МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
ІІ Міжнародної науково-практичної конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2024 р.

Київ
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:
Гончаренко Михайло Федорович – віцепрезидент Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:
Семенець-Орлова Інна Андріївна — директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;
Каліна Ірина Іванівна — заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:
Дацій Олександр Іванович — завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Братусь Анна Анатоліївна — завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;
Дмитренко Геннадій Анатолійович — завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Скиба Ганна Іванівна — завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу, канд. екон. наук, доц.;
Кришталь Галина Олександрівна — завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Кривоберець Марина Миколаївна — завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;
Мазур Юлія Володимирівна — декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 11 від 30.10.24)

II Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2024 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. 594 с.

ISBN 978-617-02-0406-6 (електронне видання)

Для науковців, представників бізнесу та здобувачів вищої освіти.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-02-0406-6

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024

Жабровець Віталій Леонідович, Головач Наталія Василівна
Сучасні підходи до управління розвитком персоналу організацій в умовах цифровізації 187

Жук Інна Іванівна
Фінанси в цифровій економіці: адміністрування, управління та кібербезпека 190

Загородній Дмитро Ігорович
Інноваційні підходи до економічної та маркетингової діяльності в умовах цифрової трансформації 193

Залізнюк Вікторія Петрівна
“Ідеальний шторм” в антикризовому управлінні 196

Згалат-Лозинська Любов Олександрівна
Цифрова трансформація як рушійна сила соціально-економічного розвитку: міжнародний досвід та українські реалії 198

Зеленін Юрій Миколайович
Розвиток інституційних підходів в металургії з урахуванням доступу до якісних ресурсів 201

Земляна Наталія Олександрівна
Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у розвитку туристичних продуктів 203

Ігнатушенко Олександра Сергіївна
Цифрові технології в аграрному секторі України: перспективи та виклики 206

Ільїна Оксана Анатоліївна
Економічні відносини в умовах цифровізації 209

Іоргачова Марія Іванівна
Інноваційні підходи у мерчандайзингу в умовах цифровізації бізнесу 210

Калієва Юлія Максимівна
Інструменти підтримки та стимулювання розвитку туристичної галузі України в умовах війни 213

Калінін Андрій Миколайович
Використання Big Data в українській економіці: можливості та перспективи розвитку 215

Карбовська Любов Олександрівна, Железняк Катерина Леонідівна
Інноваційні маркетингові стратегії та тактики просування кормів для домашніх тварин 219

Карпенко Олег Олександрович, П’янкова Оксана Василівна
Вплив валютного курсу на конкурентоспроможність підприємств у ЗЕД 222

5. *Яковлєв Р. В., Іщенко Ю. В.* (2020). Потенціал використання великих даних в публічному адмініструванні. *Експерт*: *парадигми юридичних наук і державного управління*. № 5 (11). С. 195–213. URL: https://doi.org/10.32689/2617-9660-2020-5(11)-195-213
6. Американська торговельна палата в Україні (2024). Які галузі українського бізнесу мають найбільшу потребу в Big Data: тренди від Київстар. URL: https://chamber.ua/ua/news/yaki-haluzi-ukrainskoho-biznesu-maiut-naybilshu-potrebu-v-big-data-trendy-vid-kyivstar/

КАРБОВСЬКА Любов Олександрівна

канд. екон. наук, доцент, професор кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ЖЕЛЕЗНЯК Катерина Леонідівна

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ "Національний транспортний університет"

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ПРОСУВАННЯ КОРМІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН

Інноваційний маркетинг — це творче мислення та унікальне поєднання традиційних і цифрових методів маркетингу та просування оригінальних і передових продуктів або послуг.

Інноваційний маркетинг використовує дані про поведінку клієнтів, взаємодію та відгуки, щоб визначити найкращий бренд, упаковку, рекламу та цільові ринки для певного товару. Застосування інноваційних маркетингових стратегій є ключовим для збереження конкурентоспроможності, особливо в умовах обмеженості ресурсів. Інновації в кормах для домашніх тварин не завжди означають нові продукти; іноді це нові служби доставки та нові дослідження існуючих інгредієнтів.

