

4. *DOU. (2024). Використання штучного інтелекту в українському IT у 2024 році. Retrieved from <https://dou.ua/lenta/articles/use-of-ai-in-ukainian-it-2024/>*
5. *Eurostat. (2024). Use of artificial intelligence in enterprises. European Commission. URL: <https://surl.li/sppvpe>*
6. *IBM. (2024). The most important AI trends in 2024. URL: <https://www.ibm.com/think/insights/artificial-intelligence-trends>*
7. *McKinsey. (2024). The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value. URL: <https://surl.li/bjyboq>*
8. *Forbes. (2024). 19 ways to effectively integrate AI into business processes in 2025. URL: <https://surl.li/fbrhsz>*

3.6. Іміджево-комунікаційні технології співпраці IT-підприємств: управління бізнесом та територіями в умовах повоєнного відновлення

Пригодюк О.М.,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаській державний технологічний університет,*

Горохова Л.П.,

*директор Української Асоціації з розвитку
менеджменту та бізнес освіти,*

Парніков І.Є.,

*здобувач PhD,
Черкаській державний технологічний університет*

Ключові слова: імідж, комунікація, технології, іміджево-комунікаційні технології, управління бізнесом, IT-підприємства, менеджмент, інновації.

Україна, її населення, державні інституції та бізнес-осередок знаходяться в непростій ситуації, що пов'язана з повномасштабним вторгненням РФ. Військовий стан в економіці ускладнює ведення господарської та суто управлінської діяльності на усіх рівнях, накопичує конфлікти та невирішені питання в системі комунікацій, уповільнює темпи вирішення питань, впливає на строки виконання робіт, відповідно виникає проблематика з якістю та обсягами виробництва. Наш державний та регіональний, галузевий та корпоративний менеджмент активно реагує на зміни, формує систему знань, що відповідає одночасному протіканню прогресивних зрушень в інформаційно-інтелектуальній сфері та індустріалізації, але з корегуванням механізмів впливу та дій на життєдіяльність в умовах військового стану.

Основними викликами та проблемними питаннями для ІТ-бізнесу в такі непрості часи є: збереження та повернення кадрів, які виїхали за кордон; недостатність інвестицій у сферу через воєнну нестабільність; відновлення довіри міжнародних партнерів та клієнтів; інфраструктурні проблеми (перебої з електроенергією, зв'язком тощо). І це питання не просто виживання, а й перспектив будувати бажане майбутнє, рухатися в напрямку успішної євроінтеграції, нарощувати потенціал інноваційних проєктів та заходів співпраці з іноземними інвесторами.

Повоєнне відновлення України вимагає комплексного підходу до економічної, соціальної та інфраструктурної реабілітації, саме в цьому контексті ключову роль відіграють інформаційні технології як драйвер інновацій, модернізації управління бізнесом та територіями. Однак дієва інтеграція ІТ-підприємств у процес відновлення передбачає не лише технологічні рішення, а й розбудову ефективної комунікації, зокрема через запровадження інноваційних іміджево-комунікаційних технологій, оновлення зав'язків та напрацювання інноваційних рішень.

2022 рік був настільки непростим в питаннях виживання країни, нашої боротьби за незалежність, цінності демократії, що складалося враження неактуальності питань іміджу, соціокультурного забезпечення, оновлення знань креативного та івент-менеджменту. Але час доводить протилежне. Успіх економіки, конкурентні переваги як завжди залежать не лише від якості та ціни продукту, а ще й мають іміджеве та комунікаційне оцінювання, що є визнаним елементом відображення стабільності бізнесу, відповідності корпоративного менеджменту сучасним вимогам ринкового віддзеркалення внутрішнього та зовнішнього простору підприємства.

ІТ-підприємства України під час повномасштабної війни не просто змінювали свій імідж до вимог внутрішнього стану країни, проблем окремих територій та економіки, а ще й прискорювали внутрішні зміни, формували та впроваджували проєкти виходу на світові ринки. І це відбувається за умов нарощення потенціалу та реформ цифрової трансформації усіх процесів відтворення життєдіяльності українського суспільства, як цільової політики країни в питаннях лідерства інформаційно-інтелектуального прогресу [12].

