

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



Матеріали
II 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.

Денісов Максим Андрійович Ефективне управління якістю та конкурентоспроможністю продукції	147
Derenko Oleksandr Management of logistics activities of the enterprise according to the results of digital transformation diagnostics	150
Джегур Геннадій Васильович Міжмуніципальне співробітництво як дієвий механізм для соціально-економічного розвитку громад в умовах децентралізації	152
Діброва Дар'я Ігорівна, Слоква Марина Григорівна Маркетингові дослідження в умовах війни	155
Дідухович Артем Миколайович Методи дослідження конкурентоспроможності підприємств. Аналіз конкурентних переваг для оцінки конкурентоспроможності сервісних компаній BOLT, UKLON, UBER	158
Дмитренко Геннадій Анатолійович, Головач Наталія Василівна Розвиток людського капіталу: інноваційні стратегії економічного зростання	162
Дмитренко Руслан Миколайович Державна політика адаптації агробізнесу до кліматичних змін	166
Добродзій Олег Михайлович Драйвери розвитку інноваційного медичного страхування в Україні	168
Дараган Сергій Сергійович Історико-культурний туристичний потенціал Греції, використання для міжнародного туризму	172
Дуднік Андрій Сергійович, Могірчук-Клименко Богдан Олегович Інноваційні методи управління на базі компютерних мереж	174
Дяченко Микола Миколайович Інноваційний розвиток малого підприємництва в умовах цифровізації бізнесу	176
Дяченко Олександр Васильович Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю промислових підприємств	179
Єременко Андрій Валерійович Нематеріальні активи як потужний інструмент зростання та сталого розвитку	181
Zhabko Yevhen Features of the state policy of ensuring national security in the field of health care	183

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СЕРВІСНИХ КОМПАНІЙ BOLT, UKLON, UBER

Вступ. В сучасних умовах швидких змін ринкового середовища, підприємства стикаються з постійною необхідністю оцінювати власну конкурентоспроможність. Це є важливим елементом для забезпечення довгострокової ефективності та стійкості на ринку. Конкурентоспроможність залежить від багатьох факторів, включаючи якість продукції, інновації, цінову політику, маркетингову стратегію, репутацію та багато інших. Одним із основних інструментів для оцінки конкурентоспроможності є аналіз конкурентних переваг, який дозволяє виявити сильні сторони компанії в порівнянні з іншими гравцями ринку. Розуміння переваг, що надають підприємству змогу виділятися серед конкурентів, є важливим для розробки ефективних стратегій управління, адаптації до змін у зовнішньому середовищі та досягнення сталого зростання..

Виклад основного матеріалу. Дослідження конкурентоспроможності підприємств є складним і багатогранним процесом, що охоплює різні методи і підходи, спрямовані на аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на позиції підприємства на ринку. Кожен метод має свої особливості та переваги, які дозволяють підприємствам приймати обґрунтовані рішення щодо поліпшення своєї конкурентоспроможності.

Основними методами дослідження конкурентоспроможності є [1–3]:

1. SWOT-аналіз. SWOT-аналіз є одним із найпоширеніших інструментів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Цей метод дає змогу виявити сильні та слабкі сторони компанії (внутрішні фактори), а також можливості і загрози (зовнішні фактори), які можуть впливати на її діяльність. SWOT-аналіз є основою для розробки стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, шляхом використання сильних сторін і можливостей, а також мінімізації впливу слабких сторін і загроз.

2. Аналіз ринкової частки та позиціонування. Цей метод дослідження дозволяє підприємству оцінити свою частку на ринку у порівнянні з конкурентами. Ринкова частка є важливим показником конкурентоспроможності, оскільки вона свідчить про те, наскільки підприємство утримує свої позиції і

які його можливості для зростання. Аналіз позиціонування допомагає зрозуміти, як споживачі сприймають продукцію компанії порівняно з конкурентами і де можна досягти конкурентних переваг.

3. Конкурентний бенчмаркінг. Бенчмаркінг — це процес порівняння діяльності підприємства з кращими практиками у галузі. Він дозволяє визначити, у чому інші компанії є ефективнішими і як їхні підходи можна адаптувати для підвищення власної ефективності. Конкурентний бенчмаркінг охоплює порівняння фінансових показників, операційних процесів, інноваційних рішень, якості продукції та рівня обслуговування клієнтів.

4. Аналіз п'яти сил Портера. Модель Портера зосереджується на аналізі п'яти основних факторів, що впливають на рівень конкуренції в галузі: загроза нових конкурентів, загроза товарів-замінників, ринкова влада постачальників, ринкова влада покупців та інтенсивність конкуренції між існуючими компаніями. Цей підхід допомагає підприємству краще зрозуміти динаміку ринку та визначити, які фактори можуть створювати ризики або надавати можливості для покращення конкурентних позицій.

