіциту кадрів, передусім, через мобілізацію співробітників, виїзд за кордон українських біженців та внутрішні переміщення людей в більш безпечні регіони, релокацію бізнесу при небажанні працівників переїжджати разом зі своїм підприємством.

Отже, в цих надскладних умовах єдиною можливістю виживання для багатьох українців та бізнесу, який потерпає від браку трудових ресурсів, постає пошук можливостей швидкого набуття нових знань та вмінь, професійний розвиток, опанування нових професій в максимально короткі терміни, тому все більшої популярності набувають послуги в сфері бізнес-освіти.

Бізнес-освітою вважають «діяльність з професійної освіти і навчання осіб, що займаються підприємництвом або беруть участь у виконанні функцій управління на підприємствах і організаціях, що функціонують в умовах ринку та ставлять головною ціллю максимізація прибутку» [2].

Наразі існує дві основних моделі бізнес-освіти сучасності: американська та німецька. Сучасна бізнес-освіта функціонує у трьох сегментах: 1) великі бізнес-школи, які здійснюють навчання за традиційними програмами, в тому числі MBA, EMBA; 2) міні бізнес-школи, які орієнтовані на викладання бізнес-курсів для малого бізнесу; 3) тренінги, майстер-класи, мікро-курси.

В Україні наразі існують усі три сегменти. Перший – представлено класичною формальною вищою освітою за напрямками економіка, управління та адміністрування. Головним трендом розвитку даного сегменту є дотримання традицій формальної освіти, намагання створювати освітні програми у відповідності до запитів ринку праці. В другому та третьому секторах працюють безліч приватних компаній, які надають освітні послуги в напрямку бізнес-освіти, використовуючи різні програми, методи, підходи та інструментарій. Особливістю бізнес-освіти в даних сегментах є можливість набутти мінімально необхідних знань та компетенцій для опанування вузької фахової спеціалізації, практичність їх застосування. Трендом є короткотермінові програми, тривалість яких складає від декількох днів до декількох тижнів.

Перспективи подальшого розвитку онлайн бізнес-освіти в Україні, особливо в умовах воєнного стану, слід пов'язувати із системними перетвореннями, основними завданнями яких вбачаємо в наступному:

1. Компаніям, які надають послуги в сфері онлайн бізнес-освіти в другому і третьому сегментах, необхідно відходити від практики застосування агресивних недоброчесних маркетингових інструментів для збільшення обсягів продажу навчального продукту низької якості. В основу боротьби за клієнта слід покласти якість послуг.

2. Вирішення попереднього завдання потребує від бізнес-шкіл активного впроваджені принципів соціальної відповідальності бізнесу та елементів соціально відповідального маркетингу, що дозволить їм покращити власний імідж, досягнути більш повного задоволення очікувань споживачів, сформувати базу постійних і лояльних клієнтів, що врешті дозволить підвищити ефективність підприємницької діяльності.

3. Боротьба з недобросовісними гравцями на ринку потребує об'єднання зусиль сумлінних, соціально-відповідальних компаній. Доцільним було б створення їх добровільного об'єднання, на кшталт бізнес-асоціації, основними завданнями якого б стали:

– розробка кодексу доброчинності у галузі онлайн бізнес-освіти на засадах соціальної відповідальності бізнесу та соціально-відповідального маркетингу;

– створення майданчика для обговорення дискусійних питань, обміну досвідом, вирішення загальних проблем в даній сфері діяльності;

– побудова інформаційної бази українських онлайн бізнес-шкіл, надання актуальної інформації споживачам освітніх послуг щодо тенденцій та трендів в галузі;

– створення відкритого форуму для споживачів освітніх послуг, їх відгуків, обміну досвідом навчання, обговорення різних питань.

Належність до такого об'єднання може стати маркером якості послуг саме через додержання компаніями учасницями принципів соціально-відповідального бізнесу та маркетингу.

4. Вдосконалення методики онлайн бізнес-освіти, через обмін досвідом застосування різноманітного інструментарію та засобів навчання, розробку програм навчання та підвищення кваліфікації методистів онлайн-курсів.

Отже, Другий та третій сегменти бізнес-освіти в Україні потребують вдосконалення на засадах принципів соціальної відповідальності бізнесу, підвищення якості освітніх продуктів, що потребує об'єднання зусиль компаній, які працюють в даній сфері.

Список використаних джерел:

1. Національний банк України: офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/prosto-pro-ekonomiku-za-materialami-inflyatsiyного-zvitu-za-lipen-2022-roku>
2. Дядик Т.В. Світовий досвід розвитку бізнес-освіти. Якість і безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі та торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи: колективна монографія; за ред. О.В. Калашник, С.Е. Мороз, І.О. Яснолоб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2021. С. 145-162.

Гулова Я. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні поняття «інновація» є ключовим всім підприємств. Кожна компанія бажає, щоб її вважали за інноваційну. На сьогоднішній день готельний бізнес намагається використовувати велику кількість технічних та інноваційних засобів розвитку підприємств. Як правило, готельєри керуються двома основними цілями: по-перше, це організація максимального обсягу продажів за рахунок залучення клієнтів, по-друге, утримання клієнтів, роблячи їх постійними відвідувачами.

Існує чотири типи інновацій, які властиві готельному бізнесу:

- організаційні
- продуктові
- ресурсні
- маркетингові [1].

Продуктові технології пов'язані зі створенням та використанням нових технологій та послуг. Прикладом можуть бути енергозберігаючі технології, застосування екологічних матеріалів тощо. Маркетингові інновації можуть бути пов'язані із системою бронювання. Системи онлайн-бронювання дають змогу в режимі реального часу керувати процесом.