МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції

“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:
Гончаренко Михайло Федорович – ректор 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.;
Коваль Микола Іванович — завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, 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 № 10 від 29.11.23)

Міжнародна науково-практична конференція "Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу": зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 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, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

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 978-617-02-0389-2

© Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023

ЗМІСТ

Азоян Артем Акопович, Гнесь Софія Вадимівна
Використання гендерних стереотипів в рекламі 9

Андрікевич Вікторія Олександрівна, Теплюк Марія Анатоліївна
Мотивація персоналу та її вплив на ефективність підприємства 12

Баля Іван Олександрович
Аналіз змін у структурі запитів, пов'язаних з торгівлею меблями,
у пошуковій системі Google 15

Барандич Богдан Олександрович, Головач Наталія Василівна
Автоматизація управлінських процесів:
впровадження цифрових інструментів управління
та адміністративних завдань 19

Барановська Віра Миколаївна
Цифрові злочини: правовий аспект 21

Барингольц Сергій Михайлович
Сили конкуренції на ринку системної інтеграції в галузі
інформаційних технологій України 26

Бережинський Денис Володимирович
Маркетингова інвестиційна економічна привабливість України
та шляхи залучення іноземних інвесторів 32

Бігдаш Володимир Дмитрович
Тенденції розвитку в Україні цифровізації страхової діяльності 34

Білобовський Святослав Володимирович
Еволюція звітування в контексті викликів сталого розвитку 37

Братусь Ганна Анатоліївна, Ганганов Кирило Євгенійович
Сучасні маркетингові стратегії в умовах цифрової економіки 41

Братусь Ганна Анатоліївна, Домрачов Андрій Павлович
Вплив цифровізації бізнес-процесів підприємств
на розвиток економіки України 44

Братусь Ганна Анатоліївна, Козлова Алла Іванівна
Управління розвитком українських стартапів під час війни 47

Брюховецька Ірина Олександрівна
Вплив інноваційних бізнес-моделей
на конкурентоспроможність підприємств 50

ни" [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.president.gov.ua/documents/962016-19836
2. Police Organization [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.interpol.int/Crime-areas/Cybercrime/Cybercrime
3. European Commission: Migration and Home Affairs [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/organized-crime-and-human-trafficking/cybercrime_en
4. 18 U.S.C. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.justice.gov/usam/criminal-resource-manual-1001-119 https://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/part-I/chapter-47
5. The 2011 U.S. Department of Defense Strategy for Operating in Cyberspace [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://csrc.nist.gov/groups/SMA/ispab/documents/DOD-Strategy-for-Operating-in-Cyberspace.pdf
6. The 2011 U.S. Department of Defense Strategy for Operating in Cyberspace [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://csrc.nist.gov/groups/SMA/ispab/documents/DOD-Strategy-for-Operating-in-Cyberspace.pdf

БАРИНГОЛЬЦ Сергій Михайлович
аспірант
ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)"
e-mail: sergbarin@ukr.net
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1579-6334

СИЛИ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ СИСТЕМНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ

Ринок системної інтеграції та конкурентне середовище галузі

Ринок системної інтеграції є одним з важливих секторів галузі інформаційних технологій (ІТ галузі) України. Компанії системні інтегратори забезпечують впровадження сучасних ІТ рішень для забезпечення ефективної роботи підприємств та задоволення потреб громадян України.

Одним з визначальних параметрів стану галузі, а також важливим чинником визначення стратегії роботи компаній на ринку є стан конкурентного середовища.

Рівень конкуренції в галузі має прямий зв'язок з нормою прибутку та інвестиційним потенціалом галузі. Таким чином, інтенсивність впливу конкурентних сил у галузі визначає інтенсивність припливу капіталу і змушує прибуток знижуватися до рівня вільного ринку, стимулюючи цим здатність підприємств утримувати норму прибутку вище середнього рівня [2]. Відповідно, аналіз конкурентного середовища галузі відіграє провідну роль при формуванні стратегії роботи компаній на ринку.

Модель п'яти сил М. Портера

Однією з найбільш широко використовуваних і відомих методик галузевого аналізу конкуренції є методика п'яти сил М. Портера, яка дозволяє виявити чинники, які мають критично важливе значення для конкуренції в галузі [1; 4].

Згідно з моделлю М. Портера, галузеву конкуренцію визначають п'ять сил, наведених на рис. 1 [2; 3]: постачальники, покупці, потенційні конкуренти, конкуренти в галузі, товари та послуги замінники.

В даній роботі детально розглядається прояв зазначених сил конкуренції для ринку системної інтеграції ІТ галузі України.

Потенційні конкуренти

Ступінь загрози входження у галузь для нових компаній — потенційних конкурентів залежить від існуючих *бар'єрів входження* у поєднанні з *реакцією конкурентів* [2], аналіз яких наведений в табл. 1.

