

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

Кваліфікаційна робота бакалавра

**на тему: «УКРАЇНСЬКІ КОМПАНІЇ НА
МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ»**

Виконала:
студентка групи УМБ-41
спеціальності 292 Міжнародні
економічні відносини,
освітньо-професійної
програми
«Міжнародний бізнес»
Літюченко К.О.



Керівник: доц.
Кондратенко Н.Д.

Рецензент: к. е. н., доц.
Євтушенко О. В.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу

Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В. о. завідувача кафедри міжнародного
бізнесу та економічної теорії
Чемчикаленко Р. А.**

підпис

ініціали, прізвище

“ _____ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Літюченко Кристина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «УКРАЇНСЬКІ КОМПАНІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ
РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ»

керівник роботи Кондратенко Наталя Дмитрівна, доц.,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «09»лютого 2024 року

№4002-5/365

2. Строк подання студентом роботи 24 травня 2024 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити

- дослідити сутність та класифікацію інформаційного ринку та інформаційних послуг;
- визначити особливості міжнародного ринку інформаційних послуг;
- визначити та проаналізувати основні фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку;
- дослідити сучасний стан українського ринку інформаційних послуг та його особливості;
- провести аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародному ринку інформаційних послуг;
- проаналізувати глобальні стратегії для участі на міжнародному ринку та розробити план виходу на міжнародний інформаційний ринок для української компанії.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Робота з літературою, опрацювання теоретичного матеріалу
2	Розробка плану роботи та його узгодження з керівником
3	Написання вступу та першого розділу роботи
4	Написання другого розділу роботи
5	Формування висновків до розділів та загального висновку роботи
6	Проходження першого етапу попереднього захисту роботи, робота над помилками, реагування на зауваження
7	Оформлення списку використаних джерел
8	Вичитування роботи студентом та керівником, відправка на перевірку на наявність запозичень
9	Проходження 2 етапу попереднього захисту кваліфікаційної роботи
10	Написання анотації, отримання рецензії та відгуку
11	Підготовка презентації та роздаткового матеріалу
12	Підготовка доповіді для захисту кваліфікаційної роботи

5. Дата видачі завдання 14 лютого 2024 р.

Студент

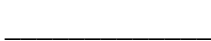


підпис

К.О. Літюченко

ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

Н.Д. Кондратенко

ініціали, прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП		5
РОЗДІЛ 1	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ	
1.1	Поняття та класифікація інформаційних послуг.....	9
1.2	Особливості міжнародного ринку інформаційних послуг.....	20
1.3	Фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку.....	27
	Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2	СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ	
2.1	Особливості українського ринку інформаційних послуг.....	34
2.2	Аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародних ринках	43
2.3	Стратегії виходу українських компаній на міжнародний ринок інформаційних послуг.....	49
	Висновки до розділу 2.....	64
ВИСНОВКИ.....		66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тематика кваліфікаційної роботи «Українські компанії на міжнародному ринку інформаційних послуг» є вкрай актуальною у контексті сучасного розвитку технологій та глобалізації економіки. Завдяки швидкому розвитку інформаційних технологій та Інтернету, доступ до інформації став безпрецедентно простим і широким. У сучасному світі розвиток інформаційних технологій динамічно інтегрується у всі галузі світової економіки, безпосередньо впливаючи на формування стійких конкурентних позицій. Розуміння важливості інформаційних технологій для розвитку усіх напрямів діяльності, покращення якості товарів та послуг тощо, призводить до стійкого попиту на ці технології.

Актуальність цієї теми підтверджується кількістю досліджень та публікацій, що вивчають проблематику міжнародної експансії українських компаній у галузі інформаційних технологій. Ці дослідження досліджують такі аспекти, як стратегії виходу на зовнішні ринки, конкурентоспроможність українських продуктів та послуг, вивчення ринкових тенденцій та вимог споживачів у світі. Вперше поняття інформації як економічної категорії було застосовано А. Хартом. Ось деякі приклади академічних дослідників, які займаються вивченням цієї теми: Плотницька О.М., Пойта І.О., Козак Л.О., Мельник І.В., Коваленко В.П., Іванова С. І., Довгань Л. Є., Кораблінова І. А., Колодюк А.В., Піскорська Г.А., Андрєєва Г.І., Єжова Л.Ф., Голидзьбіна А.В. та інші українські та міжнародні вчені в галузі міжнародного бізнесу та економіки.