Українська ІТ-індустрія продемонструвала стійкість та адаптивність в умовах війни, що відобразилося на динаміці кількості ІТ-підприємств та фахівців. За даними дослідження «Digital Tiger: the Power of Ukrainian IT – 2023», в Україні налічується понад 2300 активних ІТ-компаній [4]. Під час війни, станом на 24 лютого 2023 року, в Україні було зареєстровано 272 тисячі фізичних осіб-підприємців, які працюють у сфері ІТ, що на 13% більше порівняно з попереднім

роком [7]. Станом на 2023 рік, в Україні налічувалося близько 307600 ІТ-спеціалістів, що на 8% більше порівняно з попереднім роком. З них 242000 працюють безпосередньо в Україні [12]. Під час війни спостерігається певне зниження обсягів експорту ІТ-послуг. У 2023 році експорт ІТ-послуг вперше просів за всю історію індустрії, незважаючи на це ІТ-галузь залишається найбільшим експортером послуг в Україні, забезпечуючи значні валютні надходження.

Цифрова трансформація в умовах сьогодення України стає не просто вектором розвитку, вона стрімко охоплює усі сфери життєдіяльності, наповнює бізнеси інноваціями та оновленням трендами національної культури, історичної спадщини. ІТ-сфера визнана світовою спільнотою як найбільш динамічніша галузь в світі. Її зміни та успіхи активно впливають на глобальний інформаційний простір, стратегії великого, малого та середнього бізнесу. Формування іміджу підприємств визнано пріоритетом, лідерською позицією не лише в галузевому та міжгалузевому секторах, а й відбувається визнання актуальності цільової іміджевої політики ІТ-сектору на рівні країн. Технологічний розвиток все більше стає інтегрованим з якісними параметрами культури, соціальної відповідальності, іміджевого позиціонування, що є визнанням суспільного прогресу[11].

Іміджево-комунікаційні технології ІТ-сектору стають з часом все більше актуальними, мають реальну результативність в просуванні проєктів бізнесу та влади, бізнесу та індустріального, або аграрного сектору, мають свої успішні приклади в сфері спільної діяльності з військово-промисловим комплексом.

Іміджево-комунікаційні технології включають комплекс методів і засобів створення та управління репутацією компаній, регіонів, територіальних громад, держави загалом, а саме:

брендинг територій та бізнесу – створення позитивного іміджу як конкурентної переваги;

PR-кампанії та цифрові комунікації – інтеграція соціальних мереж, медіа та цифрового контенту у взаємодію з суспільством;

соціальна відповідальність бізнесу – ініціативи компаній, спрямовані на покращення якості життя в громадах;

краудсорсинг й громадянська участь – залучення спільнот до прийняття рішень через цифрові платформи.

Комунікація в умовах інформаційного суспільства поступово набуває все більш важливого значення, поступово стає провідним інструментом успішного бізнесу, має вплив на результативність та ефективність реалізації проєктів та заходів, обумовлює іміджеві процеси та прояви в зовнішньому середовищі,

постає ключовою умовою реалізації внутрішньої корпоративної культури для підприємств та організацій. Всі аспекти реалізації успішних та неуспішних комунікацій формують системи знань менеджменту, удосконалюють практику, технології та ефекти спільної праці людей [5].

Незалежно від цільового спрямування визначених стратегічних та тактичних планів бізнесу та влади в регіонах ефективні комунікації сприяють покращенню станів ділового середовища, його оцінок на рівні міжнародних рейтингів. В парадигмі відносин «бізнес-влада» комунікації мають іміджевий характер, що обумовлено існуючими умовами спілкування, відкритістю інформації, непередбачуваністю прийняття рішень за результатами обміну даними.

Науковці пояснюють, що процес комунікації є дуже непростим за усіма параметрами, адже в ньому завжди залучено щонайменше дві сторони. Ефективність комунікацій залежить від вміння ставити себе на місце співрозмовника, передбачати суть розмови та можливі наслідки, що в умовах сучасного світосприйняття, буває значно не легко. Комунікаційний процес в системі менеджменту постає базисним у виконанні стратегічних планів та поточних завдань, має свою специфіку організації, заточений на результативність та інноваційність у вирішенні питань [5].

Іміджеві комунікації це сфера спілкування, що має велике, пріоритетне значення для майбутнього обох (або декількох) з сторін переговорного процесу, забезпечує актуалізоване відображення внутрішніх та зовнішніх станів агентів співпраці. Вона виходить за межі простої передачі інформації, оскільки в будь-якому з випадків буде мати місце процес впливу на стан іміджу. Цікавими постають як позитивні так і негативні результати.

