

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**Факультетської науково-практичної конференції
докторантів, аспірантів, молодих вчених і студентів
“Диджиталізація (цифровізація) суспільства: інституційні,
економічні, соціально-психологічні та правові аспекти”**

24 листопада 2023 р.
м. Харків

<i>Пєчка Сергій Сергійович</i>	66
ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЙ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Ревенко Олена Вікторівна</i>	68
АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ	
<i>Рибальченко Софія Олександрівна</i>	70
ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ	
<i>Романчук Руслан Артурович</i>	72
ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Сотникова Анастасія Володимирівна</i>	73
ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	
<i>Степаненко Сергій Віталійович</i>	75
РІВЕНЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОВИРОБНИКІВ МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНИМИ РЕСУРСАМИ ЯК ПЕРЕДУМОВА НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	
<i>Тронов Данило Андрійович</i>	77
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕБЛЕВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
<i>Ушкальов Володимир Васильович,</i>	78
<i>Мартіянова Марина Павлівна</i>	
ЛІНГВІСТИЧНІ КРИТЕРІЇ МЕТАПРОГРАМНОГО ПРОФІЛЮВАННЯ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	
<i>Фадєєв Олександр Павлович</i>	80
ВПЛИВ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	
<i>Шепелева Ольга Валеріївна</i>	82
СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТСЬКОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ТЕРИТОРІЙ	
СЕКЦІЯ 2. ПРАЦЯ В ІТ-ПРОСТОРІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	84
<i>Ачкасова Оксана Вікторівна,</i>	84
<i>Кузьменко Владислав Віталійович</i>	
РОЛЬ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕДУРИ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Білик Анжела Олександрівна</i>	86
ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	
<i>Єрмоленко Олексій Анатолійович, Карнов Ілля Олегович</i>	87
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ЯКІСТЬ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ»	

Після цього падіння почалось поступове відновлення ринку меблів в Україні. Вже у грудні 2022 року було продано меблів на 5405 млн. грн. Після цього ринок стабілізувався на даній величині. Останні данні було наведені за червень 2023 року і дорівнювали 5547 млн.грн.

За даними Державна статистична служба України, за перші 5 місяців 2023 Україна експортувала виробів з дровини на 1063 млн дол. США, що на 21% менше, ніж за аналогічний період 2022 року (рис. 2). В цілому очікується, що 2023 рік стане складним роком для продажу меблів та товарів для дому на зовнішніх ринках. Головні причини – війські дії на території України та проблеми з логістикою.

Слід також відмітити, що Державною службою статистики періодично проводиться обстеження очікувань підприємців відносно очікувань підприємців щодо зміни обсягу іноземних замовлень на виробництво продукції (рис. 3). За даними на кінець 2023 року позитивні очікування мали 20% виробників продукції з дровини, 68% вважали, що обсяги не зміняться, 12,0% - що зменшаються. Таким чином в цілому, незважаючи на війну, є певний оптимізм відносно зростання ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Власенко Т., Ревенко О. Особливості цифрової трансформації бізнесу в умовах невизначеності // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка, Том 27, Випуск 3(93), 2022. С. 44-49. 2. Соціально-економічні проблеми управління бізнесом: монографія / за заг. ред. к.е.н., доц. А.С. Панчук, к.е.н., доц. Н.С. Ляліної. – Самостійне електрон. текстове мережеве вид. Харків : ФОП Федорко, 2021. 303 с.

УДК 159.9:658.6

Ушкальов Володимир Васильович, к. е. н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та організації бізнесу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Мартіянова Марина Павлівна, к. е. н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та організації бізнесу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ЛІНГВІСТИЧНІ КРИТЕРІЇ МЕТАПРОГРАМНОГО ПРОФІЛЮВАННЯ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Глобальні масштаби цифровізації бізнесу та широке поширення інформаційних технологій призвело до значних змін в структурі взаємодії зі споживачами, а сама взаємодія все більшою мірою відбувається із застосуванням онлайн-технологій. В наслідок цього традиційні методики вивчення психологічних особливостей клієнтів, що застосовувались в психології та маркетингу для підвищення ефективності бізнес-взаємодії, з об'єктивних причин вже не можуть вирішити актуальне завдання оперативної оцінки клієнта. Водночас зростають можливості щодо використання методів опрацювання великих даних, застосування яких спроможне виявити закономірності в інтернет-активності клієнтів, але проблемою при цьому залишається обрання критеріїв та ознак, що надавали б можливість пов'язати певні форми інтернет-активності з психологічними поведінковими ознаками.