Проте, не зважаючи на певний обсяг наукових досліджень, тема залишається досить мало вивченою, оскільки українські компанії знаходяться на етапі активного розвитку та розширення своєї присутності на міжнародних ринках. Багато питань щодо стратегічного планування,

маркетингу, конкурентної переваги та ризиків залишаються відкритими і потребують подальших досліджень. Окрім того, актуальним аспектом є вивчення міжнародних ринкових тенденцій та вимог споживачів. Інформаційні послуги є динамічною галуззю, і важливо слідкувати за змінами в потребах та очікуваннях клієнтів, а також за інноваціями та технологічними трендами.

Метою дослідження є розкриття та аналіз активності українських компаній, які надають інформаційні послуги на міжнародному ринку.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено та вирішено такі завдання:

1. Дослідити сутність та класифікацію інформаційного ринку та інформаційних послуг;
2. Визначити особливості міжнародного ринку інформаційних послуг;
3. Визначити та проаналізувати основні фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку;
4. Дослідити сучасний стан українського ринку інформаційних послуг та його особливості;
5. Провести аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародному ринку інформаційних послуг;
6. Проаналізувати глобальні стратегії для участі на міжнародному ринку та розробити план виходу на міжнародний інформаційний ринок для української компанії.

Об'єктом дослідження є самі українські компанії, які займаються наданням інформаційних послуг на міжнародному ринку.

Предметом дослідження є характеристика та аналіз діяльності цих компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг.

Методи дослідження, такі як аналіз та синтез, були використані для визначення сутності міжнародного ринку інформаційних послуг. Під час аналізу зарубіжного досвіду розвитку цього ринку використовувався історичний метод, що дозволив виявити тенденції та етапи його

формування. Для оцінки стану системи інформаційних послуг в Україні та в світі застосовувалися статистичні методи, які дозволили отримати об'єктивні дані про обсяги та динаміку ринку. При аналізі провідних міжнародних компаній в цій сфері використовувалися методи порівняння, що дозволило визначити їхню конкурентоспроможність та переваги. Метод дедукції застосовувався для виявлення сучасних тенденцій на міжнародному ринку інформаційних послуг та при аналізі потенційних переваг різних країн для розгортання діяльності в цій галузі. Використання методу порівняння дозволило розробити модель прийняття рішень щодо вибору стратегій та ринків для входу на міжнародний ринок інформаційних послуг.

Основні результати дослідження:

1. Досліджено сутність інформаційного ринку та класифікацію інформаційних послуг;
2. Визначено головні особливості міжнародного ринку інформаційних послуг;
3. Визначено та проаналізовано основні фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку;
4. Досліджено сучасний стан українського ринку інформаційних послуг та його особливості;
5. Проведено аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародному ринку інформаційних послуг;
6. Проаналізовано глобальні стратегії для участі на міжнародному ринку та розроблено план виходу на міжнародний інформаційний ринок для української компанії.

Практичне значення отриманих результатів дослідження про міжнародний ринок інформаційних послуг полягає у важливості їх застосування в реальній діяльності. Отримані теоретичні положення, підкріплені практичними висновками та розробленими рекомендаціями, можуть слугувати основою для подальших досліджень у цій області.

Компанії, які діють на міжнародному ринку інформаційних послуг, можуть скористатися цими результатами для оптимізації своєї стратегії розвитку, вдосконалення своїх послуг та зміцнення своєї конкурентоспроможності. Крім того, державні органи можуть використовувати ці дані для розробки політики та програм підтримки компаній на міжнародному ринку, сприяючи їхньому успішному функціонуванню та розвитку. Навчальні заклади також можуть використовувати ці результати для покращення освітнього процесу та підготовки майбутніх фахівців у цій сфері.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження доповідалися на VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні тенденції розвитку освіти, науки та технологій» (Харків-Бахмут, 2024). На основі дослідження автором було опубліковано тези доповіді на тему «Фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг», де представлено ґрунтовний аналіз сформульованих положень та висновків.

Структура і обсяг. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел. Роботу викладено на 76 сторінці. У дослідженні є 7 рисунків та 7 таблиць. Список використаних джерел містить 56 найменувань на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

1.1 Поняття та класифікація інформаційних послуг

У сучасному світі відбувається активний процес становлення інформаційного суспільства та пов'язаний з цим процес формування нової міжнародної економіки. Одним з найважливіших елементів нової міжнародної економіки є ринок інформаційних послуг. Сьогодні функціонування ринку інформаційних послуг є однією з основних умов економічного розвитку держав та регіонів.