Відомі чотири типи маркетингових інновацій: радикальні інновації, інкрементні інновації, руйнівні інновації та архітектурні інновації.

1. Радикальні інновації істотно змінюють бренд, продукт, послугу або ринок, зазвичай. шляхом створення нової технології. Для того, щоб вважатися радикальним, цей тип інноваційного маркетингу повинен змінити ставлення споживачів до бренду, товару чи процесу [3].

Що чекає в майбутньому в області інноваційних органічних кормів для домашніх тварин?

М'ясо, вирощене в лабораторії незабаром може стати реалістичним варіантом для власників домашніх тварин, які піклуються про навколишнє се-

редовище та здоров'я. Це не тільки покращить добробут тварин, але й значно зменшить вплив на навколишнє середовище.

Інтерактивна їжа: уявіть їжу, яка не тільки живить, але й розважає. Інтерактивні рішення для годування, які розумово стимулюють тварину та забезпечують фізичні вправи, незабаром можуть збагатити ринок кормів [1].

2. Поступові інновації впроваджують поступові зміни або оновлення в існуючі продукти чи брендинг для підвищення задоволеності клієнтів. Інноваційний процес відбувається повільно, він спрямований на корисні зміни, а не на реконструкцію [3].

3. Проривні інновації виникають як відповідь на поведінкові та технологічні зміни. Цей тип інновацій зосереджується на досвіді клієнтів, адаптуючись до поведінки користувачів, а не до тенденцій [3].

Пошук альтернативних джерел білка призвів до проривних відкриттів — стійких джерел білка. Так, білок комах, наприклад цвіркунів, є екологічно чистим і високоякісним джерелом білка для домашніх тварин.

Завдяки сучасним технологіям індивідуальний корм для домашніх тварин, який спеціально адаптований до потреб окремої тварини. За допомогою алгоритмів та штучного інтелекту створюються рецепти, які точно відповідають віку, вазі, породі та здоров'ю тварини.

Філософія "нуль відходів" — упаковка, яка повністю біологічно розкладається або навіть слугує як закуска. Інноваційні пакувальні рішення зменшують екологічний слід кормів для домашніх тварин [2].

4. Архітектурні інновації використовують існуючі технології для створення нових продуктів, призначених для залучення нових споживачів і часто використовується для ребрендингу, оновлення упаковки або перетворення технологій на нові ідеї чи концепції [3].

Посилення поживних речовин завдяки супер продуктам: інтеграція супер продуктів в органічні корми для тварин зростає. Це — добавляння в корми насіння чіа, кіноа та спіруліни [2].

У таблиці представлені інноваційні, креативні та унікальні маркетингові стратегії просування кормів для домашніх тварин та залучення клієнтів.

Інноваційні та креативні маркетингові стратегії просування кормів для домашніх тварин

Маркетингова стратегія	Опис тактики
1	2
Профілі домашніх тварин у доповненій реальності	У профілях домашніх тварин розробити функцію доповненої реальності (AR), яка дозволяє покупцям при скануванні QR-коду побачити реалістичну 3D-модель того, яку різні користь можуть принести корми для домашніх тварин, що допоможе власникам домашніх тварин приймати рішення щодо покупки.
Віртуальні курси з харчування домашніх тварин	На віртуальних заняттях експерти з харчування пояснюють, які переваги різних продуктів і як вибрати найкращий корм для різних видів домашніх тварин. Це може включати як завантажуваний вміст, так і сеанси запитань та відповідей у прямому ефірі,

1	2
	що сприяє створенню спільноти поінформованих власників домашніх тварин та підвищенню лояльності до бренду.
Інтерактивні плейлисти з домашніми тваринами	На сервісі потокової передачі музики можна створити список відтворення, який включає мелодії, що заспокоюють або приносять задоволення домашнім тваринам. Заохочуйте клієнтів робити свій внесок у список відтворення, зміцнюючи почуття спільності. Доцільно про це запустити рекламу в соціальних мережах, щоб залучити більше власників домашніх тварин.
Спливаючі івенти для заохочення метою усиновлення	Організуйте спільні заходи з місцевими притулками для тварин, де люди можуть познайомитися з домашніми тваринами, які потребують притулку, і дізнатися про правильне харчування домашніх тварин.
Стенди для дегустації кормів для домашніх тварин	Організуйте дегустаційні стенди на виставках для домашніх тварин або в парках, де домашні тварини можуть спробувати різні продукти. Ця безпосередня участь може бути цікавою як для домашніх тварин, так і для їх власників, а також дозволить миттєво отримувати відгуки про нові продукти.
Пересувний фургон з кормом для домашніх тварин	Запустіть мобільний фургон, який буде їздити по місцях, де дозволено проживання з домашніми тваринами, пропонуючи консультації з питань харчування домашніх тварин і безкоштовні зразки ваших продуктів.
Конкурси для домашніх тварин у соціальних мережах	Проводьте веселі та захоплюючі конкурси в соціальних мережах, які заохочують власників домашніх тварин ділитися фотографіями чи відео, на яких їхні домашні тварини насолоджуються вашими продуктами. Пропонуйте призи, такі як Підписка на ваш сервіс або ексклюзивні знижки для кращих учасників.
Їстівні QR-коди на упаковці	Надрукуйте QR-коди на упаковці корму для домашніх тварин, які призведуть до навчальних відеороликів про поживні властивості корму, відгуків покупців або інтерактивних порад по догляду за домашніми тваринами, що поєднують технологію з практичним годуванням домашніх тварин.
Тематичні вечірки з домашніми тваринами	Проводьте тематичні онлайн-заходи, на яких власники домашніх тварин можуть ділитися історіями та фотографіями, брати участь у тематичних конкурсах та дізнаватися про харчування. Пропонуйте тематичні пакети знижок на товари, пов'язані з тематикою заходу.
Онлайн-ігри з пошуку домашніх тварин	Організуйте віртуальні ігри для пошуку домашніх тварин із підказками, пов'язаними з доглядом за домашніми тваринами та їх харчуванням. Учасники можуть отримати знижки, безкоштовні зразки та навчальний контент, що робить вивчення харчування домашніх тварин цікавим.

Джерело: [4].

Задоволення мінливих потреб і запитів власників домашніх тварин має велике значення. Виробники кормів для тварин постійно занурені в процес оновлення продукції, щоб забезпечити їжу, яка відповідає цінностям і очікуванням споживачів. Упровадження інноваційних, креативних та унікальних

маркетингових стратегій може суттєво вплинути на зростання вашого бізнесу та залучення клієнтів.

Література

1. Debbie Phillips-Donaldson The state of pet food innovation in early 2024. URL: https://www.petfoodindustry.com/blogs-columns/adventures-in-pet-food/blog/15665895/the-state-of-pet-food-innovation-in-early-2024
2. Innovative Produkte im Bereich Bio Tierfutter. URL https://haustierewissen.de/innovative-produkte-im-bereich-bio-tierfutter/
3. Joe Weller Innovation in Marketing: 10 Methods To Use in 2023. URL: https://www.smartsheet.com/content/innovation-in-marketing#:~:text=Innovative%20marketing%20refers%20to%20the,markets%20for%20
4. Pet food online store. URL: https://onlineyougrow.com/blogs/news/pet-food-ecommerce-social-media-planner

КАРПЕНКО Олег Олександрович

студент 4 курсу факультету Торгівлі та Маркетингу,
Державного торговельно-економічного університету

П'ЯНКОВА Оксана Василівна

канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту
Державного торговельно-економічного університету

ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У ЗЕД

Конкурентоспроможність підприємства в умовах ЗЕД: основні критерії та фактори.

Конкурентоспроможність компанії у зовнішньоекономічній діяльності (ЗЕД) визначається її здатністю успішно конкурувати на міжнародних ринках, пропонуючи товари та послуги, які за якістю, ціною та іншими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж ті, що пропонують конкуренти.

Основні критерії конкурентоспроможності підприємств у зовнішній торгівлі:

1) Цінова конкурентоспроможність:
   - Співвідношення ціни товару з його якістю та функціональністю.
   - Здатність підприємств пристосовувати ціни до коливань валютного курсу та ринкової кон'юнктури.
2) Якість продукції:
   - Відповідність продукції міжнародним стандартам та вимогам ринку.