Профайлінг як метод оперативної оцінки психологічних та поведінкових особливостей клієнта надає можливість сформулювати уявлення про його типові способи сприйняття, опрацювання інформації та прийняття рішень шляхом кількісної оцінки частоти певних елементів невербальної та вербальної поведінки, де результатом буде сформований психологічний профіль, що містить оцінки вираженості метапрограм – типових способів взаємодії з інформацією та оточуючим середовищем [1]. Кожна з метапрограм фактично визначає дво- чи багатополіусний континуум, у якому можуть знаходитись реальні поведінкові прояви людини. Таким чином кожна з метапрограм

може бути представлена описами її крайніх проявів – метапрограмних патернів. Здійснення оцінки поведінкових ознак за метапрограмами представляє собою виявлення рівня наближення кожного реального споживача до того чи іншого метапрограмного патерну. В умовах онлайн-взаємодії зі споживачем оцінка невербальних ознак часто стає неможливою, і єдиною можливістю здійснити побудову психологічного профілю стають результати вербальної активності споживача, що залишаються у вигляді його текстів повідомлень, коментарів, відгуків, а також різних форм словесного зворотного зв'язку.

Для здійснення оцінювання психологічного профілю в зазначених умовах стає доцільним використання програмних засобів підрахунку характерних мовно-лінгвістичних ознак, які пов'язані з проявами кожного конкретного метапрограмного патерну. Традиційно в профайлінгу існує певне коло мовно-лінгвістичних ознак, підрахунок частоти появи в вербальних повідомленнях дозволяє пов'язати їх з певними особливостями поведінки. Однак для застосування машинної обробки текстів ці ознаки мають бути стандартизовані та однозначно пов'язані з метапрограмними патернами. Саме це дозволяє здійснити налаштування їх подальшого автоматичного розпізнавання та підрахунку в текстах, які залишає споживач в Інтернет-

Таблиця 1
Вербальні ознаки типових патернів метапрограм
(узагальнено на основі [2; 3])

Вербальні ознаки	Активність	Пасивність	Наближення	Віддалення	Внутрішня	Зовнішня	Загальний	Частковий	Сам	Інші	Система	Схожість	Сх. з	Відмінність	Можливості	Процес
Дієслова в активному стані	+	-			+	-									+	-
Дієслова в пасивному стані	-	+			-	+									-	+
Займенник "я"	+	-			+	-			+	-						
Займенники: ми, ти, ви, вони					+					+						
Займенник "мені"		+				+			+	-						
Займенники: мій, сам	+				+	-			+	-						
Номіналізації	-	+									+					
Узагальнення, узагальнюючі слова	-	+					+	-								
Слова-деталізатори							-	+								
Модальні оператори можливості			+	-	+										+	-
Модальні оператори необхідності			-	+	-										-	+
Універсальні квантифікатори							+	-								
Невизначені референтні індекси											+					
Прикметники у порівняльному ступені									+			-		+		
Прислівники та числівники повторності												+				+
Перелічення, послідовності, етапи																+
Порівняння													+			

середовищі, та які можуть бути доступні для обробки корпоративними системами аналізу даних.

Оскільки мовні ознаки можуть характеризувати прояви різних метапрограмних патернів, зроблена спроба їх уніфікації саме для подальшого застосування в системах автоматичної обробки даних (табл.1).

В результаті узагальнення слід зробити висновок про те, що інформативною для діагностування патерну може бути не тільки наявність ознаки (позначка "+" в табл. 1), а й її відсутність (позначка "-" в табл. 1). Такий підхід до оцінювання дозволяє отримати більш контрастну оцінку та уникнути цілої низки помилкових висновків, які можуть бути припущені внаслідок дії когнітивних викривлень під час застосування оффлайн-профайлінгу.