Слід зазначити, що поняття інформаційної послуги є надзвичайно обширним. Різні спеціалісти включають до інформаційних такі послуги, як передача інформації (цифрові мережі, супутникові системи зв'язку, телефонні мережі тощо), збір та обробка інформації, а також інформаційні та консалтингові послуги, видавнича діяльність, послуги з навчання та підвищення кваліфікації, створення інформаційних систем, послуги засобів масової інформації, наукові та проектні розробки, послуги з обслуговування обладнання, пов'язані з обробкою та передачею інформації, об'єкти художньої культури (кіно, відео, театральні-видовищні послуги). [1, с. 43—47].

В законі України "Про інформацію" (ст. 40, 41) наводиться визначення поняття «інформаційних послуг».

"Інформаційна послуга — здійснення інформаційної діяльності у визначений час і визначеній законом формі по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їхніх інформаційних потреб" [2].

У законі України "Про Національну програму інформатизації" інформаційна послуга визначається як "дії суб'єктів щодо постачання споживачам інформаційних продуктів" [3].

Існує пропозиція тлумачити інформаційну послугу у її обширному розумінні - це послуга, яка надається з метою передачі, обробки, збереження або отримання інформації.

Інформаційні послуги обіймають дуже обширне поле діяльності, стають надзвичайно різноманітними та стають все більш важливим елементом міжнародної економіки, оскільки у світі зростає попит на цифрові та онлайн-послуги.

На сьогоднішній день все ще не існує загальновизнаної класифікації ІТ-послуг. Кожен із спеціалістів пропонує свою версію, де враховує задачі та мету дослідження, в рамках якого і розроблялася дана класифікація. Варто зауважити, що навіть у Міжнародному стандарті промислової класифікації не зазначили інформаційні послуги у класифікації галузі послуг [4].

Варіантом систематизації інформаційних послуг є систематизація, в першооснові якої покладено поняття об'єкта сервісної діяльності, яка відображена в таблиці 1.1:

Таблиця 1.1 – Класифікація інформаційних послуг за об'єктом

Категорія інформаційних послуг	Приклади
Інформаційні послуги (відносини «людина - символ»)	Управління, наукові розробки, консультації, зв'язок, страхування, банківські послуги тощо
Послуги, які напряму пов'язані з матеріальними речами (відносини «людина - предмет»)	Транспортування, зберігання, ремонт, гарантійне обслуговування, торгівля та інше
Послуги, призначені для підтримки здоров'я і створення можливостей для трудової діяльності людини (система відносин «людина - людина»)	Охорона здоров'я, освіта, суспільний транспорт тощо

Джерело: складено автором за даними [5, с. 59]

Родіонов І.І., проаналізувавши утворений глобальний ринок інформаційних послуг, запропонував наступну систематизацію інформаційних послуг:

- підготовка інформаційних ресурсів;
- створення баз даних;
- випуск друкованих інформаційних видань;
- інформаційне обслуговування;
- довідкова інформація (надання зведень про інформаційні ресурси або саму інформацію);
 - селективне розповсюдження інформації (СДІ) (сортування нових надходжень відповідно до заздалегідь сформульованого тематичного запиту споживача);
 - ретроспективний пошук інформації (РПІ) (пошук відомостей з певної тематики або проблеми в інформаційних масивах на визначену глибину ретроспективи);
 - надання копій інформаційних джерел [6].

За географічним аспектом ринок інформаційних послуг систематизують Максимова Л.М. і Носкова І.Я.:

- точковий (інформаційні мережі в навчальних закладах, наукових установах, бібліотеках, музеях тощо);
- локальний (місцева сфера інформаційних послуг);
- регіональний (за окремим регіоном);
- національний (в рамках однієї держави);
- міжнародний (охоплює групи країн);
- глобальний (світовий)[6].

Данилін А.В., вивчивши ринок інтерактивних інформаційних послуг, ввів систематизацію інформаційного продукту, яка містить наступні компоненти:

Таблиця 1.2 – Класифікація інформаційних послуг за компонентами

Компонент	Опис
Інформаційний продукт	Сукупність даних, створених їхніми виробниками для подальшого розповсюдження, яка може існувати як у матеріальній, так і в нематеріальній формі
Інформаційна послуга	Надання користувачам можливості взаємодії з інформаційними продуктами, головним чином базами даних, за допомогою спеціальних програмних засобів у режимі online
Бази даних	Систематизовані збірки даних, доступні для користувачів
Віддалені банки даних	Автоматизовані системи зберігання даних, доступні користувачам віддалено
Інформаційні послуги на технічних носіях	Дані, що зберігаються на магнітних стрічках, дискетах, компактних оптичних дисках
Відеотекст	Технологія, яка забезпечує відеографічне обслуговування користувачів, дозволяючи отримувати інтерактивний доступ до інформаційних продуктів через телевізор зі спеціальним адаптером для підключення клавіатури і модему

Джерело: складено автором за даними [6]

Структуру глобального ринку інформаційних послуг створив Родіонов І.І. В цій класифікації є 5 секторів, які представлені далі.