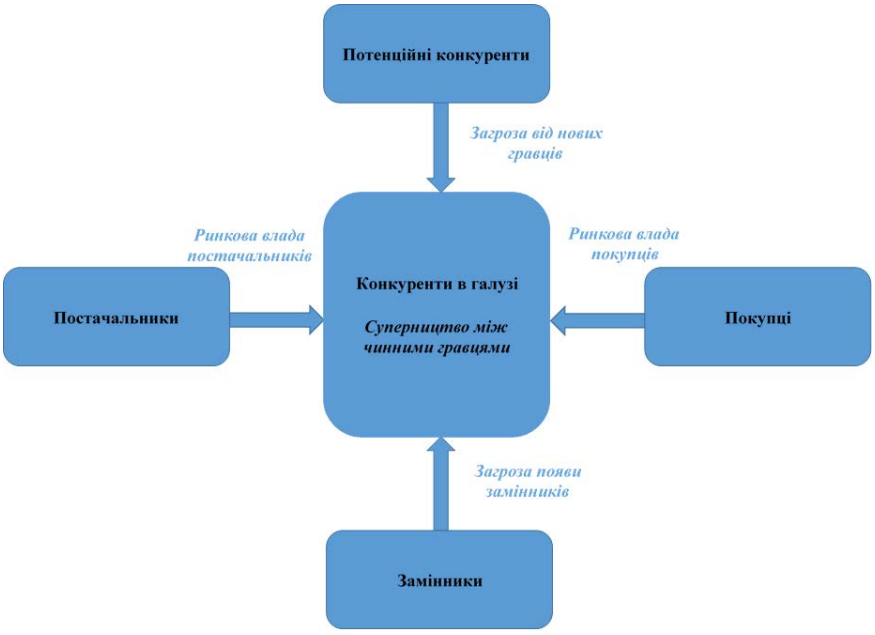


Рис. 1. **Сили, які визначають галузеву конкуренцію**

Таблиця 1

Потенційні конкуренти – фактори конкуренції

Фактор конкуренції	Прояв на ринку системної інтеграції	Загроза від нових гравців
1	2	3
Бар'єри входження		
Економія на масштабі	Отримання вигідних цін від вендорів та дистриб'юторів та зниження собівартості власних послуг	Незначна
Диференціація продукту	Виділення та впізнаваність компаній за рахунок компетенцій, досвіду та особливостей рішень	Середня

Закінчення табл. 1

1	2	3
Потреби у капіталі	Інвестування в компанію для розвитку компетенцій, ресурсної бази	Середня
Витрати перемикання	Додаткові витрати замовника при зміні компанії-інтегратора	Залежить від продукту та проекту
Доступ до оптових та роздрібних каналів збуту	Більшість проектів мають індивідуальний характер роботи з замовником	Значна
Вартісні перешкоди, не пов'язані з масштабом	Патентовані технології, доступ до сировинних ресурсів, сприятливе розташування, державне субсидування – не мають ключового значення для підприємств галузі	Значна
Державна політика	Галузь не має жорстких ліцензійних бар'єрів чи обмежень доступу до ресурсів та сировини	Значна
Реакція конкурентів	Історичні прецеденти жорстких дій конкурентів, наявність у конкурентів значних надлишкових ресурсів для боротьби, обмежені темпи росту галузі та неможливість поглинання ринком нових компаній – проявляються в незначній мірі	Значна

Враховуючи аналіз наведених факторів конкуренції за критеріями бар'єру входження та реакції конкурентів, в цілому *загрозу з боку входження на ринок нових компаній конкурентів можна оцінювати як середню.*

Конкуренти в галузі

Галузева конкуренція розгоряється, коли один або кілька учасників зазнають тиску або бачать можливості покращення своїх позицій. Інтенсивність такої конкуренції є результатом взаємодії низки факторів [2], наведених в табл. 2.

Таблиця 2

Конкуренти в галузі – фактори конкуренції

Фактор конкуренції	**Прояв на ринку системної інтеграції**	**Рівень конкуренції**
1	2	3
Чисельність та сила конкурентів	Кілька десятків компаній, збалансовані за розміром, ресурсами та компетенціями. Відсутня надмірна концентрація чи домінування гравців	Значний
Темпи росту галузі	Спади в розвитку галузі пов'язані з зовнішніми факторами	Значний
Рівень постійних витрат або витрат на зберігання	Характеризується невеликим значенням для галузі	Незначний
Диференціація та витрати перемикання	Суттєвий прояв тільки для окремих продуктів чи проектів	Значний
Збільшення виробничих потужностей	Характеризується невеликим значенням для галузі	Незначний

Закінчення табл. 2

1	2	3
Різноманітність конкурентів	Компанії, в цілому, додержуються схожих підходів роботи на ринку	Середній
Високі стратегічні ставки	В окремі періоди часу окремі гравці ринку визначають для себе амбітні цілі і відповідні високі ставки для їх досягнення	Значний
Бар'єри для виходу	Характеризується невеликим значенням для галузі	Незначний

Враховуючи аналіз наведених факторів конкуренції в галузі, можна зробити висновок, що *рівень конкуренції серед компаній галузі є достатньо високим.*

Товари та послуги замінники

Конкуренція у широкому сенсі відбувається не тільки у межах галузі, а й між усіма фірмами цієї галузі та галузями, які виробляють продукти-замінники [2].

