

економіці: матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених. Київ, 23 березня 2020р. Дніпро, 2020. С. 72-75.

3. Марченко О. В. Аналіз зобов'язань банків в контексті розвитку банківської системи України. *Фінансова система України в умовах трансформації соціально-економічних відносин*: колективна монографія / за заг. редакцією В.І. Успенко Х.: ФОП Панов А.М., 2019. С. 76-99.

4. Марченко О. В. Визначення причин проблемної заборгованості банків. *Тези доповідей 74-ої науково-технічної конференції Харківського національного університету будівництва та архітектури*. Харків: ХНУБА. 2019. С. 210-211.

5. Рибак О. М., Пуськов Д. О. Реструктуризація проблемних кредитів банків в умовах кризових явищ. *Інноваційна економіка*. 2020. №3-4. С. 65-70.

## ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕБ-ДИЗАЙНУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сливко П.О.

Науковий керівник: Жук Т.В., к.е.н., старший викладач  
Київський національний торговельно-економічний університет

У 2020 р. пандемія COVID-19 змусила підприємців перейти в онлайн-простір і показала, хто був готовий до цього та інвестував у розвиток онлайн-магазину завчасно. Перехід торгівлі в онлайн спонукав до нових досліджень поведінки користувачів у мережі.

Аналіз поведінки користувачів дозволив визначити вплив веб-дизайну на прихильність споживачів на рис. 1.

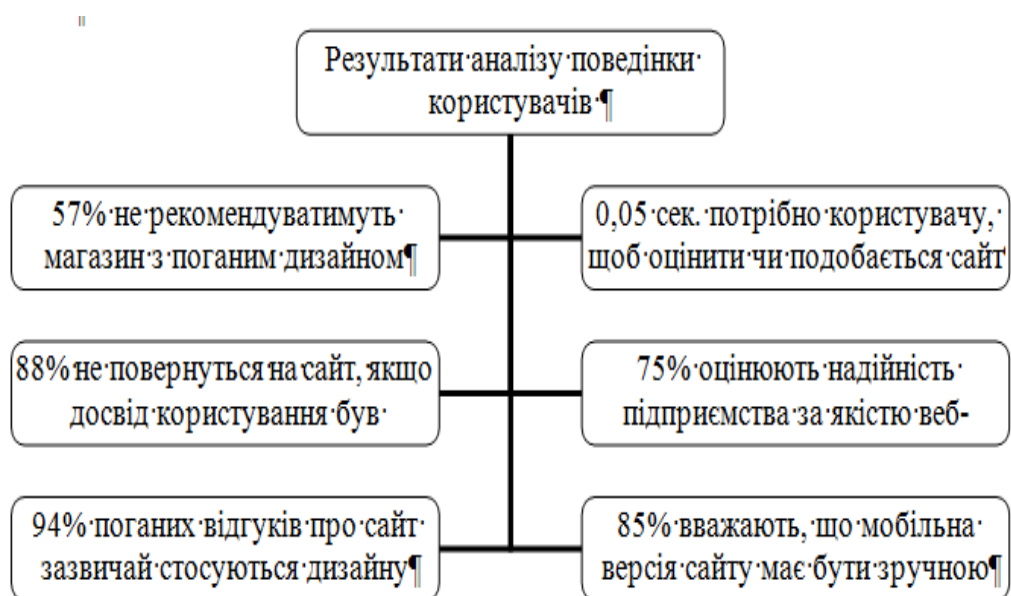


Рис. 1. Результати аналізу поведінки користувачів [3]

За даними звіту Digital 2020 у січні 2020 року в порівнянні з січнем

2019 року кількість користувачів інтернету збільшилася на 7%. Крім того, за статистикою Statcounter близько 53% від всіх користувачів виходять в інтернет з мобільних пристроїв [2]. Тому, актуальність трансформації дизайну сайту під мобільну версію надалі стає все більш актуальною.

Компанія McKinsey у 2018 року вивела індекс McKinsey Design Index (MDI). Він показує співвідношення якості дизайн-комунікації до фінансових показників. Дослідження показали, що компанії з високим показником MDI за темпами зростання випереджають конкурентів по галузі приблизно в 2 рази. Зазначається, що дизайн і зручний інтерфейс є нерозривними поняттями. Отже, зручний інтерфейс має бути продуктом дизайнерської діяльності [1].

Проведені дослідження доводять існування залежності дизайну сайту та кількістю відвідувань, повернень на сайт потенційних клієнтів. Для підвищення економічного ефекту починати слід з оптимізації процесів на сайті: показники конверсії, оформлення замовлення, об'єм цільового трафіку, кількість лідів, кількість повернень та ін.

