

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**Матеріали**  
**II 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.*

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Жабровець Віталій Леонідович, Головач Наталія Василівна</b><br>Сучасні підходи до управління розвитком персоналу організацій<br>в умовах цифровізації .....         | 187 |
| <b>Жук Інна Іванівна</b><br>Фінанси в цифровій економіці: адміністрування, управління<br>та кібербезпека .....                                                         | 190 |
| <b>Загородній Дмитро Ігорович</b><br>Інноваційні підходи до економічної та маркетингової діяльності<br>в умовах цифрової трансформації .....                           | 193 |
| <b>Залізнюк Вікторія Петрівна</b><br>“Ідеальний шторм” в антикризовому управлінні .....                                                                                | 196 |
| <b>Згалат-Лозинська Любов Олександрівна</b><br>Цифрова трансформація як рушійна сила соціально-економічного<br>розвитку: міжнародний досвід та українські реалії ..... | 198 |
| <b>Зеленін Юрій Миколайович</b><br>Розвиток інституційних підходів в металургії з урахуванням доступу<br>до якісних ресурсів .....                                     | 201 |
| <b>Земляна Наталія Олександрівна</b><br>Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)<br>у розвитку туристичних продуктів .....                              | 203 |
| <b>Ігнатушенко Олександра Сергіївна</b><br>Цифрові технології в аграрному секторі України:<br>перспективи та виклики .....                                             | 206 |
| <b>Ільїна Оксана Анатоліївна</b><br>Економічні відносини в умовах цифровізації .....                                                                                   | 209 |
| <b>Іоргачова Марія Іванівна</b><br>Інноваційні підходи у мерчандайзингу в умовах цифровізації бізнесу .....                                                            | 210 |
| <b>Калієва Юлія Максимівна</b><br>Інструменти підтримки та стимулювання розвитку<br>туристичної галузі України в умовах війни .....                                    | 213 |
| <b>Калінін Андрій Миколайович</b><br>Використання Big Data в українській економіці:<br>можливості та перспективи розвитку .....                                        | 215 |
| <b>Карбовська Любов Олександрівна, Железняк Катерина Леонідівна</b><br>Інноваційні маркетингові стратегії та тактики просування кормів<br>для домашніх тварин .....    | 219 |
| <b>Карпенко Олег Олександрович, П'янкова Оксана Василівна</b><br>Вплив валютного курсу на конкурентоспроможність<br>підприємств у ЗЕД .....                            | 222 |

## **ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Економічні відносини в епоху цифровізації зазнали суттєвих змін, зумовлених впровадженням нових технологій, глобалізацією та швидким розвитком цифрової економіки. Цифровізація трансформує способи взаємодії між суб'єктами економіки, змінює бізнес-моделі та впливає на політичну й соціальну сферу. Цифровізація стала ключовим фактором у трансформації економічних відносин, впливаючи на всі аспекти бізнес-структур, управління державою та соціального розвитку. Цей процес характеризується переходом від традиційної індустріальної економіки до інформаційно-мережевої (інформаційно-комунікаційні), що зумовлює нові форми взаємодії між учасниками економічних відносин.

Основні зміни національної економіки під впливом цифровізації:

Цифровізація бізнес-процесів: Впровадження цифрових технологій у діяльність підприємств дозволяє оптимізувати ланцюги постачання, підвищити ефективність виробництва, зменшити витрати на транзакції та цифрова компетентність персоналу.

Електронна комерція: Розвиток інтернет-економіки та електронної комерції створює нові можливості для бізнесу та споживачів, підвищуючи доступність послуг, онлайн замовлення, відстеження доставки вантажу [1].

Інновації: Появі нових бізнес-моделей, орієнтованих на клієнта та створених ефективних даних для аналізу споживчих потреб, новітні підходи до ведення бізнесу через різні системи (SRM) та управління персоналом враховуючи їх цифрову грамотність [2].

Цифровізація є потужним каталізатором змін в економічних відносинах, що формує нові моделі ведення бізнесу та взаємодії між державою і суспільством. Успішна реалізація цих змін вимагатиме комплексного підходу до управління ризиками та адаптації до нових умов. Цифровізація відкриває значні можливості для розвитку економічних відносин, підвищення ефективності та інноваційності. Проте цей процес також несе виклики, пов'язані з проблемою адаптації регуляторних механізмів, соціальної інтеграції та забезпечення кібербезпеки. Для успішної адаптації до нових реалій потрібно створити сприятливі умови для розвитку цифрових технологій і забезпечити рівний доступ до них.

### **Література**

1. Aleinikova O. V., Datsii O. I., Kalina I. I., Zavgorodnia A. A., Yeremenko Y., Nitsenko V. S. (2023). Digital technologies as a reason and tool for dynamic transformation

of territory marketing. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. (1), 154–159. doi:10.33271/nvngu/2023-1/154

2. *Каліна І. І.* Методологічні підходи до формування детермінантів розвитку цифровізації України *Економіка і управління*. К.: Європейський університет. 2020. Вип. 2. С. 63–70.

**ІОРГАЧОВА Марія Іванівна**

*канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики  
факультету міжнародної економіки  
Одеського національного економічного університету*

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ**

Мерчандайзинг, як ключовий елемент маркетингових комунікацій, завжди мав на меті створення найбільш вигідних умов для покупців у точках продажу. Проте, з розвитком цифрових технологій цей процес істотно трансформувався. Традиційні методи відходять на другий план, поступаючись місцем сучасним інноваційним підходам, що дають змогу не тільки покращити взаємодію з клієнтами, але й підвищити ефективність бізнес-процесів. Використання цифрових рішень дозволяє компаніям адаптувати свої мерчандайзингові стратегії до актуальних потреб ринку. Успішні компанії активно використовують інноваційні інструменти для покращення своїх мерчандайзингових підходів, що дозволяє їм підвищувати свою конкурентоспроможність.

Цифровізація мерчандайзингу передбачає інтеграцію сучасних технологій у процеси керування продуктами, їх розташуванням і просуванням на торгових полицях. Це не лише перехід від традиційних методів до автоматизованих систем, а й активне використання нових інструментів для аналітики, прогнозування та взаємодії з клієнтами. Основними складовими цифровізації стають використання великих даних, штучного інтелекту, інтерактивних технологій і мобільних платформ. Сьогодні більшість роздрібних компаній активно впроваджують цифрові інструменти у свої мерчандайзингові стратегії, що дозволяє суттєво підвищити ефективність продажів і рівень задоволеності клієнтів.

Цифрова трансформація дає можливість бізнесу досягти більш точного контролю за товарними запасами, ефективніше прогнозувати попит і оптимізувати розміщення продукції на полицях. Це стає можливим завдяки аналізу великих даних та використанню автоматизованих систем управління товарними процесами.

Великі дані (Big Data) є важливими в сучасному мерчандайзингу та дозволяють компаніям аналізувати поведінку споживачів, їхні вподобання та