Для більшості рішень галузі системної інтеграції важко визначити наявність продуктів замінників за виключенням окремих випадків. Таким чином, можна вважати, що *загроза з боку появи товарів та послуг замінників на галузь є незначною.*

Покупці

Покупці конкурують із галуззю, змушуючи ціни знижуватися, вимагаючи на ринку продуктів вищої якості чи більшої кількості послуг. Влада кожної з найважливіших для галузі груп покупців залежить від низки характеристик ринкової ситуації та відносної частки її закупівель продукції галузі порівняно із загальним обсягом галузевого випуску [2].

Владу груп покупців визначають фактори [2], наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Покупці – фактори конкуренції

Фактор конкуренції	**Прояв на ринку системної інтеграції**	**Влада покупців**
1	2	3
Висока концентрація або закупівля значної частки продукції продавця	Для галузі характерною рисою є наявність великих замовників, які мають значну частку закупівель	Значна
Галузева продукція, що закуповується, становить значну частку закупівель або витрат покупця	Проекти галузі є досить об'ємними та становлять значну частину витрат замовників	Значна
Продукти, що купуються в галузі, є стандартними або недиференційованими	В більшості випадків замовник зможе знайти альтернативні аналоги товарів та послуг	Значна
Покупець не несе істотних витрат перемикання	Так, за винятком окремих продуктів та проектів	Значна
Покупець має низький рівень прибутку	Визначається індивідуально, але обмеження бюджетів на закупівлю рішень та послуг наявне в більшості випадків	Значна

Закінчення табл. 3

1	2	3
Є реальна загроза здійснення покупцями вертикальної інтеграції попередніх стадій виробництва	Тенденцією останніх років стало створення замовниками окремих потужних IT підрозділів	Значна
Продукт галузі не впливає на якість продукту чи послуги покупців		Залежить від галузі замовника та проекту
Покупець має у своєму розпорядженні повну інформацію	Покупець дійсно має доступ до великого об'єму інформації щодо рішень та послуг	Значна

Враховуючи аналіз наведених факторів конкуренції, можна зробити висновок, що *влада покупців в галузі є достатньо великою.*

Постачальники

Постачальники здатні проявити ринкову владу над учасниками галузі загрозою підвищення цін або зниження якості товарів та послуг, що постачаються [2].

Владу груп постачальників визначають наступні фактори [2], наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Постачальники – фактори конкуренції

Фактор конкуренції	Прояв на ринку системної інтеграції	Влада постачальників
В групі постачальників домінують незначна кількість компаній і рівень концентрації вищий, ніж у галузі, в яку відбувається продаж/постачання	На ринку є домінування обмеженої кількості вендорів та дистриб'юторів та достатньо велика кількість компаній-інтеграторів	Значна
При обслуговуванні галузі постачальники не конкурують з іншими продуктами-замінниками	Вплив товарів-замінників в галузі дуже обмежений	Значна
Галузь не відіграє суттєвої ролі як споживач продукції групи постачальників	Об'єми споживання товарів та послуг ринком України є незначними у порівнянні зі світовими об'ємами продажів основних постачальників	Значна
Продукт постачальників є важливим вихідним ресурсом у бізнесі покупця	Більшість продуктів постачальників є основою рішень, які реалізуються компаніями-інтеграторами	Значна
Продукція групи постачальників диференційована чи створює витрати перемикання		Залежить від продукту та проекту
Група постачальників висуває реальну загрозу вертикальній інтеграції наступних стадій виробництва	Більшість провідних постачальників додержуються принципів та правил непрямих продажів та дистрибуції	Незначна

Враховуючи аналіз наведених факторів конкуренції, можна зробити висновок про *значну владу постачальників в галузі.*

Узагальнена модель конкуренції на ринку системної інтеграції України наведена на рис. 2. Вона характеризується значною владою покупців та постачальників, середнім рівнем загрози з боку нових компаній-конкурентів, низьким рівнем загрози з боку товарів та послуг замінників та високим рівнем конкуренції працюючих на ринку компаній.

