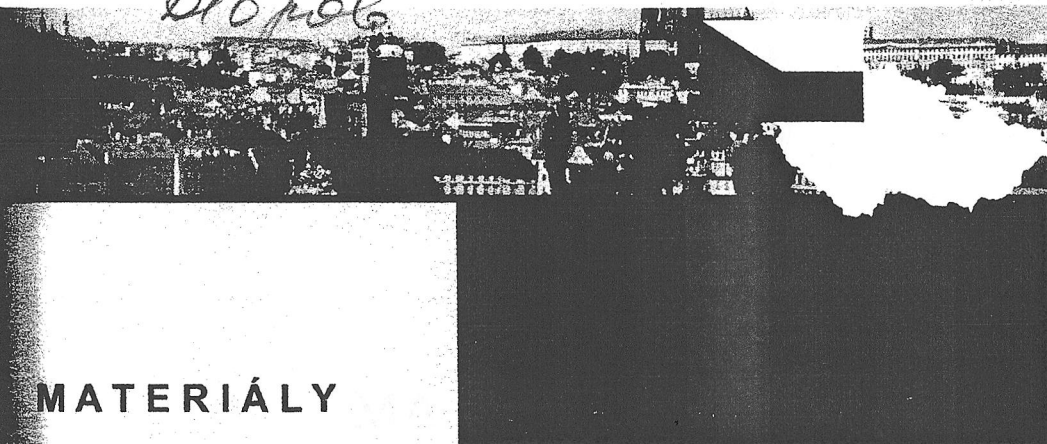


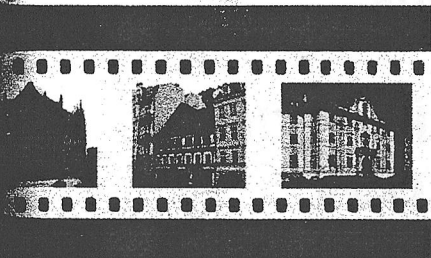
210/206



MATERIÁLY

V MEZINÁRODNÍ VĚDECKO-PRAKTICKÁ KONFERENCE

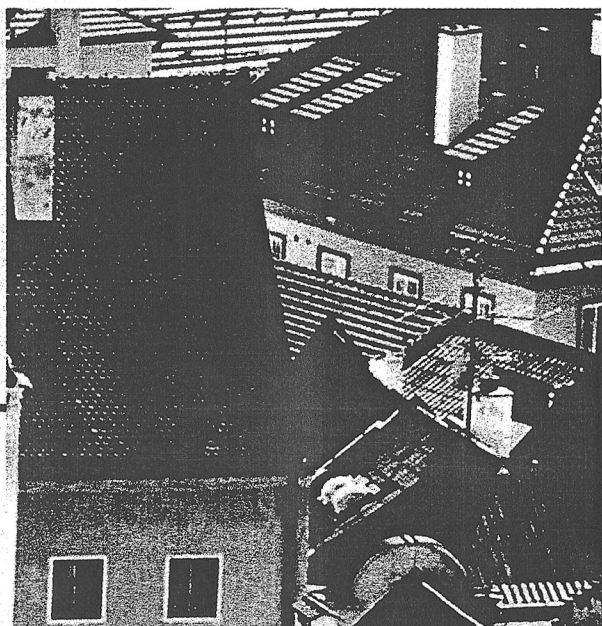
«MODERNÍ VYMOŽENOSTI VĚDY – 2010»



Díl 3
Ekonomické
vědy



Grada
Publishing House
«Education and Science» s.r.o.



MATERIÁLY

V MEZINÁRODNÍ VĚDECKO - PRAKTICKÁ
KONFERENCE

«MODERNÍ VYMOŽENOSTI VĚDY – 2010»

27 ledna - 05 února 2010 roku

Díl 3 Ekonomické vědy

Praha
Publishing House «Education and Science» s.r.o
2010

Vydáno Publishing House «Education and Science»,
Frýdlanská 15/1314, Praha 8
Spolu s DSP SHID, Berdianskaja 61 B, Dnepropetrovsk

**Materiály V mezinárodní vědecko - praktická konference
«Moderní vymoženosti vědy - 2010». -
Díl 3. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House
«Education and Science» s.r.o - 104 stran**

Šéfredaktor: Prof. JUDr Zdeněk Černák

Náměstek hlavního redaktor: Mgr. Alena Pelicánová

Zodpovědný za vydání: Mgr. Jana Štefko

Manažer: Mgr. Helena Žáková

Technický pracovník: Bc. Kateřina Zahradníčková

V sběrné nádobě obsahují materiály mezinárodní vědecko - praktická
konference «Moderní vymoženosti vědy»
(27 ledna - 05 února 2010 roku)
po sekcích «Ekonomické vědy»