Сприйняття комунікацій в іміджевому руслі окреслює новітнє бачення процесу спілкування та має свої особливості формування цільових технологій, що будуть залучені в моделях управління бізнесом:

- забезпечує високий рівень культури та бачення відповідальності за інформаційні потоки;

- стимулює розвиток людського капіталу та поширює технології управління знаннями;

- закріплює бачення спільних потреб та інтересів в проекції на майбутні рішення, дії та проекти;

- розширює сферу спілкування в залежності від визначеної мети та окреслених завдань;

- оцінює рівень зацікавленості в продовженні відносин, актуальності нових контактів;

формує площину ініціатив бізнесу та влади, бізнесу та населення, бізнесу з бізнесом;

окреслює межі прозорості відносин з позиції інтересів бізнесу та регіону, країни та міжнародної спільноти;

спрощує майбутні комунікації, обмін інформацією, важливими даними;

задає пріоритетності окремим темам та рівню відкритості спілкування (або напіввідкритості);

підвищує адаптивність бізнесу до нових умов та кризових ситуацій, зокрема під час війни та відбудови;

сприяє формуванню довгострокової довіри між учасниками комунікаційного процесу;

інтегрує цінності сталого розвитку у комунікаційні стратегії бізнесу та влади;

підвищує роль цифрових технологій у формуванні стратегічного іміджу та репутації компаній і регіонів;

зміцнює конкурентні позиції бізнесу через стратегічний іміджевий капітал та ефективний брендинг;

створює умови для ефективної кризової комунікації та швидкого реагування на інформаційні виклики;

посилує міжнародні комунікації бізнесу та влади через цифрові платформи, медіа, публічні заходи;

розвиває концепцію відкритого діалогу між бізнесом, владою та суспільством для узгодження, гармонізації інтересів;

стимулює цифрову трансформацію комунікацій, спрямовану на прозорість, доступність і довіру.

В системі комунікаційного забезпечення ІТ-підприємств визначимо групи, що мають особливості, потребують цільового врахування, особистих підходів та технологій менеджменту. На першому етапі розгляду виокремимо дві великі групи відносин та відповідно комунікацій, що мають стратегічне значення та окреслюють векторність завдань та заходів цільового призначення:

в системі внутрішнього середовища, що забезпечують процеси ведення господарської діяльності, реалізують функції менеджменту (планування, організації, мотивування, контролю);

в системі зовнішнього середовища питання, що пов'язані з контрагентами ведення діяльності, ресурсного забезпечення, місцевими та державними установами.

Іміджеві питання пов'язані як з зовнішнім так і з внутрішнім середовищем, але в межах дослідження концентруємо увагу та напрацьовуємо рекомендації

саме до зовнішнього середовища та відповідної системи комунікацій на рівні місцевої влади та вирішення спільних завдань на окремих територіях [9].

Рекомендуємо на другому етапі розгляду заходів, залучення та комбінування цільових технологій комунікацій (табл. 1), що мають вже оцінку в літературних джерелах та звітах бізнесів, місцевої влади. Даний перелік цільових технологій комунікації відображає сучасні технологічні тенденції, які мають позитивний іміджевий ефект та сприяють ефективній співпраці ІТ-бізнесу та місцевої влади. Кожне підприємство залучає певний перелік технологій щодо комунікаційного процесу у відповідності до стратегічного бачення організації зв'язків, реалізації майбутніх проєктів та вирішення актуальних проблем.

За результатами досліджень провідних фахівців в сфері управлінського консалтингу бізнес-комунікації підприємств в Україні під час війни набули особливого змісту і значення. Так, опитування «Вплив війни на підходи до управління людським капіталом», проведене міжнародною компанією «Делойт» в Україні спільно з Американською торговельною палатою в Україні у червні 2022 року, виявило наступні сучасні виклики щодо внутрішньої комунікації на підприємствах та в організаціях: – недоступність (очевидно, через проблеми з інтернет-з'єднанням, перебування працівника за кордоном тощо) окремих працівників через загальні комунікаційні канали – 50%; неузгодженість комунікаційних меседжів серед керівництва – 17%; – відсутність ефективних інструментів комунікації – 14%; – велика кількість каналів комунікації – 11%. Таким чином, кожне шосте підприємство чи організація в своїй роботі зустрічається з відсутністю ефективної комунікації [1, 8].

