МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
GDAŃSK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

МАУП

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2025 р.

Київ
2025

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:
Братусь Ганна Анатоліївна — завідувач кафедри управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
Дмитренко Геннадій Анатолійович — почесний професор кафедри економіки бізнесу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;
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 № 9 від 29.10.25*)

ІІІ Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2025 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, 2025. 512 с.

ISBN 978-617-02-0419-6 (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 978-617-02-0419-6

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2025

Дропа Ігор Юрійович
Ефективна система оплати праці як елемент бізнес-стратегії 427

Кривошликова Олександра Сергіївна,
Бондар Тарас Володимирович, Романова Лідія Василівна
Трансформація маркетингового управління підприємством
на основі інтеграції штучного інтелекту та Big Data 431

Лось Андрій Васильович, Романова Лідія Василівна
Просування на ринок інноваційної системи безперервного
моніторингу рівня глюкози в крові 435

Губар Анастасія Сергіївна
Основні напрями розвитку вітчизняного туризму в Україні:
історія, соціально-економічні аспекти 440

Карбовська Любов Олександрівна
Сучасні маркетингові концепції: значення, важливість та види 444

Єфіменко Іван Олександрович
Основні напрямки розвитку туристичних послуг,
використання інноваційних інструментів маркетингу 447

Кохан Сергій Вікторович, Романова Лідія Василівна
Вдосконалення маркетингової стратегії підприємства
в умовах технологічних змін та цифровізації 449

Земляна Наталія Олександрівна
Вплив соціальних мереж та онлайн-платформ на управління
туристичним попитом 452

Рябкова Анна Володимирівна
Туристично-рекреаційний потенціал Болгарії, використання
для туристичної діяльності 454

Назарова Каріна Олександрівна
Культурно-пізнавальний туризм у Чехії 456

Цимбал Владислава Миколаївна
Культурно-пізнавальний туризм у Польщі, перспективи розвитку 459

Матяш Ірина Павлівна
Екологічний туризм в Австрії, проблеми та перспективи розвитку 461

Кузьменко Ганна Олександрівна,
Сухомлин Олексій Миколайович
Електронне урядування та автоматизація HR-процесів
у публічному секторі: виклики та перспективи 465

Ребрик Петро Мирославович
Мотиваційний менеджмент у проєктах реконструкції
та відбудови України 467

Сухий Дмитро Володимирович
Мотиваційний менеджмент у трансформації України:
виклики залучення кадрів до відбудови 469

8. Галузеві тренди. Штучний інтелект в Україні. *Kyivstar Hub*. 2025. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/galuzevi-trendi-shtuchnij-intelekt-v-ukrayini-yak-rozvivayetsya-galuz (дата звернення: 25.08.2025).
9. Як штучний інтелект вплине на маркетинг? *SPAR Україна*, блог. 2023. URL: https://spar.ua/blogs/yak-shtuchniy-intelekt-vpline-na-marketing
10. Українські ритейлери використовують штучний інтелект. *Deloitte Ukraine*. 2023. URL: https://www.deloitte.com/ua/uk/about/recognition/news/how-the-ukrainian-retail-sector-leverages-artificial-intelligence.html

ЛОСЬ Андрій Васильович
магістрант кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

РОМАНОВА Лідія Василівна
проф., професор кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ПРОСУВАННЯ НА РИНОК ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ БЕЗПЕРЕРВНОГО МОНІТОРИНКУ РІВНЯ ГЛЮКОЗИ В КРОВІ

Системами безперервного моніторингу рівня глюкози (Continuous Glucose Monitoring, CGM) — це сучасна технологія, яка дозволяє відстежувати рівень цукру в крові в режимі реального часу, без постійних проколів пальця.

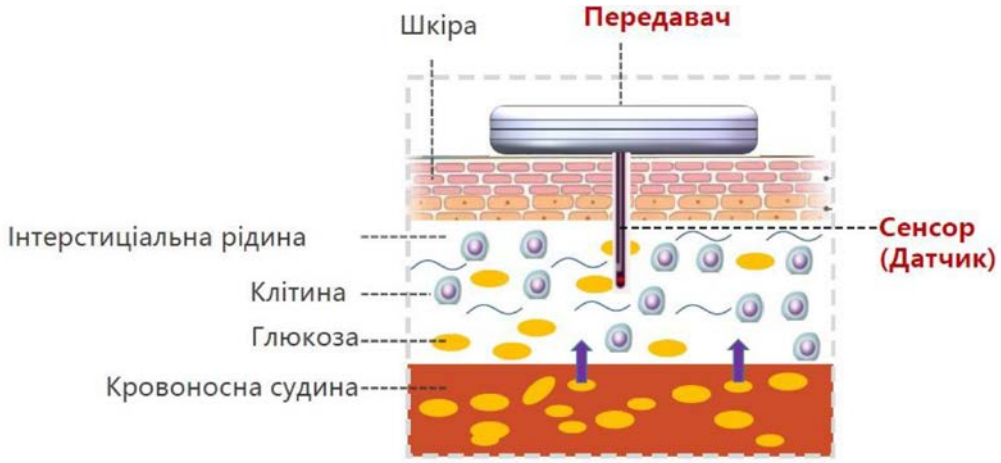
CGM-система складається з трьох основних елементів:

Датчик (сенсор) — невеликий пристрій, який встановлюється під шкіру (зазвичай на живіт або руку). Він вимірює рівень глюкози не в крові, а в міжклітинній рідині (interstitial fluid). Передавач (трансмітер) — кріпиться до датчика і бездротово передає дані на приймач або смартфон. Приймач / мобільний додаток — показує дані в реальному часі, зберігає історію, надсилає сповіщення про гіпо- або гіперглікемію. Сенсор робить вимірювання кожні 1–5 хвилин, залежно від моделі, і будує графік рівня глюкози 24/7. Переваги CGM порівняно з традиційним вимірюванням: Безперервність — користувач бачить тренди рівня цукру протягом доби (в тому числі вночі). Тренди та аналітика — можна побачити, як на рівень глюкози впливають їжа, фізична активність, інсулін чи стрес. Сигнали тривоги — пристрій попереджає про небезпечні коливання глюкози до появи симптомів. Менше проколів — деякі моделі не потребують жодного калібрування через глюкометр [1].

Сучасні системи (наприклад, Dexcom G7, Abbott FreeStyle Libre 2/3, Medtronic Guardian) мають середнє відхилення (MARD — Mean Absolute Relative Difference) близько 8–10 %, що вважається досить точним для клінічного та домашнього застосування. Ранні системи вимагали частого калібрування за допомогою глюкометра, але нові покоління — здебільшого фабрично калібровані.

CGM використовується людьми з цукровим діабетом 1 типу — для постійного контролю та підвищення безпеки (особливо вночі). Все частіше — людьми з діабетом 2 типу, щоб покращити самоконтроль і адаптацію терапії. Спортсменами або біохакерами для відстеження метаболічних реакцій навіть без діагнозу діабету [2].

Візуалізація роботи сенсора:



CGM — це не імпульсивна покупка, а клінічно значущий інструмент. Рішення про застосування найчастіше ініціює ендокринолог або діабетолог, або погоджується з ним. Українські пацієнти часто довіряють призначенням лікарів більше, ніж рекламі. Партнерства з приватними медичними закладами / мережами лабораторій. Пакетні рішення для приватних клінік: CGM + консультація ендокринолога + аналіз HbA1c [3].

Концепція інноваційного партнерства з приватними закладами.

Дистриб'ютор CGM-систем пропонує приватним клінікам або медичним центрам інтегрувати CGM як окрему діагностичну профілактичну послугу в їхній прейскурант — на рівні з УЗД, добовим моніторингом артеріального тиску (ДМАТ) чи холтером ЕКГ.

Ключова інновація: CGM перестає позиціонуватися лише як "інструмент для хворих на цукровий діабет" → натомість подається як профілактичний скринінговий метод, який допомагає сімейним лікарям та ендокринологам виявляти порушення вуглеводного обміну на ранніх етапах, до появи стабільної гіперглікемії.

Як це виглядає в клініці — Послуга для пацієнта, людині пропонують профілактичний CGM-моніторинг на 7–14 днів (наприклад, Libre або Dexcom). Після встановлення сенсора пацієнт веде звичайний спосіб життя, а си-

стема збирає дані 24/7. По завершенні — дані завантажуються в AGP-звіт (Ambulatory Glucose Profile). Сімейний лікар або ендокринолог клініки проводить консультацію, інтерпретує результати та дає рекомендації щодо способу життя, харчування, можливих подальших обстежень.

Як це виглядає в прайсі — "Профілактичний CGM-моніторинг + консультація сімейного лікаря" — окрема послуга з фіксованою ціною [4].

Клініка може закуповувати сенсори гуртом у дистриб'ютора та включати націнку за встановлення, супровід та інтерпретацію. Вартість для пацієнта залишається нижчою, ніж повна роздрібна, але клініка отримує маржу за сервіс.

Роль лікарів сімейної медицини це — ключовий елемент моделі.

В Україні сімейні лікарі є першою ланкою контакту з пацієнтами, і саме вони найчастіше ведуть людей із надмірною вагою, метаболічним синдромом, гіпертензією — тобто тими, хто має ризик розвитку ЦД2.

Завдання лікаря пояснити пацієнту, що CGM — це не лікування, а інноваційний метод раннього виявлення та профілактики. Рекомендувати CGM-моніторинг раз на рік для груп ризику (як профілактичний check-up). Інтерпретувати AGP-звіт та надати персоналізовані поради. При необхідності — скерувати до ендокринолога або на поглиблену діагностику. Це дає лікарю новий інструмент доказової медицини для мотивації пацієнтів змінювати спосіб життя.

Інноваційність моделі — Критерій → Традиційний підхід (CGM для діабетиків) → Інноваційний підхід (CGM для профілактики). Цільова група → Пацієнти з ЦД1 / ЦД2 → Люди з груп ризику, без встановленого діагнозу.

Канал продажів: через ендокринологів, аптечні мережі, сімейних лікарів у приватних клініках. Основна мета — контроль лікування та раннє виявлення, профілактика, зміна поведінки [5].

Фінансова модель — продаж сенсорів B2C, B2B продаж дистриб'ютора → клініки + сервісна націнка. Маркетинговий меседж — "Контролюй свій діабет" або "Попередь розвиток діабету — дізнайся, як реагує твій організм".

Вигода для лікаря — новий профілактичний інструмент + джерело доходу, лояльність пацієнта. Вигода для дистриб'ютора - азові продажі, системна присутність у прайсах клінік, повторні закупівлі.

Потенціал та ефекти для дистриб'ютора:

- постійний попит через клініки (B2B-канал);
- швидке масштабування через мережі приватних медзакладів;
- мінімальні маркетингові витрати на кінцевого споживача — продаж через лікарів;

Ефект для клінік:

- додаткова комерційна послуга без потреби у дорогому обладнанні;
- можливість позиціонуватися як інноваційний центр профілактики;
- підвищення лояльності пацієнтів.

Ефект для пацієнтів:

- доступ до інновацій без складних процедур;
- раннє виявлення ризиків, зменшення ймовірності розвитку ЦД2;

• персоналізовані рекомендації без госпіталізації.

Як дистриб'ютору реалізувати цю модель?

1. Розробити "CGM-пакет для клінік": сенсори + навчальні матеріали + маркетингові макети для їхніх сайтів/прайсів.

2. Провести навчальні вебінари та семінари для лікарів сімейної медицини, як інтерпретувати AGP та працювати з профілактичними CGM-кейсами.

3. Надати клінікам готові методичні протоколи (на кшталт "CGM як профілактичний check-up у груп ризику").

4. Забезпечити зручну логістику та сервіс для повторних закупівель сенсорів.

5. Запустити пілотні проєкти в 2–3 приватних мережах (напр. Добробут, Медіком, Into-Sana), з метою зібрати кейси та поширити модель.

Ця стратегія — не просто маркетинговий канал, а створення нової послуги на ринку, яка вирішує реальну профілактичну проблему (зростання ЦД2), підсилює роль сімейної медицини, дає приватним закладам джерело доходу, забезпечує дистриб'ютору стійкий B2B-попит.

Такі профілактичні моделі дуже успішно працюють у Німеччині, Нідерландах і Скандинавії — і мають потенціал стати першими кейсами "value-based marketing" у медичному сегменті України.

Комерційна пропозиція для приватних медичних закладів — "Інноваційний профілактичний скринінг рівня глюкози за допомогою CGM".

Мета співпраці, впровадження в прейскурант клініки нової медичної послуги — "Профілактичний моніторинг рівня глюкози" на основі системи безперервного моніторингу глюкози (CGM) для раннього виявлення порушень вуглеводного обміну у груп ризику та підвищення якості профілактичної допомоги.

Суть послуги, установка сенсора CGM на 7–14 днів, збір даних у реальному часі без проколів пальця. генерація AGP-звіту. Консультація сімейного лікаря або ендокринолога з інтерпретацією результатів та надання профілактичних рекомендацій [6].

Цільова аудиторія, це особи з надмірною масою тіла, гіпертензією, метаболічним синдромом, пацієнти з сімейною історією ЦД2, люди, які прагнуть контролювати стан здоров'я та запобігти розвитку діабету.

Що надає дистриб'ютор:

1. CGM-сенсори — поставки сертифікованих систем (напр. Libre 2 або Dexcom G7), гуртові ціни
2. Навчальні матеріали — методичні рекомендації для лікарів сімейної медицини з інтерпретації AGP
3. Вебінари/тренінги — безкоштовне навчання лікарів клініки
4. Шаблони документів — інструкції, інформовані згоди, зразок заключення, комерційні тексти для сайту клініки
5. Маркетингова підтримка — банери, тексти для соцмереж, буклети для пацієнтів

Що робить клініка:

1. Впровадження послуги — включає CGM-моніторинг у свій прайс (наприклад, “Профілактичний CGM + консультація сімейного лікаря”)
2. Навчання лікарів — проходять коротке навчання, отримують готові алгоритми
3. Проведення моніторингу — встановлюють сенсор, ведуть пацієнта 7–14 днів, зчитують дані, формують звіт
4. Консультація та рекомендації — лікар інтерпретує AGP, дає профілактичні поради, за потреби скеровує до ендокринолога
5. Продаж послуги пацієнтам — через сімейних лікарів, сайт клініки, таргетовану рекламу та профілактичні чек-апи

Орієнтовна фінансова модель (1 сенсор / 1 пацієнт):

Гуртова ціна сенсора для клініки — 1 500 грн

Рекомендована ціна послуги для пацієнта — 3 000 грн

Вартість консультації лікаря — 500–700 грн (входить у ціну)

Маржа клініки — 800–1 000 грн/пацієнта

Маржа дистриб’ютора — 300–500 грн/сенсор (в залежності від закупки)

Клініка отримує прибуток як із продажу сенсора, так і з надання консультаційної послуги.

Оцінка потенціалу моделі (місто 250 000 населення) 5 приватних клінік-партнерів . Кожна клініка має 3 лікарів сімейної медицини, які ведуть ≈ 1 000 активних пацієнтів. У групі ризику ЦД2 ≈ 20 % пацієнтів → 600 осіб/клініка. 10 % з них погодяться пройти профілактичний CGM-моніторинг протягом року. 600 × 10 % = 60 пацієнтів на клініку / рік → 300 пацієнтів у місті (5 клінік).

Фінансовий розрахунок:

Кількість сенсорів реалізовано — 300 шт

Дохід дистриб’ютора (300 × 1 500 грн) — 450 000 грн

Маржа дистриб’ютора (≈25 %) ≈ 110 000 грн

Дохід клінік (300 × 3 000 грн) — 900 000 грн

Орієнтовний прибуток клінік (30 %) ≈ 270 000 грн

Через 1 рік модель може вийти на стабільний B2B-канал 300–500 сенсорів на рік лише в одному середньому місті. Якщо масштабувати на 10 міст, це вже 3 000–5 000 сенсорів / рік без великих рекламних кампаній.

Нефінансові ефекти, формування іміджу клінік як інноваційних центрів профілактики. Розширення ролі сімейних лікарів — новий ефективний профілактичний інструмент. Підвищення рівня обізнаності населення про ЦД2 та його попередження. Створення бази даних CGM-звітів для майбутніх програм НСЗУ / страхових компаній. Покрокові дії:

1. Почати з 2–3 пілотних приватних клінік у містах обласного значення.

2. Забезпечити їм повний методичний пакет + маркетингова підтримка.

3. Зібрати клінічні кейси, відгуки пацієнтів та економічні показники.

4. Після 6–12 місяців — масштабувати через мережі (Добробут, Медіком, Into-Sana тощо).

5. Паралельно — вести діалог із НСЗУ та страховими компаніями щодо включення профілактичного CGM у програми скринінгу.

Партнерська профілактична модель з приватними закладами — високомаржинальний і стабільний канал збуту для дистриб'ютора, який: не потребує великих рекламних бюджетів, створює нову медичну послугу на ринку, зміцнює позиції бренду як інноваційного партнера системи охорони здоров'я, відповідає трендам профілактичної медицини та value-based healthcare.

Література

1. "Using Continuous Glucose Monitoring in Clinical Practice" — загальний огляд технології, її переваг та обмежень. Режим доступу: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7755046/?utm_source=chatgpt.com
2. "Accuracy and Safety of Dexcom G7 Continuous Glucose Monitoring" — детальне дослідження точності сенсора Dexcom G7, середнє абсолютне відхилення (MARD) близько 8-8,2 %. Режим доступу: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9208857/?utm_source=chatgpt.com
3. "The History, Evolution and Future of Continuous Glucose Monitoring" — історичний та технологічний розвиток CGM-систем. Режим доступу: https://www.mdpi.com/2673-4540/6/3/17?utm_source=chatgpt.com
4. "Continuous glucose monitoring devices: A brief presentation (Review)" — короткий огляд основних принципів, типів та клінічного використання CGM. Режим доступу: https://www.spandidos-publications.com/10.3892/etm.2021.11097?utm_source=chatgpt.com
5. "Efficacy and Safety of Continuous Glucose Monitoring" (систематичний огляд / метааналіз) — аналіз впливу CGM на HbA1c та інші показники у пацієнтів з діабетом. Режим доступу: https://diabetesjournals.org/care/article/47/1/169/154009/Efficacy-and-Safety-of-Continuous-Glucose?utm_source=chatgpt.com
6. "Expanding the Role of Continuous Glucose Monitoring in Modern Practice" — обговорення розширення використання CGM серед усіх пацієнтів з діабетом. Режим доступу: https://link.springer.com/article/10.1007/s13300-023-01431-3?utm_source=chatgpt.com

ГУБАР Анастасія Сергіївна

студентка групи: С – 08 – 22 – Б1Т (4,0 з)
кафедри організації туристичної діяльності
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ, СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Розвиток туризму в Україні має глибоке історичне коріння, що бере початок із періоду кінця XIX — початку XX століття, коли почали формува-