МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
ІІ 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.

ISBN 978-617-02-0406-6

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024

Пирог Віктор Володимирович
Адаптація організаційних інновацій до викликів цифрового бізнес-середовища 398

Пойда-Носик Ніна Никифорівна, Карас Доріна Степанівна
Фінансові технології та їх вплив на розвиток глобальної економіки 401

Повещенко Максим Едуардович
Відмінність понять: "витрати", "затрати" та "видатки" 404

Портной Євген Володимирович
Інноваційна діяльність підприємства в умовах цифрової трансформації ... 406

Porfirenko Volodymyr
Implementation of innovative modular standardization of electric vehicle batteries as a system for improving the efficiency of the electric vehicle fleet 408

Поярков Микола Вікторович
Використання великих даних та технологій штучного інтелекту для аналізу та прогнозування податкових надходжень 412

Прохорук Роман Петрович, Коваль Микола Іванович
Аспекти формування цінової стратегії підприємств торгівлі в умовах цифровізації бізнесу 414

Ребрик Петро Мирославович
Інноваційні стратегії управління підприємствами в умовах цифровізації: нові виклики та можливості 418

Романова Лідія Василівна
Вплив глобалізації на розвиток міжнародного ринку освітніх послуг 420

Романчишин Владислав Петрович, Дорошенко Лідія Степанівна
Цифровізація економіки України в умовах глобальних викликів 424

Рудник Денис Миколайович, Данилюк Людмила Сергіївна
Управління брендом будівельних підприємств в умовах цифровізації бізнесу 428

Сальников Юрій Святославович
Інноваційні методи управління проєктами в умовах цифровізації бізнесу 431

Саніна Дар'я Олександрівна
Організаційна структура управління туристичними підприємствами 434

Санченко Геннадій Олексійович
Аграрне підприємство: основні собливості функціонування 437

РЕБРИК Петро Мирославович
здобувач третього рівня вищої освіти,
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Сучасний розвиток технологій і процес цифровізації кардинально змінюють правила гри для підприємств на глобальному ринку. Впровадження цифрових інструментів і рішень відкриває нові можливості для підвищення ефективності, поліпшення взаємодії з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів. У той же час ці зміни створюють нові виклики для керівників, які повинні адаптувати стратегії управління, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Інноваційні стратегії управління підприємствами в умовах цифровізації включають у себе застосування сучасних інформаційних технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, хмарні обчислення та автоматизація. Ці технології дозволяють підприємствам знижувати витрати, скорочувати час на виконання процесів і підвищувати якість продуктів та послуг. Однак для успішної реалізації цих інновацій необхідно враховувати нові ризики та виклики, пов'язані з кібербезпекою, управлінням змінами та необхідністю постійного навчання персоналу [2].

Таким чином, питання розробки та впровадження інноваційних стратегій управління стають особливо актуальними в епоху цифрових перетворень. Дослідження цих аспектів дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до сучасних умов, але й активно формувати нові бізнес-моделі, що сприяють сталому розвитку та зростанню.

Останні десятиліття характеризуються стрімким розвитком цифрових технологій, що кардинально змінює традиційне бізнес-середовище. Поява таких явищ, як інтернет-банкінг, цифрова реклама, великі дані (Big Data), онлайн-ритейл та мобільні додатки, вплинула на всі сфери економічної діяльності, незалежно від їх інноваційності чи консервативності. Водночас змінюються і споживачі, клієнти, партнери – вони адаптуються до нових умов, підвищуються їхні вимоги та очікування щодо послуг та продуктів [1].

Багато методів, які довгий час використовувалися в бізнесі, поступово втрачають актуальність. Це створює необхідність переходу на сучасні стратегії ведення бізнесу, що враховують цифрові інструменти та можливості. Успішними стають ті компанії, які швидко адаптуються до нових вимог ринку та переводять свою діяльність у зручні цифрові формати, забезпечуючи ефективну взаємодію з клієнтами та партнерами.

Аналіз помилок на шляху до цифрової трансформації бізнесу в Україні дозволяє виділити низку поширених проблем:

- недооцінка комплексності діджиталізації: багато компаній намагаються балансувати між традиційними підходами та новими вимогами цифрової ери, що часто призводить до половинчастих рішень;
- невизначеність пріоритетів інвестицій у цифрові технології, що негативно впливає на конкурентоспроможність;
- перетворення оцифрування на елемент престижу, а не на стратегічну необхідність, що призводить до поверхневих змін;
- надмірна орієнтація на споживачів B2C, втрата уваги до зростаючого значення цифрових продуктів для сегменту B2B;
- ігнорування потреб клієнтів у зручності доступу до цифрових сервісів, що знижує рівень їхнього задоволення та лояльності [3].