1. Сектор ринку ділових інформаційних послуг орієнтований на забезпечення підприємств та організацій інформацією, необхідною для прийняття стратегічних і тактичних рішень.

- *Управлінський консалтинг:* Надання консультацій щодо оптимізації управління, стратегічного планування, покращення бізнес-процесів та організаційних структур. Це включає оцінку та реорганізацію бізнес-процесів, розробку стратегій росту та підвищення ефективності.

- *Фінансовий аналіз:* Послуги з аналізу фінансових показників компаній, оцінки ризиків, планування бюджету та управління інвестиціями. Цей підпункт включає проведення аудиту, фінансове прогнозування та консультації з фінансового управління.

- *Маркетингові дослідження:* Збір та аналіз даних про ринок, конкурентів, споживачів та інші фактори, що впливають на бізнес. Це включає дослідження ринкових трендів, поведінки споживачів та аналіз конкурентоспроможності.

- *Бізнес-аналітика*: Використання даних для прогнозування, виявлення тенденцій та прийняття обґрунтованих бізнес-рішень. Сюди входять інструменти та методики для збору, аналізу та інтерпретації даних з метою оптимізації бізнес-процесів.

2. Сектор інформаційних послуг для фахівців, цей сектор забезпечує професіоналів у різних галузях специфічною інформацією, яка необхідна для їхньої професійної діяльності.

- *Доступ до наукових баз даних*: Надання доступу до академічних журналів, дослідницьких статей, дисертацій та інших наукових ресурсів. Це важливо для дослідників, науковців та студентів, які займаються науковими дослідженнями.

- *Спеціалізовані професійні журнали*: Видання, що містять статті, новини та огляди в конкретних галузях знань, такі як медицина, право, інженерія тощо. Ці журнали забезпечують фахівців актуальною інформацією та новими дослідженнями у їхній галузі.

- *Експертні консультації*: Послуги з надання консультацій від експертів у певних галузях, таких як право, медицина, техніка тощо. Це може включати юридичні консультації, медичні поради, технічну підтримку та інші експертні поради.

- *Інструменти для проведення досліджень*: Програмне забезпечення та платформи для аналізу даних, проведення експериментів та моделювання. Це включає статистичні програми, симуляційні інструменти та інші засоби для наукових досліджень.

3. Сектор споживчих інформаційних послуг орієнтований на задоволення інформаційних потреб кінцевих споживачів.

- *Media та розваги*: Телебачення, радіо, кіно, музика та інші форми розважального контенту. Цей підпункт включає всі види розважальних послуг, які споживачі можуть використовувати для відпочинку та розваг.

- *Інтернет-платформи:* Веб-сайти та додатки, що надають інформацію, послуги комунікації, соціальні мережі тощо. Це включає онлайн-магазини, форуми, новинні портали та інші веб-ресурси.

- *Соціальні мережі:* Платформи для спілкування та обміну інформацією між користувачами, такі як Facebook, Instagram, Twitter. Соціальні мережі дозволяють користувачам взаємодіяти, ділитися контентом та знаходити інформацію.

- *Потокові сервіси:* Послуги з трансляції відео та аудіоконтенту в режимі реального часу, такі як Netflix, Spotify. Ці сервіси надають користувачам доступ до фільмів, серіалів, музики та інших медіаконтентів.

4. Сектор послуг освіти охоплює всі форми та рівні освіти, спрямовані на забезпечення знаннями та навичками для особистісного та професійного розвитку.

Дошкільна освіта: Програми та послуги для дітей до шкільного віку, що сприяють їхньому ранньому розвитку. Це включає дитячі садки, дошкільні центри та інші установи, що надають освітні послуги для маленьких дітей.

- *Шкільна освіта:* Послуги, що забезпечують основну та середню освіту для дітей і підлітків. Це включає державні та приватні школи, що надають базову освіту.

- *Спеціальна освіта:* Програми для дітей з особливими потребами, що забезпечують їхній розвиток та інтеграцію в суспільство. Це включає спеціальні школи, центри та програми, розроблені для дітей з фізичними або розумовими вадами.

- *Вища освіта:* Університети, коледжі та інші заклади, що надають вищу освіту та професійну підготовку. Це включає бакалаврат, магістратуру, аспірантуру та інші рівні вищої освіти.

- *Підвищення кваліфікації та перепідготовка:* Курси та програми для дорослих, що дозволяють оновлювати знання та навички або здобувати

нову професію. Це включає корпоративні тренінги, онлайн-курси та інші форми навчання для дорослих.