В комплексі такі конфліктні стани та проблем впливають на спад економіки, формують негативні оцінки та прояви в інформаційно-іміджевому середовищі, звужують бізнес-оточення. Національний та світовий бізнес, владні інституції розуміють таку складність, але апріорі це негативний стан, що може мати своє продовження в повоєнні часи.

Таблиця 1.

Цільові технології комунікацій українського ІТ-бізнесу та місцевої влади, що мають позитивний іміджевий відгук

Сфера спілкування	Модель спілкування	Цільові технології комунікацій
Виконання підрядних робіт для місцевої влади	Державне приватне партнерство, відкриті тендери	Інтерактивні платформи контролю підрядників; AI-моніторинг виконання будівельних робіт через дрони; Блокчейн-системи для прозорого контролю фінансування.

Отримання грантів та інвестиції	Грантові програми, залучення венчурних фондів, краудфандинг	Онлайн-платформи для пошуку грантів та фінансування; NFT-фонди для цифрових стартапів; Співпраця з міжнародними інвесторами через online-хаби; PR-кампанії у соціальних мережах.
Допомога населенню	Гуманітарні ініціативи, соціальна відповідальність бізнесу	Платформи електронного волонтерства; Мобільні застосунки для соціальної допомоги; Чат-боти для консультацій та підтримки громадян; Платформи для психологічної підтримки.
Кластерні проекти	Співпраця ІТ-компаній, держави та освітніх закладів	Розвиток технопарків та інкубаторів; Платформи для B2B-співпраці; Спільні цифрові проекти на базі державних і приватних ініціатив; Хакатони та бізнес-акселератори для локальних ІТ-екосистем.
Освітні програми та ІТ-курси для громадян	Партнерство з університетами, професійні тренінги, навчальні онлайн-програми	Онлайн-платформи для навчання; Освітні грантові програми від ІТ-компаній; Платформи для ІТ-навчання ветеранів та переселенців; Платформа «Дія» для інтеграції бізнесу та влади; AI технології для персоналізованого навчання; Публічні онлайн бібліотеки гуманітарних та технологічних знань.
Електронне урядування	Державні цифрові платформи, відкриті дані	Платформа «Дія» для інтеграції бізнесу та влади; Автоматизовані системи управління документами; Інструменти аналізу та прогнозування політик на основі баз даних; Автоматизовані системи прийняття рішень
Розвиток інфраструктури та Smart City	Спільні ініціативи щодо цифрової модернізації міст	Інтернет речей для міського планування; Енергетичні смарт-мережі для сталого розвитку міст; Автоматизовані транспортні системи.

Джерело: розроблено автором на основі [3, 5, 6, 9, 11]

По факту закінчення війни, переходу до мирних умов ведення господарської діяльності виникне необхідність українській владі та бізнесу дуже швидко відновлювати імідж не за старими лекалами, а в форматі потоку змін інформаційного суспільства. І тут постає велика кількість питань, котрі будуть вирішуватися в парадигмі відносин «влада-бізнес». Саме синергетичне поєднання рішень та дій місцевої влади та бізнесу забезпечить стрімке відновлення територій на умовах дотримання вимог сучасного інформаційного та науково-технічного прогресу.

Особливого, стратегічного значення будуть набувати питання активізації процесу впровадження ІТ-технологій в форматі розумне місто, що є вкрай затребуваним завданням для української влади. І це також питання покращення

зовнішнього осередку для самих підприємств, можливості диверсифікації діяльності бізнесу. Впровадження CRM-систем, різновекторної аналітики щодо розвитку територій та галузей, мобільних додатків, формування умов та правил кібербезпеки, не просто сприяють покращенню комунікації, вони принципово і дуже швидко стимулюють розвиток місцевого бізнесу.

Після завершення активної фази бойових дій країни стикаються з нагальною потребою у швидкій економічній реабілітації, відновленні соціальної інфраструктури та поверненні людського капіталу. Український ІТ-сектор має низку переваг у цьому процесі, такі як: висока мобільність та гнучкість роботи ІТ-компаній; глобальна інтеграція та незалежність від фізичної інфраструктури; досвід міжнародного співробітництва та інвестиційна привабливість; потенціал створення нових робочих місць та сприяння цифровій трансформації економіки.