З нашої точки зору, це показники, які передують фінансово-економічним показникам діяльності підприємства. Тобто збільшення їх значень зазвичай виступає передумовою збільшення інших показників діяльності підприємства, але не завжди.

Першочерговим показником, який є результатом діяльності підприємства є дохід (товарооборот) підприємства, в т.ч. і для оцінки ефективності веб дизайну. Але необхідно відзначити, що при оцінці ефективності веб-дизайну мова буде йти про його приріст, а не про наявність. Тобто у результаті запровадження сайту або його редизайну приріст доходу (товарообороту) буде характеризувати ефект цього впровадження, при умові відсутності або незначного впливу інших факторів. Відповідно, ефективність веб сайту в цьому випадку буде дорівнювати відношенню приросту розміру прибутку до суми витрат, яке понесло підприємство, по статті редизайну (відкриття) сайту.

Ще одним найбільш ефективним показником оцінки буде показник ROMI — показник повернення інвестицій. Допоміжним показником для оцінки ефективності веб-дизайну може стати: приріст середнього чеку замовлення, який є відносним показником і характеризує суму продажу, яка припадає на 1 замовлення. Окремо необхідно виділити показники KPI роботи сайту, які розробляє кожне підприємство, встановлюючи їх оптимальні значення.

Онлайн-формат ведення діяльності підприємства стає дедалі розповсюдженим. Тому, такий формат вимагає пошуку унікальності, яку може забезпечити веб-дизайн. Саме ефективність веб-дизайну дозволяє збільшувати обсяги діяльності підприємствам.

### **Література:**

1. The business value of design. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design>.

2. Вся статистика інтернету на 2020 год – цифри и тренды в мире и в России. WebCanape. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>.

3. 27 Eye-Opening Website Statistics: Is Your Website Costing You Clients? Sweor. URL: <https://www.sweor.com/firstimpressions>.

## АРГУМЕНТИ НА КОРИСТЬ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ «ЗЕЛЕНОГО» ОФІСУ

Сливко П.О.

Науковий керівник: Білявська Ю.В., к.е.н, доцент  
Київський національний торговельно-економічний університет

Реалізація стратегічного курсу на досягнення європейських стандартів в Україні повинна ґрунтуватися насамперед на відповідності діяльності підприємств міжнародним стандартам якості. Погіршення навколишнього середовища відходами підприємств призводить до зростання економічного збитку для економіки країни [2, с. 73]. Турбота про регулювання відносин людини і природи не може бути тільки внутрішньою справою окремих країн. Проблеми охорони навколишнього середовища вже давно впливають на маркетинг, особливо європейських компаній.

Як зазначає Ж.-Ж. Ламбен, «метою економічної системи має бути не задоволення споживача як таке, а поліпшення якості життя» [3, с. 25]. За своєю суттю це повинно повністю суперечити основоположному принципу традиційного маркетингу – принципу суверенітету споживача, якщо цей принцип завдає шкоди природі і майбутньому поколінню. Сьогодні для багатьох виробників стає актуальними використання еко-упаковки (табл.1).

**Таблиця 1 – Деякі приклади еко-упаковки**

<i>The Body Shop</i>	<i>Ebay</i>
Розроблено Kelsey Heinrichs	Розроблено Brandnew Design
Упаковка виготовлена з різноманітних екологічно безпечних матеріалів, що можуть бути використані повторно. Дизайн упаковки нагадує про те, що продукція вироблена з натуральних інгредієнтів.	Відповідно до нової програми повторного використання упаковки, Ебай випустив нову екологічну коробку для посилок, яку можна переробляти до п'яти разів. Це дозволяє за рік зберегти 4000 дерев та зекономити електроенергію для постачання 49 будинків
<i>360 Паперова пляшка</i>	<i>Lacoste Еко Футболки-поло</i>
Розроблено Brandimage	Розроблено Mind Design
360 – це пляшка, повністю виготовлена з вторинної сировини. Розробники пляшки позиціонують її як можливе вирішення проблеми використання пластикових пляшок для рідких продуктів.	Ця упаковка для сорочок-поло Lacoste виготовлена із вторинної сировини. До того, як встановили її розробники, найбільш екологічно безпечним способом її оформлення є не друк, а тиснення, що й було використано.

Сьогодні, мода на «зелений» бренд це не лише органічні продукти харчування чи одяг, а й політика офісу.