5. *Сектор, що забезпечує інформаційні системи і засоби*, включає розробку, впровадження та підтримку інформаційних технологій і систем, які є фундаментом для інших секторів.

- *Програмні засоби*: Розробка і підтримка програмного забезпечення для різних потреб, включаючи операційні системи, додатки та інструменти для розробників. Це включає створення, тестування, підтримку та оновлення програмних продуктів.

- *Хмарні обчислення*: Послуги з надання обчислювальних ресурсів через інтернет, що дозволяють зберігати дані та виконувати обчислення на віддалених серверах. Це включає платформи як-от Amazon Web Services, Google Cloud Platform та інші.

- *Кібербезпека*: Захист інформаційних систем та даних від кібератак, включаючи антивірусне програмне забезпечення, мережеві фільтри та інші засоби безпеки. Це включає методи захисту від шкідливого ПЗ, проникнень, витоків даних та інших кіберзагроз.

- *Платформи для обробки і зберігання даних*: Інфраструктура для зберігання великих обсягів даних та їхньої обробки, включаючи бази даних, сховища даних та інструменти для аналізу великих даних. Це включає технології як-от Hadoop, NoSQL бази даних та інші рішення для управління великими даними[6].

Ця структура підкреслює різноманітність та взаємозв'язок між різними секторами ринку інформаційних послуг, що сприяють розвитку економіки та інноваціям у глобальному масштабі.

У сучасному світі інформаційне суспільство є ключовим елементом економічного та соціального розвитку будь-якої країни. Для України, розвиток інформаційного суспільства став одним з головних пріоритетів у контексті інтеграції до світової спільноти та забезпечення стійкого економічного зростання. Інформаційне суспільство передбачає створення

умов для широкого доступу до інформації та знань, що сприяє інноваціям, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності державного управління. Воно також включає розвиток інфраструктури, яка забезпечує швидкий і надійний доступ до Інтернету, інтеграцію цифрових технологій у різні сфери життя та забезпечення кібербезпеки.

Однією з ключових складових розвитку інформаційного суспільства є впровадження електронного урядування. Електронне урядування (е-урядування) – це використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для покращення діяльності урядових органів, забезпечення прозорості, ефективності та зручності у взаємодії між державою і громадянами [7].

Ідеться про впровадження нової моделі державного управління, що є результатом перетворення традиційних відносин громадян і влади. Одним із найважливіших аспектів електронного урядування є запровадження електронних послуг для громадян та бізнесу. Це включає створення онлайн-платформ, які надають адміністративні послуги, такі як реєстрація бізнесу, отримання довідок, сплата податків та інші. Це дозволяє значно зменшити бюрократичні перепони і покращити якість обслуговування громадян. Створення єдиного порталу державних послуг, де громадяни можуть отримати всі необхідні послуги без необхідності відвідування державних установ, є важливим кроком у цьому напрямку.

Цифровізація державного управління є ще одним ключовим аспектом електронного урядування. Це включає впровадження систем електронного документообігу, що дозволяє швидко та ефективно обмінюватися інформацією між різними органами влади. Використання електронних підписів та цифрових сертифікатів забезпечує юридичну значущість електронних документів, що сприяє підвищенню ефективності та скороченню часу на виконання адміністративних завдань. Прозорість і підзвітність державних органів є критично важливими для боротьби з корупцією та підвищення довіри громадян до уряду. Використання ІКТ

дозволяє забезпечити відкритий доступ до інформації про бюджетні витрати, державні закупівлі та інші фінансові операції. Створення платформ для участі громадян у процесі прийняття рішень, таких як онлайн-консультації, голосування та опитування, сприяє залученню громадськості до державного управління та підвищенню прозорості.

Кібербезпека є невід'ємною складовою електронного урядування. Розробка та впровадження комплексних заходів для захисту інформаційних систем від кібератак та інших загроз є надзвичайно важливими. Створення спеціалізованих структур для моніторингу та реагування на кіберінциденти, а також підвищення рівня обізнаності населення про кібербезпеку, допомагають забезпечити надійність та безпеку електронних послуг. Інфраструктура та доступ до Інтернету також відіграють важливу роль у розвитку електронного урядування. Розширення доступу до широкопasmового Інтернету, особливо в сільських та віддалених районах, є важливим завданням. Інвестування в розвиток сучасної телекомунікаційної інфраструктури забезпечує швидкий і надійний зв'язок, що є необхідним для ефективного функціонування електронних послуг.