Отже, українські компанії усвідомлюють важливість переходу до нових цифрових стратегій, проте цей процес часто носить поверхневий характер. Для успішної цифрової трансформації необхідно розглядати її як комплексну екосистему, що об'єднує стратегію, програмне забезпечення, обладнання та їх реалізацію.

Стратегія управління в умовах цифрової трансформації — це план або комплекс принципів, що визначають напрямок розвитку компанії та способи досягнення успіху за допомогою цифрових технологій. Вона враховує впровадження цифрових інструментів, аналітики та технологій для оптимізації бізнес-процесів, взаємодії з клієнтами, розвитку нових продуктів і послуг, що забезпечує конкурентну перевагу на ринку.

Основні складові стратегії управління в умовах цифрової трансформації включають:

- *цифрове бачення та цілі*: чітке формулювання візії та стратегічних цілей, пов'язаних з цифровою трансформацією, таких як підвищення ефективності, вихід на нові ринки чи розробка цифрових продуктів;
- *аналіз ринкового середовища*: оцінка конкурентів, тенденцій ринку та змін у поведінці споживачів, що дозволяє виявити можливості та виклики цифрової трансформації;
- *цифрові ресурси та інфраструктура*: оцінка потреб у цифрових ресурсах (програмне забезпечення, управління даними тощо) та їх інтеграція у бізнес-процеси;
- *інновації та експерименти*: формування культури інновацій в компанії, заохочення до експериментів та швидке впровадження успішних ініціатив;
- *зміна організаційної культури та розвиток навичок*: впровадження планів з навчання та розвитку персоналу для ефективної роботи у цифровому середовищі [4].

Сучасні українські компанії використовують різноманітні стратегії для адаптації до цифрової економіки, що дозволяє їм зберігати конкурентоспроможність:

1. Стратегія цифрового партнерства: Укладання партнерських угод з цифровими платформами та стартапами для доступу до нових технологій і ринків.

2. Стратегія трансформації бізнес-моделі: Перегляд існуючих моделей бізнесу з метою адаптації до нових вимог ринку.

3. Стратегія розвитку талантів: Залучення спеціалістів з цифровими навичками та створення міжфункціональних команд.

4. Стратегія кібербезпеки: інвестиції у захист цифрової інфраструктури для запобігання кіберзагрозам.

5. Стратегія аналізу даних: використання аналітичних інструментів для виявлення нових бізнес-можливостей [5].

Такі стратегії дають змогу компаніям не лише адаптуватися до цифрового середовища, але й створювати гнучкі підходи, що відповідають швидким змінам ринку та вимогам клієнтів. Важлива роль у цьому процесі належить менеджерам, які повинні бути лідерами змін, володіти стратегічним мисленням та здатністю до ефективного впровадження нових ініціатив. Їх відданість цифровій трансформації, глибоке розуміння бізнесу та технологій, а також здатність мобілізувати команду відіграють ключову роль у досягненні успіху в умовах цифрової економіки.

Література

1. *Безус Р. М., Крючко Л. С.* Методологічні дослідження стану впровадження цифрових інструментів зовнішнього та внутрішнього маркетингу в сільськогосподарських кооперативах. *Науковий вісник Херсонського державного ун-ту*. Серія "Економічні науки". 2022. № 45. С. 14–21.
2. *Поремчук Є.* Час змін: з чого бізнесу розпочати цифрові трансформації. І як підготувати до них команду. 30 берез. 2021 р. URL: https://mind.ua/openmind/20223845 chas-zmin-z-chogo-biznesurozpochati-cifrovi-transformaciyi
3. *Шевченко Л. С.* Цифрова конкуренція: нові можливості та нові загрози. *Економічна теорія та право*. 2021. № 2 (45). С. 11–31. URL: https://cutt.ly/owe1f6L2.
4. Чому цифрові стратегії зазнають невдачі? URL: http://open.kmbs.ua/digital-strategies-fail/.
5. *Ringel M., Zablit H., Manly J., Grassl F.* How Digital Transforms Innovation Strategy. URL: https://www.bcg.com/publications/2018/most-innovative-companies-2018-how-digital-transformsstrategy.aspx

РОМАНОВА Лідія Василівна

д-р екон. наук,проф. кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Освітні послуги за Оксфордським словником — це процес викладання, навчання та навчання, особливо в школах або коледжах, для покращення знань