Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет
Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні ЗНУ

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції
Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні
Запорізького національного університету

«Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії»

5 – 6 грудня 2024 року

Запоріжжя
2024

Сучасні перспективи розвитку обліку, фінансів, економіки, управління, права та інженерії : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (5-6 грудня 2024 р., м. Запоріжжя) / за ред. Макаренка А. П., Меліхової Т. О. Запорізький національний університет. Запоріжжя: ЗНУ, 2024, 404 с.

УДК 330.34:[657+336+005+34+62](062)

С916

ISBN 978-617-8466-06-0

Рецензенти:

Бобиль В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та психології Українського державного університету науки і технологій.

Приходько І.П., д. н. з держ. упр., професор, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою Дніпровського державного аграрно-економічного університету.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Запорізького національного університету

В ході проведення конференції відбулось дискусійне обговорення результатів підготовки здобувачів вищої освіти для покращення змісту навчальних курсів освітніх програм, орієнтуючись на думку стейхолдерів (працівників НДЕКЦ, науковців та студентів ЗНУ та інших закладів вищої освіти).

Під час проведення конференції розглянуто наступні питання: перспективи розвитку обліку, аналізу, оподаткування та контролю; сучасні напрямки розвитку фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку; сучасний розвиток економіки, організації та управління підприємствами; напрямки оптимізації бюджетної та податкової системи; практичні засади розвитку менеджменту та публічного управління; розвиток інформаційних технологій в сучасній економіці; сучасні напрямки розвитку інженерії, науки та техніки; сучасна експертиза: економічна, юридична, будівельна, технічна.

ISBN 976-617-8466-06-0 © ЗНУ, 2024

Література

1. Просування YouTube каналу для бізнесу – просування послуг, нерухомість і будівництво, розкрутка на YouTube. URL: https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/prosuvannya-youtube-kanalu-zaluchiti-auditoriyu-i-potrapiti-v-rekomendovani.html (Дата звернення 27.11.2024).
2. Як бізнесу розвивати канал на YouTube: поради для створення та просування відеоконтенту. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-biznesu-rozvivati-kanal-na-you-tube-poradi-dlya-stvorennya-ta-prosuvannya-videokontentu (Дата звернення 27.11.2024).

УДК 334.722:004.738.5]:005.336.1

Болтянська Л.О., к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя

Болтянський М.Б., здобувач 1 курсу зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ДЛЯ УСПІШНОГО ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТІ

Онлайн-просування бізнесу сьогодні – це не лише модна тенденція, а справжня потреба для досягнення успіху. Воно допомагає не лише залучити нових клієнтів, а й зробити їх відданими прихильниками бренду. Інтернет-розкрутка давно стала ключовою складовою успішного бізнесу. Вона вирішує завдання, які традиційні методи не завжди здатні виконати, і підходить як для великих корпорацій, так і для малого бізнесу.

Головна мета онлайн-просування є привернення нових покупців. Створення якісного сайту та активність у соцмережах дозволяють знайти людей, які цікавляться вашими товарами чи послугами. Наприклад, маленька кав'ярня може привернути аудиторію завдяки унікальному контенту в Instagram, чи то фото свіжих круасанів чи відео з приготування кави. Зараз інтернет – чудовий інструмент для популяризації бренду. Регулярний якісний контент, SEO-оптимізація та участь у тематичних обговореннях допоможуть заявити про себе на значно ширшу аудиторію. Digital-інструменти дозволяють відстежувати дії конкурентів, вивчати потреби аудиторії та вдосконалювати свої стратегії. Завдяки аналітиці можна швидко адаптуватися до змін та випереджати конкурентів.

Найпоширенішим інструментом в цьому напрямку є Digital-маркетинг. Digital-маркетинг – це використання інтернет-ресурсів (веб-сайтів, соцмереж,

поштових розсилок, мобільних додатків) для залучення клієнтів, просування бренду та покращення продажів. Його мета – створення ефективної комунікації з аудиторією та досягнення маркетингових цілей.

Купівля-продаж товару за допомогою інтернету в умовах сьогодення отримало назву «електронна комерція». Електронна комерція – це форма економічної діяльності, яка передбачає купівлю-продаж товарів, послуг чи інформації через інтернет, використовуючи цифрові платформи. Вона включає онлайн-магазини, електронні платежі, маркетинг та доставку товарів [1]. На ринку електронної комерція виконує наступні функції: забезпечення доступу до глобальної аудиторії через рекламу й інструменти аналітики; спрощення управління замовленнями, платежами та обробки даних через автоматизацію процесів; комунікація з клієнтами здійснюється через використання чат-ботів, електронної пошти й соцмереж для взаємодії; організація транспортування замовлень через партнерів.

Продажі в електронній комерції – це онлайн-операції, під час яких споживачі здійснюють покупки товарів чи послуг через платформи. Вони охоплюють різноманітні типи веб-сайтів, інтернет-майданчиків і соціальні мережі, які сприяють процесу купівлі-продажу. Завдяки зручності та доступності цих платформ, обсяги продажів значно зросли в останні роки.

Продаж в електронній комерції пропонує численні переваги для бізнесу, що робить його привабливим варіантом для підприємців і відомих компаній. Деякі з ключових переваг стратегії продажів електронної комерції включають [2]:

- глобальні досягнення – завдяки магазину електронної комерції ваш бізнес може охопити клієнтів у всьому світі, долаючи географічні бар’єри та розширюючи клієнтську базу.
- підвищена зручність – електронна комерція дозволяє клієнтам робити покупки в будь-який час і в будь-якому місці, усуваючи обмеження фізичних годин і місць розташування магазинів. Цей фактор зручності часто призводить до зростання продажів.
- економічна ефективність – утримання онлайн-магазину може бути дешевшим, ніж утримання магазину з адресою місця знаходження. Ви можете заощадити на таких речах, як працівники, електроенергія та орендна плата.
- налаштування та націлювання – системи електронної комерції дають можливість для індивідуального маркетингу, дозволяючи вам змінювати ваші акції та знижки відповідно до вподобань і активності споживачів.

Залежно від особливостей транзакцій і залучених сторін, електронну комерцію можна поділити на кілька категорій:

- бізнес-споживач – цей тип передбачає прямий продаж товарів і послуг від компаній до клієнтів. Онлайн-платформи забезпечують зручність покупки, дозволяючи клієнтам легко обирати й купувати необхідне, не виходячи з дому.

- споживач-споживач – завдяки інтернет-платформам користувачі можуть продавати свої товари або послуги іншим споживачам. Цей формат однорангових транзакцій створює активний цифровий ринок і формує відчуття спільноти.
- бізнес-бізнес – така модель охоплює онлайн-продажі товарів або послуг між компаніями. Цей тип транзакцій зазвичай передбачає масові закупівлі й довгострокове співробітництво, відповідаючи специфічним потребам бізнесів.
- споживач-бізнес – споживачі пропонують товари чи послуги компаніям, що часто застосовується для роботи з фрилансерами чи незалежними експертами.

Література

1. Закон України «Про електрону комерцію». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text
2. 10 ефективних стратегій збільшення продажів електронною комерцією/ URL: https://indeedseo.com/uk/blog/ecommerce-sales-strategy/
3. Стендер С. В., Лисак О. І., Лук'яненко Н. Е. Розвиток електронної комерції та її вплив на цифрову економіку. *Академічні візії,* 2023. №24. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/619

УДК 331.4:005.591.6

Корюгін А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

Ковальов С.І., магістрант спеціальності 073 «Менеджмент» Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Цифрові технології кардинально змінюють сферу праці, впливаючи як на роботодавців, так і на працівників. Вони сприяють трансформації підходів до управління, покращують умови безпеки та охорони праці, а також змінюють характер, місце й організацію трудового процесу.

Цифровізація у сфері безпеки праці – це трансформація системи управління безпекою праці, що забезпечує використання цифрових технологій для оптимізації управління, підвищення продуктивності підприємств, покращення умов праці та зменшення професійних захворювань і нещасних випадків [1].