

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”**

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – ректор 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:

Дачій 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.;

Коваль Микола Іванович – завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, 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 № 10 від 29.11.23)*

Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 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, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

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.

ЗМІСТ

Азоян Артем Акопович, Гнесь Софія Вадимівна Використання гендерних стереотипів в рекламі	9
Андрікевич Вікторія Олександрівна, Теплюк Марія Анатоліївна Мотивація персоналу та її вплив на ефективність підприємства	12
Баля Іван Олександрович Аналіз змін у структурі запитів, пов'язаних з торгівлею меблями, у пошуковій системі Google	15
Барандич Богдан Олександрович, Головач Наталія Василівна Автоматизація управлінських процесів: впровадження цифрових інструментів управління та адміністративних завдань	19
Барановська Віра Миколаївна Цифрові злочини: правовий аспект	21
Барингольц Сергій Михайлович Сили конкуренції на ринку системної інтеграції в галузі інформаційних технологій України	26
Бережинський Денис Володимирович Маркетингова інвестиційна економічна привабливість України та шляхи залучення іноземних інвесторів	32
Бігдаш Володимир Дмитрович Тенденції розвитку в Україні цифровізації страхової діяльності	34
Білобовський Святослав Володимирович Еволюція звітування в контексті викликів сталого розвитку	37
Братусь Ганна Анатоліївна, Ганганов Кирило Євгенійович Сучасні маркетингові стратегії в умовах цифрової економіки	41
Братусь Ганна Анатоліївна, Домрачов Андрій Павлович Вплив цифровізації бізнес-процесів підприємств на розвиток економіки України	44
Братусь Ганна Анатоліївна, Козлова Алла Іванівна Управління розвитком українських стартапів під час війни	47
Брюховецька Ірина Олександрівна Вплив інноваційних бізнес-моделей на конкурентоспроможність підприємств	50

Література

1. Зарубіжний досвід мотивації персоналу. *Мотивація персоналу*. URL: <https://searchinform.com/challenges/time-tracking-and-employee-monitoring-software/employee-control/staff-motivation/foreign-experience-in-staff-motivation/> (дата звернення 06.10.2023).
2. Корпорація Starbucks: приклад із мотивації та командної роботи. URL: https://www.google.com/search?q=%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4&rlz=1C1GCEA_enUA952UA952&oq=%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%87&aqs=chrome.1.69i57j0i10i512j0i10i131i433j0i512j0i10j0i10i131i433j0i10l2j0i10i433j0i10.2134j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8 (дата звернення 06.10.2023).
3. *Климчук А. О., Михайлов А. М.* Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності: навч. посіб., маркетинг і менеджмент інновацій. Київ, 2018. № 1. С. 218.
4. Сайт Starbucks [Електронний ресурс]. URL: <https://ivypanda.com/essays/work-motivation-in-starbucks-company/> (дата звернення 06.10.2023).

БАЛЯ Іван Олександрович

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
“доктор філософії” (Phd)*

*Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

АНАЛІЗ ЗМІН У СТРУКТУРІ ЗАПИТІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ТОРГІВЛЕЮ МЕБЛЯМИ, У ПОШУКОВІЙ СИСТЕМІ GOOGLE

У меблевій галузі України задіяні близько 4 тисяч підприємств, більшість з яких це мікропідприємства з чисельністю працівників до 10 осіб, які виготовляють меблі на замовлення та мають місцевий збут [2].

Проте завдяки наявності доступу до інтернет по всій території країни з'явилися та стрімко розвиваються торгівельні онлайн-майданчики (Prom.ua, Rozetka.ua, Epicentr-k) з продажу різноманітних товарів і меблів в тому ж числі та соціальні мережі з наявним рекламним функціоналом (Facebook і Instagram). Наявність таких майданчиків спрощує перехід до онлайн-торгівлі для мікропідприємств. В поєднанні з широкою мережею відділень, прозорими та зручними умовами доставки, оплати та послуг грошового переказу (накладеного платежу) від логістичних компаній “Нова Пошта” та “САТ” вихід з місцевого на національний ринок стає більш простим.

Малі та середні підприємства найчастіше мають власні Інтернет-сайти чи Інтернет-магазини. Великі підприємства хоча і мають власні Інтернет-сайти, але здебільшого реалізують свою продукцію через дилерську мережу.