5. PEST-аналіз. PEST-аналіз досліджує політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, які впливають на діяльність підприємства. Цей метод допомагає оцінити зовнішні умови, які можуть змінювати конкурентне середовище і впливати на стратегію компанії. Наприклад, зміни в законодавстві, економічна нестабільність або технологічні прориви можуть створювати нові виклики або можливості для підприємств.

6. Аналіз фінансових показників. Оцінка фінансового стану підприємства є одним з найважливіших аспектів дослідження конкурентоспроможності. Фінансові показники, такі як рентабельність, ліквідність, оборотність активів та інші, дають змогу оцінити ефективність діяльності компанії і порівняти її з конкурентами. Висока фінансова стійкість дозволяє підприємству інвестувати в інновації, розширювати виробництво і посилювати свої позиції на ринку.

7. Матричні методи. Використання матриць, таких як матриця BCG (Boston Consulting Group) або матриця GE/McKinsey, дозволяє підприємствам оцінювати свої бізнес-одиниці або продукти з точки зору їх привабливості та ринкової позиції. Ці методи допомагають визначити, які напрями діяльності є найперспективнішими і де варто зосередити зусилля для забезпечення конкурентних переваг.

8. Аналіз життєвого циклу продукту. Цей метод базується на тому, що кожен продукт має певний життєвий цикл: від впровадження на ринок до зростання, зрілості і спаду. Розуміння стадії життєвого циклу допомагає підприємствам адаптувати свої стратегії в залежності від поточного стану продукту, максимально використовуючи можливості і мінімізуючи ризики, пов'язані з конкурентним середовищем.

9. Аналіз конкурентних переваг. Цей метод зосереджується на вивченні тих факторів, що роблять компанію успішною на ринку. Конкурентні переваги можуть включати якість продукції, рівень інновацій, ефективність виробничих процесів, сильні бренди або унікальні технології. Аналіз конку-

рентних переваг дозволяє зосередити ресурси компанії на підтримці та розвитку ключових аспектів, що забезпечують її лідерство.

Зосередимось детальніше на методі аналізу конкурентних переваг. Метою аналізу є не тільки визначення цих переваг, але й оцінка їхньої значимості для споживачів та ринкової стратегії підприємства. Основні етапи аналізу конкурентних переваг представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні етапи аналізу конкурентних переваг

№	Етапи	Характеристика етапу
1	Ідентифікація ключових конкурентів	Перший крок полягає у визначенні основних конкурентів на ринку. Важливо не тільки враховувати прямих конкурентів (які пропонують аналогічні продукти або послуги), але й непрямих (які можуть задовольняти ті ж потреби споживачів іншими способами).
2	Визначення конкурентних переваг	Конкурентні переваги можуть бути як зовнішніми, так і внутрішніми. До зовнішніх належать фактори, які безпосередньо впливають на споживачів, такі як якість продукту, ціна, обслуговування, бренд, інновації. Внутрішні переваги – це ефективність виробничих процесів, управління ресурсами, фінансова стійкість, унікальні компетенції співробітників.
3	Оцінка конкурентних переваг за допомогою матриці конкурентоспроможності	Використовуючи матрицю конкурентоспроможності, можна провести порівняння між підприємством та його конкурентами. Показники оцінюються за шкалою, де кожен фактор, що впливає на конкурентоспроможність, отримує певний бал. Це дає змогу об'єктивно оцінити поточний стан конкурентних позицій підприємства.
4	Порівняння сильних і слабких сторін	Аналізуючи конкурентні переваги, варто також виявити слабкі місця підприємства. Для цього доцільно провести SWOT-аналіз, який дозволяє зіставити можливості підприємства з загрозами, що існують на ринку, та сильні сторони з його недоліками.
5	Визначення стратегії для зміцнення конкурентних позицій	На основі результатів аналізу визначаються кроки для подальшого розвитку конкурентних переваг. Це може включати поліпшення продуктів або послуг, оптимізацію внутрішніх процесів, впровадження інновацій, а також адаптацію до змін у зовнішньому середовищі.
6	Моніторинг і коригування стратегії	Конкурентне середовище динамічне, тому важливо постійно відстежувати зміни на ринку та адаптувати стратегію відповідно до нових викликів. Регулярне оновлення аналізу конкурентних переваг допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним і ефективно реагувати на зміни в бізнес-середовищі.

Джерело: [1–3]

Основні підходи до оцінки конкурентних переваг — це кількісні підходи, включають фінансові показники (дохід, прибутковість, частка ринку), які дають змогу об'єктивно оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для створення конкурентних переваг та якісні підходи,

що цінують такі показники, як репутація бренду, задоволеність клієнтів, рівень інноваційності, що може бути важливішим за короткострокові фінансові результати в деяких секторах [2].