Також слід звернути увагу на те, що деякі

лінгвістичні ознаки можуть визначати наявність не одного метапрограмного патерну, а одночасно декількох. Це дозволяє зробити припущення щодо взаємної кореляції окремих метапрограмних патернів. Проте оскільки загальна вираженість метапрограмного патерну є сумою частоти появи,

як правило, певної сукупності ознак, то це не означає прямої залежності й не ставить під сумнів валідність отриманих результатів щодо вираженості окремих метапрограмних патернів в профілі споживача.

Таким чином запропонований підхід до кодування ознак метапрограмних патернів може бути застосований для здійснення автоматизованої оцінки вербальної активності споживача та побудови на цій основі психологічних профілів, що надалі можуть бути використані для підвищення якості формулювання пропозицій і в безпосередній комунікації зі споживачем в процесі онлайн спілкування.

Перелік використаних джерел:

1. Napier M. R. Behavior, Truth and Deception: Applying Profiling and Analysis to the Interview Process / M. P. Napier. – Boca Raton, Florida: CRC Press, 2010. – 374 p. 2. Neumann N. Frontiers: How effective is third-party consumer profiling? Evidence from field studies / N. Neumann, C. E. Tucker, T. Whitfield // Marketing Science. – 2019. – №38. – P. 918 – 926. 3. Charvet S. R. Words That Change Minds: The 14 Patterns for Mastering the Language of Influence / S. R. Charvet. – London: Bloomanity LLC, 2019. – 359 p.

УДК 331.108:005.95

Фадєєв Олександр Павлович,

здобувач другого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВПЛИВ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ²⁶

Розвиток та поширення диджиталізації впливає не тільки на всі сфери діяльності людини, але і на організацію та способи ведення бізнесу, до яких відносяться сервіси за наданням онлайн-услуг, електронних платежів, інтернет-торгівлі, краудфандингу, електронної торгівлі та ін. Цифрова трансформація впливає і на виникнення нових професій, а, наслідком є виникнення нових знань і компетентностей, якими повинні володіти люди, що живуть в умовах цифрової економіки. Головна мета диджиталізації полягає у досягненні цифрової трансформації галузей, які вже існують та формуванні нових галузей економіки, а також перетворенні різних ділянок життєдіяльності у такі, що є більш ефективними та сучасними [1]. Цифрова трансформація процесів дозволяє підвищувати швидкість прийняття рішень, збільшити варіативність процесів в залежності від потреб і особливостей клієнта, знизити чисельність залучених в процес співробітників.

В умовах диджиталізації технології управління персоналом відіграють велику роль у реалізації політики організації. Використання цифрових технологій спростили та прискорили збір і передачу інформації, а також спілкування зі співробітниками. Що ще більш важливо, у них є можливість зменшити адміністративне навантаження на окремі кадри, для того щоб вони могли краще зосередитися на більш значущих кадрових функціях, таких як надання менеджерам досвіду, необхідного для прийняття більш ефективних рішень, пов'язаних з HR. Багаточисленні дослідження, показують, що технології підприємства, які ефективно використовують цифрові засоби для менеджменту персоналу, мають значні переваги порівняно з тими, які цього не роблять.

В даний час питання, присвячені управлінню людськими ресурсами, займають важливе місце в загальній стратегії управління організацією. В умовах високої конкуренції персонал є основним суб'єктом-об'єктом управління, що володіє стратегічним значенням. Цифрові трансформації, що знаходяться в економіці, відкривають можливості для модернізації технологій роботи з персоналом, що може значно підвищити ефективність діяльності підприємства. Серед відомих digital-технологій можна відзначити такі як штучний інтелект, віртуальна реальність, великі дані, блокчейн, зовнішнє сховище та інтернет-сховище [2, с. 8].

²⁶ Науковий керівник - Шиян Дмитро Вікторович, д. е. н., професор, професор кафедри економіки підприємства та організації бізнесу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця.