

III ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
(15 квітня 2026 р.)

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація:
ТРАДИЦІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Збірник матеріалів



УДК: 008(063)

*Рекомендовано до друку рішенням Педагогічної ради
Черкаського державного фахового бізнес коледжу
Протокол № 06-25/26 від 16.04.2026 р.*

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація: традиції та сучасність:
Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. (15 квітня 2026 р., м. Черкаси). – Черкаси : ЧДБК, 2026. – 114 с.

Організаційний комітет конференції

Куклін О. В. – директор Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, доктор екон. наук, професор – голова оргкомітету;

Азьмук Н.А. – заступник директора з навчально-методичної роботи ЧДБК, доктор екон. наук, доцент – заступник голови оргкомітету;

Хотунов В. І. – завідувач відділення бакалаврської підготовки, кандидат пед. наук, доцент;

Захарова М. В. – завідувачка кафедри інформаційних, мультимедійних технологій та дизайну, кандидат техн. наук, доцент;

Музиченко В. М. – завідувачка відділення дизайну Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

Бреус Р. В. – кандидат техн. наук, доцент кафедри інформаційних, мультимедійних технологій та дизайну;

Вакуленко О. В. – старший викладач кафедри інформаційних, мультимедійних технологій та дизайну;

Манзенко І. В. – викладач відділення дизайну Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

Пархоменко Т. О. – відповідальний секретар.

У збірнику висвітлені результати студентських наукових досліджень із соціокультурних проблем, мистецтвознавства, дизайну та комунікаційної мовної культури.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

має перспективу в майбутньому та є досить практичним та корисним в різних сферах діяльності людини. Початок використання тривимірних технологій є логічним кроком у розвитку процесу моделювання, яким людство користувалося та вдосконалювало його принципи століттями. Тривимірне моделювання пройшло шлях від інструменту, доступного для вузького кола спеціалістів до невід’ємного елементу сучасної науки, архітектури, медіа, візуального контенту та побутового використання. Також можемо спостерігати, що вже попри досягнення та високий рівень розвитку цієї технології, на сьогоднішній момент, в неї є ще багато перспективних напрямів для розвитку, що безпосередньо допомагатиме розвивати інші важливі сфери діяльності для людства.

Список використаних джерел

1. Ufo3D. URL: <https://ufo3d.com/history-of-3d-modeling/> (дата звернення: 02.04.2026).
2. Architekton. URL: <https://www.architektonix.com/model-making/history-of-modeling/> (дата звернення: 03.04.2026).
3. Archicgi. URL: <https://archicgi.com/cgi-news/evolution-of-3d-modeling-retrospective/> (дата звернення: 03.04.2026).
4. GridPapperStudio. URL: <https://www.gridpaperstudio.com/post/the-evolution-of-3d-modeling-techniques-the-rise-of-3d-printing-a-comprehensive-overview> (дата звернення: 03.04.2026).

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ У МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ЗАСІБ ПІДТРИМКИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Вікторія МАЦУКА

к.е.н., доцент

Маріупольський державний університет, м. Київ

Сучасні організації дедалі частіше визнають corporate culture не лише як набір цінностей і поведінкових норм, але й як важливий актив, що підтримує конкурентоспроможність та інноваційну спроможність у цифрову епоху. Корпоративна культура визначає способи комунікації, прийняття рішень, взаємодії між підрозділами та поведінку співробітників у щоденних операціях. Одним із ключових засобів, що впливають на ці процеси, є візуалізація даних у менеджменті – перетворення складної аналітичної інформації в зрозумілі, інтерактивні образи, які допомагають організаціям ефективніше комунікувати цілі, оцінювати результати, мотивувати персонал та зміцнювати корпоративні цінності.

Суть візуалізації даних полягає в тому, щоб зробити інформацію максимально сприйнятною для людини. Вона охоплює інфографіку, діаграми, інтерактивні панелі (dashboards) та інші графічні репрезентації, що надають керівникам і співробітникам змогу «бачити» закономірності у цифрах та трендах і швидко діставати ключові висновки.