Наведений аналіз відображає той факт, що конкуренція в галузі виходить далеко за рамки суто компаній, а включає і сторонні сили, які можуть бути більш чи менш впливовими залежно від конкретних обставин.

Усі п'ять конкурентних сил спільно визначають інтенсивність галузевої конкуренції та прибутковість, при цьому найбільш потужна сила чи сили набувають вирішального значення з погляду формулювання стратегії компанії [2].

Використовуючи наведений аналіз сил конкуренції в галузі, компанії мають можливість формувати свою стратегію роботи на ринку, враховуючи становище компанії стосовно джерел кожної конкурентної сили.

Наведений аналіз демонструє різноманіття та вплив кожного з чинників на конкурентне середовища галузі системної інтеграції України. В цілому, ринок системної інтеграції можна вважати достатньо конкурентним з врахуванням деяких особливостей прояву сил конкуренції, висвітлених в роботі.

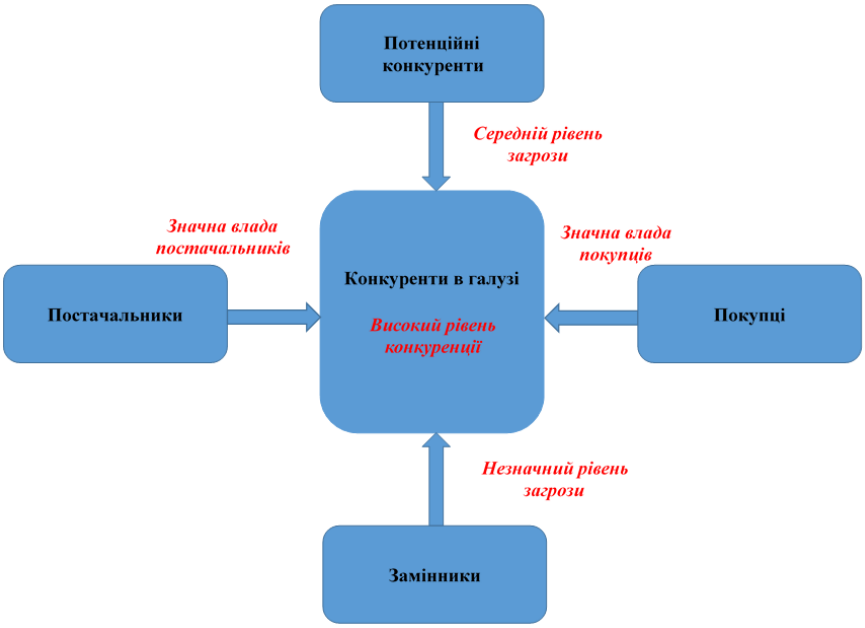


Рис. 2. **Узагальнена модель конкуренції на ринку системної інтеграції України**

Література

1. *Клименко С. М., Дуброва О. С., Барабась Д. О., Омельяненко Т. В., Вакуленко А. В.* Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2006. 527 с.
2. *Портер М.* Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів: пер. з англ. К.: Наш формат, 2020. 424 с.
3. *Портер М.* Конкуренция: пер. с англ. М.: Издат. дом "Вильямс", 2005. 608 с.
4. *Чернявський А. Д., Філіппов М. І.* Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2011. 234 с.

БЕРЕЖИНСЬКИЙ Денис Володимирович

здобувач третього науково-дослідного рівня,
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

МАРКЕТИНГОВА ІНВЕСТИЦІЙНА ЕКОНОМІЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТОРІВ

Україна — це країна, яка має великий потенціал для приваблення іноземних інвестицій. З її географічним положенням, значними ресурсами та кваліфікованою робочою силою, Україна може стати привабливою дестинацією для іноземних інвесторів. Проте, успішне залучення інвестицій вимагає не лише економічних переваг, але й ефективного маркетингу. У цій статті розглянемо, як маркетинг може сприяти інвестиційній економічній привабливості України.

В контексті інвестиційної економічної привабливості, маркетинг стає інструментом для залучення інвесторів та збільшення їхнього інтересу до країни та є набором стратегій та інструментів, які допомагають розвивати та популяризувати бренд, товари чи послуги [1].

Маркетинг — це потужний інструмент у руках сучасних держав для створення свого образу та залучення іноземних інвестицій. Україна, як країна з багатим історичним спадком, багатими природними ресурсами та обдарованою робочою силою, має великий потенціал для розвитку інвестиційного сектору. Проте успішна інвестиційна економічна привабливість вимагає створення сильного маркетингового бренду України як держави.

Створення сильного бренду для України є важливим завданням у приваблені іноземних інвесторів. Бренд — це не лише логотип або слоган; це комплексний образ країни імідж країни, який включає в себе її культурні, історичні та економічні аспекти. Маркетингові компанії та уряд повинні спільно працювати над створенням позитивного бренду України, який показує