

## ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ ЯК ІТ-ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ

Чат-бот – це програма, яка працює у режимі реального часу, 24/7/365, вона відповідає на запитання користувача, записує та обробляє різні види даних і тим самим автоматизує бізнес процеси. Найбільшої популярності чат-боти набули у 2015 – 2016 роках, коли масово почалось їх створення на таких платформах як Facebook Messenger, Telegram, Viber, Slack тощо.

По суті, використання чат-боту у міжнародному бізнесі відображає процес встановлення першого контакту із потенційним клієнтом (лідом), а точніше – отримання його даних для подальших кампаній. У цьому контексті він відіграє роль електронної адреси. Чат-бот забезпечує виконання значної частини рутинних операцій, таким чином, сприяючи автоматизації процесів управління у компанії, що, у свою чергу, може збільшити прибуток, однак останнє залежить в від типу бізнесу, і від завдання, яке покликаний вирішувати цей конкретний чат-бот. У цьому контексті чат-бот можна розглядати як готове ІТ розв’язання проблеми, а також специфічний спосіб вирішення маркетингового завдання (побудови UX плану для користувача).

Сучасні чат-боти сучасності не тільки дають відповіді на запитання, а й забезпечують роботу із зовнішніми сервісами (наприклад для підключення NLP (*Natural Language Processing*)), тобто імітація людської мови за певним сценарієм, API (*Application Programming Interface*), що дає можливість чат-ботам надавати інформацію щодо курсу валют, та AI (*Artificial intelligence*) для вільного спілкування із користувачем.

На даний час розрізняють такі види чат-ботів: 1) *Qualification bot*. Оператор «першої лінії» підтримки, який визначає тематику звернення користувача і перенаправляє запит далі; 2) *Out of office bot* – дає можливість відповідати на питання відвідувачів цілодобово, для чого достатньо пропрацювати сценарії основних запитів (аналіз попередніх звернень) і сформулювати логіку відповідей; 3) *Pricing page*. Використовується для сайтів з послугами і користувачами на сторінці з описом їх вартості; бота може запросити для менеджера сайту контактні дані відвідувача, з’ясувати його наміри або побоювання; 4) *Competition bot*. У даному випадку пропонується використовувати ігрову механіку комунікації з користувачем (quiz-вікторина) й у випадку успіху останнього надсилається запит електронної адреси для надання подарунка. У випадку програшу користувач може отримати втішну знижку; 5) *Product recommendation bot*. Вивчивши смаки користувача сайту за допомогою декількох питань або на основі аналізу попередньої активності / покупок, чат-бот формує персональні рекомендації товарів; 6) *Enterprise bot*. Якщо продукт зацікавив потенційного споживача (користувача), чат-бот допоможе зібрати контактні дані і визначити зручний час для дзвінка. Крім цього, чат-боти можна використовувати для таких цілей, як валютні транзакції, а саме для здійснення переказів коштів між користувачами, що є поєднанням фінансових та ІТ-технологій.

Таким чином, запровадження чат-ботів суттєво сприятиме інтелектуалізації систем управління у міжнародному бізнесі на основі раціонального використання переваг людського та штучного інтелекту.

*1. Маркофф, Дж. (2017), Homo Roboticus. Люди і машини у пошуках взаєморозуміння.*

## ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У ГОТЕЛЬНО-ВІДПОЧИНКОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Перехід країни на ринкові відносини змінив концепцію управління персоналом, вибір засобів і методів практичної реалізації задач управління персоналом з метою підвищення ефективності виробництва як умови конкурентоздатності підприємства. Велике значення в діяльності підприємств готельно-відпочинкового комплексу займає кадровий потенціал. Для формування належного ставлення до праці необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, що є джерелом самовдосконалення, основою професійного та службового зростання. Кадровий потенціал підприємств готельно-відпочинкового господарства — це сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих у виробництві різних видів послуг що входять до списочного складу підприємства. Він являє собою сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства. На результативність діяльності підприємства, звичайно, визначальний вплив продовжує робити економічний аспект в управлінні персоналом. Саме з ним пов’язана організація винагородження, формування чисельності персоналу, його професійно-кваліфікаційного складу (пов’язаного із застосуванням техніки, технології, організацією виробництва і праці), ефективне використання персоналу за кваліфікацією, рівнем освіти, тощо. Основою формування кадрів на підприємствах виступає кадрова політика, яка є цілісною кадровою стратегією, що об’єднує різні форми кадрової роботи, стиль її проведення на підприємстві та плани щодо використання робочої сили. Кадрова політика підприємства повинна розроблятися на перспективу на підставі вивчення технологічних та організаційних

виробничих відмінностей і повинна забезпечити прогнозування потреби у поповненні кадрів, кадрове планування, відбір, розподіл, розвиток кадрів, дослідження морально-психологічного клімату, аналіз кадрового складу (оцінка результатів трудової діяльності і потенціалу кадрів), професійне просування, ефективні заходи мотивації, розвиток міжособистих неформальних зв'язків, високу якість трудового життя, що матиме наслідком процвітання підприємства. При цьому мають враховуватись фізичні та розумові особливості, нахили, характер кожної особистості, розвиток кожного працівника вважаємо за потрібне починати з моменту його вступу до підприємства, забезпечуючи професійну орієнтацію та адаптацію в колективі. Поряд з освітою у вищих та професійно-технічних навчальних закладах, виключно ефективною вважаємо підготовку та перепідготовку кадрів безпосередньо на підприємстві, де людина працює, нею вивчено особливості конкретного виробництва та вона прагне самовдосконалення. Підготовка робочих на виробництві, що здійснюється завдяки індивідуально-бригадному та курсовому навчанню, взагалі є найбільш масовим видом забезпечення підприємств робітничими кадрами. З розвитком і ускладненням виробництва, прискоренням науково-технічного прогресу змінюються вимоги до кадрів. Підвищуються вимоги до загальноосвітньої, економічної, технічної, технологічної підготовки працівників, до рівня їхньої кваліфікації. Виникають питання раціонального використання трудових ресурсів, оптимальної оцінки діяльності кадрів. Кадровий потенціал значною мірою залежить від умов і факторів зовнішнього середовища. На нього впливають кон'юнктура ринку праці, державне регулювання, якість життя людей, освітній рівень населення, культура та інші соціально-економічні умови. З боку підприємства – це принципи управління і кадрова політика, виробнича та трудова дисципліна, організаційна культура, система стимулювання працівників та ін. При цьому головною метою системи управління кадровим потенціалом на підприємстві є створення сприятливих умов для формування кількісної та якісної складових кадрового потенціалу для найбільш ефективного його використання. Особливе значення в системі управління кадровим потенціалом набуває мотивація персоналу, яка є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів і мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета мотивації персоналу в системі управління кадровим потенціалом – отримання максимальної віддачі від використання наявного кадрового потенціалу, що дозволяє підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства. Всередині підприємства – на внутрішньому ринку праці – також можна виділити ряд факторів впливу на величину його кадрового потенціалу: соціальна мобільність на внутрішньому ринку праці, яка виражається в освітньо-кваліфікаційній та професійній, тобто якісній, зміні характеристик кадрів; рівень оплати праці, що склався на підприємстві в порівнянні з рівнем оплати праці в країні, галузі, регіоні або в порівнянні з попереднім періодом, який би заохочував до змін кількісно-якісних характеристик кадрового потенціалу; від управління кадровим потенціалом, безпосередньо залежить ефективність діяльності підприємства.

Першочерговими заходами цієї роботи вважаємо такі:

- запровадити системне планування роботи з персоналом;
- звернути увагу на якісний склад вищого керівництва, від професіоналізму та майстерності якого залежить здатність фірми зберегти конкурентні позиції на ринку;
- переглянути розміри оплати праці та врегулювати їх відносно ринкових;
- мінімізувати заборгованість із виплати заробітної плати;

Формування кадрового потенціалу підприємства складна і довготривала справа, тому потрібно постійно співпрацювати з навчальними закладами, розробляти нові системи мотивації та результативності персоналу.

**Стецик М.Р.**

**студ. групи ЕВ-33**

*Науковий керівник – к.е.н., доц. каф. ММП А.О.Босак*

## **УКРАЇНО-ПОЛЬСЬКІ ВІДНОСИНИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ**

Відносини України і Польщі у сфері торгівлі товарами активно розвиваються. За даними Державної служби статистики експорт та імпорт товарів України з 2002 р. суттєво зріс, а саме у 5-6,5 разів. Така динаміка є позитивною, оскільки сприяє розвитку економіки (рис. 1).

Аналізуючи отримані дані, бачимо, що стрімкіше зростання спостерігається після 2005 р. Це пов'язано, насамперед, із вступом Польщі до Європейського Союзу. В той час, коли у 2004 р. торгове сальдо було незначне, але позитивне, то в 2005 р. ситуація докорінно змінюється. З кожним роком різниця між експортом та імпортом значно збільшується. Це пов'язано з тим, що польські товари ставали більш конкурентоспроможними порівняно з українськими за якістю і ціною.

Найбільша різниця між експортом та імпортом спостерігалася у 2008 р. Проте глобальна економічна криза залишила свій слід і на торгівлі товарами між країнами. У 2009 р. експорт та імпорт товарів скоротився майже удвічі, але ввезення товарів значно перевищувало вивезення, тобто торгове сальдо залишалося від'ємним.

З кожним роком торгівля набирала обертів, значно зростав експорт товарів у порівнянні з минулими роками, проте сальдо торгового балансу все ж було з від'ємним значенням. З 2015 р. спостерігаємо зростання торгівлі і зменшення абсолютної різниці між експортом та імпортом. Насамперед це пов'язано із підписанням у 2014 р. Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом. Дана угода спростила доступ вітчизняним підприємствам на ринки Європи, у тому числі Польщі, і польським (європейським) на українські ринки збуту.