Проведемо аналіз конкурентних переваг сервісних компаній BOLT, UKLON, UBER в табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз конкурентних переваг сервісних компаній BOLT, UKLON, UBER

Конкурентні переваги		
Bolt	Uber	Uklon
• Широка географічна присутність у багатьох країнах. • Швидка адаптація до локальних ринкових умов. • Різноманітність послуг (таксі, прокат електросамокатів, доставки їжі). • Конкурентна ціна в порівнянні з іншими сервісами. • Зручний додаток, швидка реєстрація водіїв. • Bolt активно розвиває електросамокати та електромобілі.	• Глобальна присутність і впізнаваність бренду. • Високий рівень технологічних інновацій (алгоритми, автоматизація, мобільні додатки). • Різноманітність послуг (UberX, Uber Eats, Uber Freight). • Величезна база користувачів і водіїв. • Міжнародна впізнаваність, високі стандарти якості. • Гнучка система тарифів, що реагує на попит.	• Локальна присутність і глибоке розуміння українського ринку. • Гнучкі ціни та адаптація до економічних умов країни. • Низька комісія для водіїв у порівнянні з глобальними конкурентами. • Висока лояльність серед місцевих користувачів. • Інструменти для захисту пасажирів, швидка реакція на запити.

Джерело: складено автором на основі [4–7].

Таким чином, кожна з компаній має свої унікальні конкурентні переваги, які дозволяють їм утримувати значні ринкові позиції та залучати клієнтів. UBER вирізняється глобальним покриттям, технологічними інноваціями та сильною міжнародною репутацією. Це дає йому перевагу в масштабах, гнучкості тарифів та наданні додаткових сервісів, таких як Uber Eats. BOLT фокусується на доступності та нижчих цінах, що робить його привабливим для ціново-чутливих користувачів. Він також активно інвестує в екологічність та локалізовані послуги, що робить його гнучкішим на ринках, де діє. UKLON має сильні позиції на локальному українському ринку завдяки глибокому розумінню місцевих потреб, гнучкості в тарифоутворенні та зосередженості на безпеці й надійності сервісу. Це робить його конкурентоспроможним в умовах жорсткої конкуренції. Отже, кожна компанія використовує свої специфічні конкурентні переваги, орієнтуючись на різні сегменти ринку та географічні особливості, що дозволяє їм співіснувати й ефективно конкурувати.

Висновки. Отже, методи дослідження конкурентоспроможності підприємств дають змогу оцінити, наскільки ефективно підприємство функціонує в умовах ринкової конкуренції, виявити проблемні зони та розробити заходи для покращення своєї позиції. Поєднання різних методів, таких як аналіз конкурентних переваг, SWOT-аналіз, бенчмаркінг, аналіз п'яти сил Портера

та інші, дозволяє підприємствам всебічно підійти до аналізу свого становища і підвищити конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Аналіз конкурентних переваг є основним інструментом для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Він дозволяє зрозуміти сильні сторони компанії, які забезпечують їй перевагу на ринку, а також виявити напрямки, де необхідні покращення для зміцнення позицій у довгостроковій перспективі.

Література

1. Кравченко О. М., Кула М. В. Левицький Д. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 2. С. 13–17.
2. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с.
3. Легкий В. І. Етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства та види стратегій її підвищення. *Науково-інформаційний вісник*. Економіка 2015. № 11. С. 273.
4. Офіційний сайт Uklon, URL: <https://uklon.com.ua> (дата звернення: 06.10.2024)
5. Офіційний сайт Bolt, URL: <https://bolt-ua.com/uk> (дата звернення: 06.10.2024)
6. Офіційний сайт Bolt Food, URL: <https://bolt.eu/uk-ua/food/courier/> (дата звернення: 06.10.2024)
7. Офіційний сайт Uber, URL: <https://www.uber.com/ua/uk/> (дата звернення: 06.10.2024)

ДМИТРЕНКО Геннадій Анатолійович

д-р екон. наук, професор,

завідувач кафедри управління персоналом та економіка праці

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

<https://orcid.org/0000-0002-8211-5690>

ГОЛОВАЧ Наталія Василівна

канд. пед. наук, доц.,

професор кафедри управління персоналом та економіка праці

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

<https://orcid.org/0000-0002-6215-6575>

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ: ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

В умовах інформатизації, глобалізації та переходу розвинутих країн до постіндустріальної моделі економіки, яка є новим етапом розвитку суспільства, постала необхідність глибшого розуміння ролі людини та її трудової, інтелек-