Впровадження електронного урядування в Україні має значні переваги. Автоматизація процесів дозволяє зменшити час на виконання адміністративних завдань і знизити витрати, що підвищує ефективність державного управління. Відкритий доступ до інформації та електронний документообіг зменшують можливості для корупційних дій, що сприяє боротьбі з корупцією. Онлайн-доступ до державних послуг робить їх більш доступними та зручними для громадян, що підвищує рівень їх задоволеності. Цифровізація державного управління сприяє створенню сприятливого середовища для бізнесу та інвестицій, що підвищує конкурентоспроможність країни. Таким чином, розвиток інформаційного суспільства та впровадження електронного урядування є стратегічними напрямками для України, які сприяють її інтеграції до глобального

інформаційного простору, підвищенню ефективності державного управління та покращенню якості життя громадян.

Електронне урядування має численні переваги, які сприяють покращенню державного управління та підвищенню якості життя громадян. Воно дозволяє підвищити ефективність адміністративних процесів та скоротити витрати завдяки автоматизації, що значно зменшує час на виконання завдань і знижує витрати на паперовий документообіг та фізичну інфраструктуру. Прозорість і підзвітність державних дій зростає завдяки відкритому доступу до інформації про бюджетні витрати, державні закупівлі та інші фінансові операції, що знижує рівень корупції і дозволяє громадянам контролювати дії уряду через онлайн-платформи.

Електронне урядування забезпечує зручність для громадян, надаючи цілодобовий доступ до державних послуг через інтернет, що зменшує потребу у відвідуванні державних установ і дозволяє отримати необхідні документи та послуги швидко та зручно з будь-якого місця. Якість послуг також покращується завдяки використанню сучасних технологій, які дозволяють надавати послуги з високою точністю та мінімізувати людські помилки. Зворотній зв'язок з громадянами дозволяє швидко виявляти та виправляти недоліки в роботі державних органів.

Важливою перевагою електронного урядування є залучення громадськості до процесу прийняття рішень. Можливість участі громадян в онлайн-консультаціях, голосуваннях та опитуваннях сприяє більш демократичному управлінню і підвищує рівень громадянської активності та залучення до обговорення важливих соціальних питань. Прозорі процеси та автоматизація процедур зменшують можливості для корупційних дій, а електронні сервіси забезпечують надійний контроль та моніторинг державних операцій.

Впровадження електронного урядування стимулює інновації та технологічний розвиток, створюючи сприятливі умови для розвитку ІТ-сектора і створення нових робочих місць, а також підвищення рівня

цифрової грамотності серед населення. Це сприяє економічному розвитку, створюючи сприятливе середовище для бізнесу завдяки спрощенню адміністративних процедур та зменшенню бюрократичних бар'єрів, що підвищує інвестиційну привабливість країни.

Електронне урядування також підвищує безпеку та кіберзахист завдяки впровадженню сучасних методів кібербезпеки для захисту даних та інформаційних систем, створюючи спеціалізовані структури для моніторингу та реагування на кіберзагрози. Через це, електронне урядування є потужним інструментом для модернізації державного управління, який приносить значні вигоди як для громадян, так і для держави в цілому.

За різними ознаками виділяють й інші систематизації інформаційних послуг. Очевидно, найбільш значущими є класифікаційні ознаки:

- За рівнем встановлення повноважень щодо надання інформаційних послуг та правового регулювання процедури їх надання;
- За рівнем інформаційної послуги;
- За типом інформаційної послуги;
- За рівнем органу управління;
- За змістом адміністративної діяльності щодо надання інформаційної адміністративної послуги;
- За предметом питань, за вирішенням яких звертаються особи
- За видами інформаційних послуг;
- За критеріями платності;
- За джерелами фінансування надання послуг;
- За категоріями одержувачів.

Суб'єкти надання інформаційних послуг аналогічні суб'єктам надання державних послуг, але фінансування інформаційних адміністративних послуг може здійснюватися не лише з державного, а й з місцевих бюджетів.

Ці систематизації мають як теоретичне, так і практичне значення, оскільки дозволяють проводити аналіз системи адміністративних послуг та розробляти заходи для їх удосконалення [6].

1.2 Особливості міжнародного ринку інформаційних послуг

У глобальній економіці все більше поширюється така специфічна форма міжнародних відносин, як світова торгівля інформаційними послугами. Участь країн у цій торгівлі базується на міжнародному поділі праці, тобто спеціалізації окремих країн на певних видах інформаційних послуг і подальшому обміні цими послугами між ними. В результаті міжнародного обміну відбувається посилення спеціалізації, впровадження новітніх технологій, зростання зайнятості, соціально-економічні зміни та зростання добробуту. Залучення країни до міжнародної торгівлі інформаційними послугами сприяє накопиченню капіталу в економіці, що стимулює внутрішні інвестиції, сприяє розвитку інформаційних технологій, техніки, науки та інших сфер.