Отже, застосування цифрових технологій (платний пошуковий трафік, органічний пошуковий трафік, SMM, e-mail-маркетинг тощо) є важливим аспектом діяльності більшості меблевих підприємств. Одним з ключових етапів такої діяльності є моніторинг потреб споживачів і пошук правильних шляхів комунікації з ними. Для цього пропонується використовувати інструмент з планування ключових слів рекламної онлайн-служби Google (Google Ads) [3]. Це дозволяє отримати дані щодо пов'язаних запитів певної тематики та групувати запити за мовою запиту чи мовою операційної системи пристрою з якого введено запит, за пристроями (ПК і мобільні) тощо.

Для дослідження змін у структурі пошукових запитів протягом вересня 2019 року – вересня 2023 року було визначено загальну кількість пошукових запитів в динаміці пов'язаних з купівлею меблів, кількість пошукових запитів пов'язаних з окремими сегментами меблевого ринку, а також зміну кількості україномовних та російськомовних запитів. На рисунку 1 представлено графік динамічних рядів зміни кількості пошукових запитів на побутові меблі.

Спостерігаємо суттєве зменшення (близько 35 %) кількості запитів у 2023 році по відношенню до аналогічних місяців довоєнного 2021 року. Таке скорочення, на думку авторів, пов'язане з тимчасовим відтоком населення за межі країни, зменшенням купівельної спроможності та негативними очікуваннями.

Слід зазначити, що кількість пошукових запитів досягнула рівня 2019 року, що на думку авторів, є відображенням зростаючої популярності покупок в інтернеті та простоті виходу в онлайн, що було описано на початку. Також спостерігається зростання питомої частки запитів українською мовою (приблизно на 20 %) порівняно з аналогічними місяцями 2021 року.

На рисунку 2 подано графік зміни кількості запитів для сегменту офісних меблів.



Рис. 1. Графік динамічних рядів зміни кількості пошукових запитів на побутові меблі

Джерело: [3].



Рис. 2. Графік зміни кількості запитів для сегменту офісних меблів
Джерело: [3].

На основі представлених даних можна спостерігати більш стрімке відновлення кількості запитів, пов'язаних з офісними меблями щодо до довоєнних показників 2021 року. Наразі кількість запитів у 2023 році менше на 10 %, ніж за аналогічний період 2021 року. Отже, хоча загальна кількість підприємств зменшилась, але процес виробництва не зупинився, не зважаючи на війну. Крім того, кількість пошукових запитів в 2023 році вища за аналогічні місяці 2020 року, що пов'язано зі зростанням популярності покупок в Інтернеті.

Суттєво зросла (понад 260 %) питома вага запитів українською мовою, однак вона є меншою, ніж частка російськомовних запитів. На нашу думку, це пов'язано з тим, що на відміну від побутових меблів, де попит розподілений пропорційно між населеними пунктами в залежності від чисельності їх населення, основний попит на офісні меблі зосереджений у великих містах (Київ, Дніпро, Одеса, Львів, Харків). А обсяг сегменту офісних меблів становить близько 43 % від обсягу сегменту побутових меблів.

На рисунку 3 подано динаміку пошукових запитів для побутових та офісних меблів та загалом.

Отже, враховуючи зростаючу кількість запитів українською мовою, маркетинговим відділам підприємств варто розширювати перелік ключових фраз (Google Ads та SEO) та описів товарів (Google Merchant Center) українською мовою. Для ведення сторінок і профілів в соціальних мережах варто використовувати виключно україномовний контент.

На жаль, для підприємств, які розвиваються в сегменті офісних меблів повністю відмовляться від SEO-просування за російськомовними запитам та реклами Google за російськомовними ключовими фразами не варто, оскільки споживач все ще вводить запити російською мовою. Проте це не заважає показувати користувачу україномовну версію сайту як основну і



Рис. 3. Динаміка пошукових запитів для побутових та офісних меблів та загалом
Джерело: [3].

тільки після цього залишати альтернативу російськомовній версії як другого-рядній.

Література

1. Бондаренко Н., Удалих Д. Дослідження стану розвитку меблевої промисловості України в сучасних умовах господарювання. *Галицький економічний вісник*. Т.: ТНТУ, 2021. Т. 68. № 1. С. 174–184.
2. Виробництво основних видів промислової продукції. *Державна служба статистики України* : веб-сайт. URL : <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/vyrobnytstvo-osnovnykh-vydivpromyslovoi-produktsii-schorichno>.
3. Рекламна служба Google Ads. URL: <https://ads.google.com/>
4. Соломянюк Н. М., Федотова Н. М., Кривенко О. Інтернет-торгівля як елемент ринкової інфраструктури на ринку офісних меблів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. Вип. 4 (227).