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки та норм, які співробітники усвідомлюють і поділяють у своїй організації. Вона включає формальні і неформальні правила, система цінностей, традиції, символи та поведінкові очікування, що формують поведінку кожного члена організації.

Ефективна корпоративна культура підтримує відкритість, прозорість та довіру, і саме візуалізація даних може стати мостом між абстрактними корпоративними цінностями та конкретними показниками діяльності. Наприклад, інтерактивні панелі, що відображають ключові показники ефективності (KPI), дозволяють кожному співробітнику бачити свій внесок у загальний результат, сприяючи відчуттю спільної відповідальності та залученості [1].

Емпіричне дослідження впливу графічних дашбордів на якість прийняття управлінських рішень показало, що візуальні форми зменшують складність інформації, підвищують задоволеність користувачів інформацією та покращують якість рішень, що підтверджує важливість візуальних репрезентацій у менеджменті.

Управлінська візуалізація має кілька ключових функцій у підтримці корпоративної культури. По перше, вона забезпечує прозорість результатів діяльності: кожен співробітник може бачити загальні цілі та фактичні показники, а не лише отримувати їх у вигляді чисел у табличних звітах. По друге, графічні дані сприяють єдиному уявленню про ситуацію, що зміцнює корпоративну ідентичність та сприяє згуртованості команди. По третє, візуальні інструменти формують діалоги на основі даних між різними рівнями управління, що знижує суб'єктивізм у прийнятті рішень [4].

Одним із найпоширеніших прикладів є використання BI (Business Intelligence) дашбордів у великих міжнародних компаніях. Наприклад, у Великобританії багато організацій (включно з NHS – національною службою здоров'я) впровадили Power BI дашборди для моніторингу та управління операціями у реальному часі. Ці панелі дозволяють відстежувати завантаженість медичних служб, показники роботи відділень та ефективність ресурсів, що зміцнює культуру прозорості інформації та заснованих на даних рішень у складних умовах [6;7].

У комерційному секторі глобальні роздрібні мережі використовують Tableau для створення реальних дашбордів ефективності магазинів, що об'єднують дані з продажів, інвентаризації, трафіку клієнтів і розкладу персоналу. Це дозволяє менеджерам отримувати оперативні дані для ухвалення рішень щодо оптимізації роботи магазинів і водночас формується культура оцінювання результатів через загальнодоступні візуальні інструменти [5].

Ще один вагомий кейс полягає у корпоративному навчанні та розвитку навичок візуалізації даних. У багатьох українських компаніях після корпоративних тренінгів з Power BI та аналітики вдалося автоматизувати понад 60 % звітності та скоротити ручну роботу з Excel на 75 %, що призвело до покращення процесів прийняття рішень та зменшило інформаційні бар'єри між підрозділами [2].

На рівні теорії організаційної культури важливо врахувати, що візуалізація даних не діє ізольовано – вона взаємодіє з уже існуючою культурою. Наприклад, моделі корпоративної культури, такі як модель Діла-Кеннеді чи Денісона, підкреслюють важливість культурних артефактів, спільних цінностей та адаптивності, які можуть підсилюватися через візуальні рішення менеджменту. Це означає, що дані самі по собі не змінюють культуру – вони лише виступають інструментом, який може допомогти менеджерам проявляти і підтримувати ці культурні елементи візуально [3].

На практиці успішне впровадження візуалізації даних як частини корпоративної культури вимагає не лише технологічних інструментів, але й відповідної організаційної підтримки, навчання персоналу та стратегії управління змінами. Важливо, щоб топ керівництво не лише впроваджувало графічні панелі, але й активно просувало культуру прийняття рішень на основі даних серед усіх співробітників. Бізнес кейс з Fortune 500 компанії продемонстрував, що інтерактивні дашборди можуть підвищити швидкість прийняття рішень на 30 % та залучення користувачів до аналітики на 25 %, що свідчить про їхній безпосередній вплив на корпоративну культуру, орієнтовану на дані.