Міжнародна торгівля інформаційними послугами - це обмін різноманітною інформацією між країнами або компаніями, який може включати в себе такі види послуг, як консультування, аналіз даних, дослідження ринку, навчання та інші. Цей вид торгівлі може відбуватися як у формі віртуальних послуг через інтернет, так і у формі фізичних поставок інформаційних продуктів (наприклад, друкованих видань або електронних носіїв інформації).

Ринок інформаційних послуг є сегментом споживчого ринку, де об'єктом виступають інформаційні послуги. Його можна розглядати як у широкому, так і у вузькому контексті. У широкому розумінні ринок інформаційних послуг являє собою економічний простір, де реалізуються інтереси виробників і споживачів цих послуг; цей простір створюється для

виробництва і продажу таких послуг на основі технологічної взаємодії, де рішення щодо розподілу ресурсів і обсягів виробництва приймаються на основі тарифів, які формуються в результаті обміну між виробниками, користувачами, працівниками і власниками факторів виробництва.

У вузькому розумінні ринок інформаційних послуг — це сфера здійснення, надання та передачі інформації, яка базується на соціально-економічних відносинах щодо реалізації (продажу) інформаційних послуг користувачам, як фізичним, так і юридичним особам.

Загалом, ринок інформаційних послуг — це сукупність економічних, правових і організаційних відносин з продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг, які виникають між їхніми постачальниками і споживачами. Цей ринок характеризується, з одного боку, попитом з боку громадськості, бізнесу та державних установ, а з іншого боку, пропозицією з боку державних органів, підприємств із змішаним капіталом та приватних компаній [8].

Міжнародний ринок інформаційних послуг з'явився з поширенням інформаційних технологій та зростанням глобалізації в другій половині 20 століття. Початково цей ринок був обмежений інформаційними агентствами, видавництвами та телекомунікаційними компаніями, які надавали послуги на місцевому рівні або в обмеженому регіоні.

Протягом останніх десятиліть міжнародний ринок інформаційних послуг стрімко розвивався за рахунок швидкого росту Інтернету та мобільних технологій. Це сприяло зростанню доступу до інформації для користувачів з усього світу, а також зростанню числа компаній, що надають інформаційні послуги.

Під впливом процесів глобалізації та інтеграції відбувається активний розвиток у більшості країн світу сфери послуг. Так, інформаційний ринок у США сформувався у 60-70 роки. Значну роль у його розвитку відіграв приватний сектор, який у США завжди був добре розвиненим. Держава віддавала велику увагу розвитку науково-технічної

інформації, про що свідчать матеріали Міжнародної конференції з наукової інформації (1958 р.), Національної програми розвитку бібліотечного і інформаційного обслуговування (1970 р.), а також I і II Конференції Білого дому про бібліотечні і інформаційні служби (1979 р.). З 1977 року Конгресом США було прийнято більше 300 законодавчих актів, що стосувалися інформаційної діяльності [9].

При дослідженні становлення ринку інформаційних послуг, можна відмітити, що у Європі розвиток інформаційних послуг почався у 1990-х роках. Це було пов'язано з введенням низки реформ, спрямованих на лібералізацію торгівлі послугами, включаючи інформаційні послуги.

Європейський Союз, як економічна міжнародна організація, підтримує доктрину європейської інформаційної економіки, впровадження нових технологій у традиційні сектори економіки, спрямовує розвиток "інтелектуальної" торгівлі для зростання економічної стабільності і конкурентоспроможності Європи на міжнародних ринках. Лідери ЄС хотіли перетворити Європу в регіон з найбільш конкурентоздатною і динамічно розвиваючоюся економікою, заснованою на знанні (інформації). Для досягнення цієї мети Європейська Комісія розробила всеосяжні стратегії, відомі як плани «Електронна Європа 2002», «Електронна Європа 2005».

Протягом останніх декількох років різні ринки зазнали труднощів через кризу, спричинену пандемією COVID-19. Але, все ж таки, протягом кризи різноманітним компаніям доводилося швидко адаптуватися, щоб підтримувати віддалену роботу працівників та підвищувати гнучкість робочих процесів.