Іміджево-комунікаційні технології можуть допомогти подолати ці виклики та створити сприятливе середовище для розвитку бізнесу та територій, оскільки вони відіграють ключову роль у створенні привабливого бізнес-клімату, залученні інвестицій, зміцненні міжнародної репутації та популяризації України як ІТ-хаба. Основні напрямки активізації дій бізнесу представлено на рисунку 1.

ІТ-бізнес відіграватиме одну з ключових ролей у післявоєнному відновленні України. Використання іміджево-комунікаційних технологій сприятиме залученню інвестицій, зміцненню міжнародної репутації країни та ефективному управлінню територіями. Поєднання цифрового брендингу, корпоративної соціальної відповідальності та smart-рішень допоможе створити інноваційне середовище, що забезпечить стійкий розвиток української економіки в умовах глобальних змін.

Результати розгляду теми доводять, що комунікація в системі бізнесу та влади на рівні регіонів є елементом стратегічного значення для побудови іміджу країни, підприємств, регіону, місцевої влади. Вони можуть бути як успішними так і ризикованими в контексті не лише іміджевих оцінок, а ще й дотримання національних та регіональних інтересів.

Саме успішні, іміджево результативні відносини сприяють досягненню великої кількості цілей, просуванню бренду територій, залученню інвесторів, інституційній підтримці державної влади, національного та міжнародного великого бізнесу. І це не просто поточні питання та робочі процеси по вирішенню місцевих завдань. Це управління знаннями, що будуть мати проєкцію на майбутнє зростання та прогресивність соціально-економічного розвитку територій, а відповідно й країни в цілому.



Рис. 1. – Іміджево-комунікаційні технології як інструмент відновлення економіки в повоєнний період

Джерело: розроблено автором на основі [5, 6, 11]

Подальші перспективи науково-практичних досліджень полягають у формуванні методичного забезпечення, рекомендацій для формування технологій ефективних іміджевих комунікацій, що будуть відповідати національним та регіональним інтересам, просувати актуальні проєкти бізнесу, підтримувати національного виробника. І саме головне – відповідати цінностям майбутнього української нації.

Список використаних джерел:

1. 81% компанії допомагає працівникам в Україні і за кордоном – нове опитування Американської торговельної палати в Україні та «Делойт» в Україні. URL: <https://surl.li/isqjze>
2. Буга Н., Янчук Т., Тарановська Ю. Маркетингові комунікації підприємств ІТ-сфери. Економічний простір, 2020, (162), с.48-52. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/162-8>
3. Гарафонова О., Костецький М., Кузів Р. Особливості формування іміджу ІТ-компанії в сучасних реаліях. Modeling the development of the economic systems, Хмельницький. 2024. № 2, С. 14–19. URL:<https://surl.li/hlhmvg>
4. ІТ-індустрія в цифрах: найцікавіші дані з дослідження Digital Tiger. URL: <https://surl.li/aqpsv>
5. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко, О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. Економіка та суспільство, 2023, №48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-41>
6. Пригодюк О.М. Імідж в системі заходів інформаційного менеджменту підприємств ІТ-сфери України. Інвестиції: практика та досвід, №24 грудень 2024, с.97-102 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.24.97>
7. Скільки айтівців в Україні: +32 тисячі ІТ-ФОПів за рік згідно з Мін'юстом. <https://dou.ua/lenta/articles/how-many-devs-in-ukraine-2023/>
8. Сторожук О. Немченко Т., Заярнюк О. Ефективні бізнес-комунікації як стратегічна складова управління ризиками підприємства. Економіка та суспільство, 2023, №58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-5>
9. Терещук А. М. Імідж цифрової компанії через призму корпоративної соціальної відповідальності. Вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування бренду ІТ-компаній. Економіка та суспільство, 2024. № 65. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-21>
10. Хаустова В., Решетняк О., Хаустов М., Зінченко В. Аналіз розвитку ІКТ-сфери в Україні за міжнародними індексами та рейтингами. Бізнес Інформ. 2022. №5. С. 40–56. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-5-40-56>.
11. Храпкіна В., Матвієнко О. Іміджеві характеристики підприємств ІТ-сфери: особливості розвитку в умовах інформаційної економіки та інформаційного суспільства. SWorldJournal, 2024. №3(28-03), с.114–122. <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2024-28-00-030>
12. Як розвивається ІТ-індустрія під час війни: результати IT Research Ukraine 2023. URL: <https://surl.li/oekkjx>