Таким чином, візуалізація даних у менеджменті виконує роль моста між абстрактними корпоративними цінностями та конкретними операційними рішеннями. Вона сприяє формуванню прозорості, довіри, комунікації на основі даних та залученості персоналу – всіх тих характеристик, які визначають позитивну та адаптивну корпоративну культуру.

Список використаних джерел

1. Інфографіка для бізнесу: як візуалізація даних впливає на прийняття рішень. URL: <https://mind.ua/openmind/20230899-infografika-dlya-biznesu-yak-vizualizaciya-danih-vplivae->

- [na-prijnyattya-rishen](#) (дата звернення: 21.03.2026).
2. Корпоративне навчання Power BI: як запровадити аналітику у ваш бізнес. URL: https://nt.ua/corporate-training-in-power-bi?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 21.03.2026).
 3. Мацука В.М. Менеджмент корпоративної культури. Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матер. міжнар. наук. конф., 22-23 листопада 2023 р. У 2 ч. Ч. 1 / Під ред. доц. Н. Рябухи та ін. Харків: ХДАК, 2023. С. 70-71.
 4. Мацука В.М. Роль візуальної культури у контексті менеджменту організації. Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація: традиції та сучасність: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. (28 березня 2024 р., м. Черкаси). Черкаси: ЧДБК, 2024. С. 76-78. URL: <http://csbc.edu.ua/documents/student/110424.pdf> (дата звернення: 21.03.2026).
 5. 16 Business Intelligence Dashboard Examples In 6 Major BI Tools URL: https://vidi-corp.com/business-intelligence-dashboard-examples/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 21.03.2026).
 6. Data Visualization Techniques for Presenting Organizational Culture Metrics: Best Practices. URL: https://blogs.psicosmart.net/blog-data-visualization-techniques-for-presenting-organizational-culture-metrics-best-practices-161186?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 21.03.2026).
 7. Power BI dashboard examples: real-world use cases by industry. URL: https://redeagle.tech/blog/power-bi-dashboard-examples?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 21.03.2026).

ВАЖЛИВІСТЬ БРЕНДИНГУ ДЛЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Алісія МИТРИЧЕВА

студентка групи МД-25

кафедри інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач Іван МАНЗЕНКО

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

У сучасному світі конкуренція між компаніями надзвичайно висока, недостатньо просто створити якісний продукт й очікувати, що одразу з'явилось багато клієнтів. Кожного дня з'являються нові бренди, нові продукти та нові послуги, тому бізнесу стає все складніше привернути увагу споживача.

Головне вчасно замислитись, чому ж клієнт має обрати саме ваш продукт? На ринку існує безліч товарів із подібними характеристиками, тому вирішальним фактором вибору часто стає не лише функціональність, а й те, як продукт виглядає, як він подається та які емоції викликає у споживача. Саме дизайн приваблює погляд нових клієнтів. Проте, варто брати до уваги, що дизайн – це не лише естетика чи красива упаковка. Це потужний інструмент комунікації між брендом і споживачем. Багато підприємців помилково вважають, що достатньо створити гарний логотип – і бренд готовий. Проте насправді логотип є лише маленькою частиною для створення бренду. Без цілісної бренд-стратегії бізнес ризикує залишитися непоміченим серед безлічі конкурентів.

Логотип – це візуальний знак, який допомагає впізнати компанію. Він виконує роль символу, але сам по собі не створює емоційного зв'язку з цільовою аудиторією. Бренд, на відміну від логотипа, є набагато ширшим та складнішим поняттям. Це сукупність цінностей, ідей, історії компанії, її стилю комунікації та досвіду, який отримує клієнт. Професійно