Pro studentů, aspirantů a vědeckých pracovníků

Cena 270 Kč

Стегней М.І., Рябко А.Ю. Особливості розвитку сфери банківських послуг	44
Исламова В.А., Кауфман О.Д., Щербакова Е.Г. Ценовая стратегия как психология восприятия цены покупателем	50
Лютік О., Воронова І.І. Контролінг, як база обґрунтування й прийняття управлінських рішень	53
Пода Е.Е., Перевозчикова Н.А. Оценка трудового потенциала как направление повышения эффективности управления	55
Каражбей Т.В., Перевозчикова Н.О. Мотивация для работников разного уровня квалификации	58
Ніколайчук М.В. Завдання, процес та види маркетингових досліджень	60
Горобец О.Е. Создание эффективного бренда	63
Зелінський Р.Л. Основні напрямки реформування менеджменту в Україні як основи розвитку економіки в умовах переходу до ринкової економічної системи	65
Бактыбаева Ш. Пути совершенствования управления производственными запасами на современных предприятиях	67
Кириченко А.О. Використання цінкових знижок в практичній діяльності підприємств харчової промисловості	70
Антіпов С.А., Холод В.В. Реклама на місці продажу в системі мерчандайзингу торговельного підприємства	72
Заячківський Ю.В. Безробіття в Україні: проблеми і шляхи подолання	74
Titarenko G.V. Affinity concept «restructuring» with concept «innovation» reflected in management accounts	76
Смирнов І.Г. Виставковий маркетинг у туризмі: український та міжнародний досвід	78
Фоломкіна І.С., Карабет Н.О. Комплексна система стратегічного планування діяльності підприємств на основі маркетингу	92
Дібров А.О., Ціхановська В.М. Інновації в комунікаціях	95
Силантьевой Е., Гвоздецкая И.В. Корпоративный имидж как долгосрочное конкурентное преимущество	97
Байкина К.И., Гвоздецкая И.В. Управление брендом, как основа устойчивого конкурентного преимущества	100

Дібров А.О., Доц. Ціхановська В.М.

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

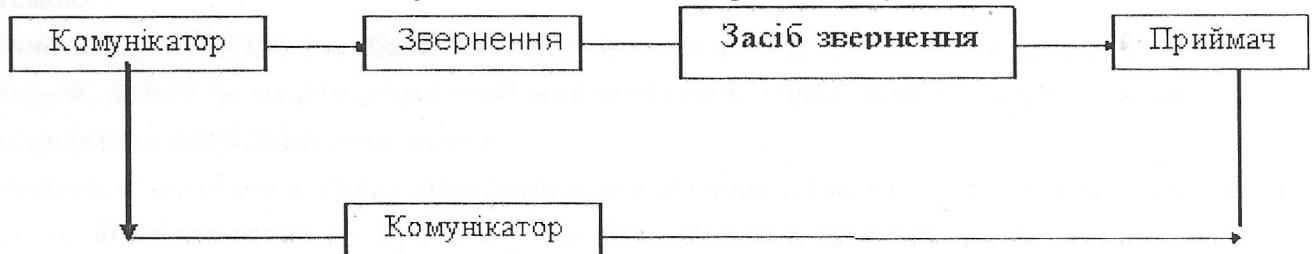
ІННОВАЦІЇ В КОМУНІКАЦІЯХ

Успішне використання інформаційних та комунікативних технологій в усіх сферах буття суспільства стало реальністю. Інформація поступово перетворюється не лише на товар, але й стає головним засобом суспільного виробництва.

Важливою особливістю інформації є її актуальність, яка пов'язана з відображенням та обміном. Сам спосіб передачі інформації впливає на неї та модифікує.

Особливої ваги ці процеси набувають із технічним розвитком та зростанням можливостей медіа, а також використання її в державному управлінні. Вимоги до операцій з інформацією постійно зростають, розробляються та встановлюються нові стандарти щодо якості та форм передачі.

Комунікація – соціально обумовлений процес передачі і прийняття інформації в умовах міжособистісного і масового спілкування за допомогою різних комунікативних засобів.



Малюнок 1.1 - Основи комунікації

Основи теорії комунікації виражені відомою формулою американського політолога Лассвела:

Інноваційність — це багатоступеневий процес, який складається з постійного глибокого аналізу зовнішньої та внутрішньої ситуації, що змінюється, накопичення та активного обміну знаннями, способу прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень, впровадження змін, оцінки результатів та постійного навчання.

Від спроможності держави запропонувати ефективну державну політику в інформаційній сфері, прозорий та відкритий механізм державного управління, залучити громадян до прийняття соціально важливих рішень, сприяти становленню ефективних суспільних комунікацій та демократичних стандартів у наданні інформаційних послуг залежить розвиток країни в майбутньому. Крім того сучасний стан розвитку інформаційних мереж не залишає жодній країні шансу на ізольованість, а це вимагає володіння навиками та стандартами для організації ефективних комунікацій.

Вітчизняна наука державного управління є відносно молодого і не всі її напрямки мають однаковий ступінь розробленості. Так, та її частина, що пов'язана з аналізом фундаментальних засад функціонування інформаційної сфери, перспектив її розвитку відповідно до світових демократичних стандартів, залишається недостатньо висвітленою. Ця проблема стає ще гострішою, якщо врахувати суперечності між нестримною динамікою розвитку інформаційно-

технологічної галузі та часом, який потрібний для наукового осмислення, прогнозування, підготовки відповідних теоретико-практичних рекомендацій та вироблення державної інформаційної політики.

Дане дослідження спирається на теоретичні розробки щодо проблем ефективності та якості державного управління, інновацій в комунікативній політиці, суспільно-політичними та соціально-економічними процесами провідних українських вчених В. Б. Авер'янова, В. Д. Бакуменка, С. О. Білої, М. В. Жука, С. І. Здіорука, В. М. Кня-зєва, О. Ю. Лебединської, В. М. Литвина, В. І. Лугового, С. В. Майбороди, А. В. Мерзляк, Т. В. Мотренка, І. Ф. Надольного, Н. Р. Нижник, О. Ю. Оболен-ського, Б. О. Парахонського, Я. Ф. Радиша, В. А. Ребкала, А. В. Решетніченка, І. В. Розпутенка, В. Є. Романова, С. М. Серьогіна, В. В. Токовенко, Ю. П. Шарова та ін.; зарубіжних науковців Г. В. Атаманчука, В. А. Козбаненка та багатьох ін.

Із розвитком інтернет-технологій для людини стало можливим одержувати необхідні відомості «тут і зараз». Не буде перебільшеним висновок, що використання інноваційних медіа-технологій у політичних комунікаціях може перевернути уявлення як про систему забезпечення політичної діяльності, так і про традиційні інструменти політичної участі. А це є важливим для теорії й практики політичної науки. Тому немає сумнівів, що монографія В. Недбая «Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект» буде помічена всіма фахівцями, котрі цікавляться цією темою.

Головне те, що воно істотно збагатило теоретичну основу дослідження політичних комунікацій, відбивши медійно-технологічний аспект проблеми, який раніше в науковій літературі розглядався лише епізодично.

Безсумнівною заслугою автора є ґрунтовний аналіз еволюції медіа-технологій від суспільства первісного до інформаційного. З роботи В. Недбая дізнаєшся, що сучасна інформаційна революція, змінивши політичну картину світу, владно диктує нові принципи й правила політичних комунікацій. Так, ще недавно не просто традиційною, а найдавнішою формою політичних комунікацій вважалися переговори. А нині вже неможливо уявити сучасну концепцію політичних комунікацій без мас-медіа й інформаційних технологій. Тож, вважає автор, однією з ключових особливостей політичної комунікації стало використання спеціалізованих структур.

Не можна не погодитися з висновком В. Недбая, що історична тенденція розвитку масової комунікації полягає в постійному збільшенні каналів поширення інформації. До того ж поява кожного нового засобу масової інформації не веде до зникнення попередніх засобів комунікації. Новий ЗМІ посідає свою нішу й, звичайно ж, змінює характер і структуру інформаційно-комунікаційного простору.

На думку автора, інноваційні політичні медіа-технології – це цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології й комунікації, продукція яких має політичний характер, є інтерактивною. В. Недбай не тільки дав визначення цього поняття, а й відокремив критерії, які відрізняють інноваційні медіа від традиційних. У роботі обґрунтовано, що головним елементом в ідеології інноваційних медіа стала інтерактивність, яка є результатом стрімкого збільшення кількості точок доступу в Інтернет.

Політична комунікація в умовах становлення мережевого суспільства – це комунікація між образами, трансльованими за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Політична комунікація набуває властивості віртуальності, симуляції, міфологізації й медіатизації.

За минулі півстоліття медіа-технології стали не лише фундаментом управління інформацією, а й

засобом підтримки соціальних зв'язків, зокрема політичних.

Література.

1. Гаврада І. О. Політика органів державної влади щодо ЗМІ в Україні: проблемі взаємодії / Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – Чернівці, 2007.
2. З. Власов М.В., Попов Е.В. Развитие инновационного менеджмента в России / М.В. Власов, Е.В. Попов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - №4.С. 6-12.
3. В. Недбай // ЗМІ як інструмент деформації політичного процесу // http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Vdakk/2009_2/28.html
4. В. Недбай // ЕЛЕКТРОННИЙ УРЯД: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА // <http://bibl.kma.mk.ua>
5. Котлер Филипп, Армстронг Гарри, Сондерс Джон, Вонг Вероника. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2 –е европ. изд. – М.; СПб.; К.: ИД «Вильямс», 2000.