З початку пандемії COVID-19 темпи розвитку цифрових технологій лише прискорилися. Активного розвитку набули телекомунікаційні послуги та широко стала відома технологія 5G. При цьому різко зростає попит на швидкісний інтернет і мобільний зв'язок. Стрімка цифровізація бізнесу розширила роль безпеки, оскільки вона пов'язана з

конфіденційністю, цифровою довірою та безпекою. В умовах віддаленої роботи та необхідністю використання різноманітних носіїв і сервісів актуальність захисту процесів збору, обробки та зберігання інформації стає надзвичайно важливою.

Таким чином, міжнародна торгівля інформаційними послугами відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування світової економіки. Цей сектор створює значну кількість робочих місць, сприяє інноваціям та підвищенню продуктивності праці, а також сприяє глобальній інтеграції та розвитку міжнародних бізнес-відносин.

Враховуючи унікальність міжнародного ринку інформаційних послуг, можна відзначити його специфічні особливості порівняно з іншими міжнародними ринками, що продемонстровано на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Особливості міжнародного ринку інформаційних послуг

Джерело: розроблено автором

1. *Невагомий характер товару.* Інформаційні послуги можуть бути надані в цифровому форматі і транслюватися через інтернет, що робить їх невагомими та дозволяє легко перетинати міжнародні кордони без значних витрат на транспортування.

2. *Відсутність фізичного обміну.* У випадку інформаційних послуг немає фізичного обміну товарів, що робить їхню торгівлю більш

оперативною та зручною, але може створювати проблеми з погляду захисту авторських прав та безпеки інформації.

3. *Технологічна складність.* Завдяки швидкому розвитку технологій, міжнародний ринок інформаційних послуг є динамічним та вимагає постійного оновлення та вдосконалення технічних рішень.

4. *Глобальні конкурентні переваги.* У зв'язку зі зростанням глобальної конкуренції, компанії, які працюють на міжнародному ринку інформаційних послуг, можуть мати конкурентні переваги завдяки доступу до різноманітних ресурсів, технологій, талантів та ідей з усього світу.

5. *Реакція на зміни.* У світі інформаційних послуг можливо швидко реагувати на зміни у попиті та умовах ринку через швидкість та гнучкість цифрових технологій, що може бути складніше для традиційних товарів.

6. *Інтерактивність.* Інформаційні послуги часто забезпечують можливість взаємодії та зворотнього зв'язку з користувачами, що може створювати унікальні можливості для залучення аудиторії.

7. *Цифрова безпека.* У зв'язку з цифровим характером інформаційних послуг, їх поширення та збереження може вимагати додаткових заходів цифрової безпеки та захисту персональних даних, що може відрізнятися від потреб інших міжнародних ринків.

Міжнародний ринок інформаційних послуг відрізняється від внутрішнього ринку, це пов'язано з глобальним охопленням, спричиненому розвитком інтернету та зв'язку; культурною різноманітністю, що вимагає уваги до культурних особливостей різних країн; мовними бар'єрами, які потребують перекладу і адаптації контенту; правовими аспектами, технічними вимогами, конкуренцією, фінансовими аспектами та крос-культурною співпрацею, яка впливає на роботу на міжнародному ринку.

Розглянемо порівняння міжнародного та внутрішнього ринку інформаційних послуг у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Порівняльна характеристика міжнародного ринку інформаційних послуг та внутрішнього ринку

Характеристика	Міжнародний ринок інформаційних послуг	Внутрішній ринок інформаційних послуг
Охоплення	Глобальне, охоплює аудиторію з усього світу	Орієнтоване на одну країну або регіон
Культурна різноманітність	Вимагає уваги до культурних відмінностей та адаптації до різних культур	Орієнтоване на внутрішню культурну специфіку
Мовні бар'єри	Вимагає перекладу та адаптації контенту на різні мови	Орієнтоване на одну мову або національну мовну специфіку
Правові аспекти	Включає дотримання різних правових норм та стандартів у різних країнах	Орієнтоване на внутрішні правові норми та стандарти
Технічні вимоги	Потребує гнучкості та сумісності з різними технічними стандартами	Орієнтоване на внутрішні технічні стандарти
Конкуренція	Більша, через наявність більшої кількості учасників з усього світу	Менша, оскільки конкурують переважно внутрішні підприємства
Фінансові аспекти	Включає додаткові фінансові ризики та витрати через різні валюти та фінансові системи	Менш складні, оскільки використовуються внутрішні валюти та системи
Крос-культурна співпраця	Сприяє обміну ідеями та культурними цінностями між країнами	Менш активна через фокус на внутрішню культурну специфіку

Джерело: розроблено автором

Після порівняння міжнародного ринку інформаційних послуг з внутрішнім можна зробити висновок, що міжнародний ринок відрізняється значною глобальністю охоплення, оскільки він орієнтований на аудиторію з усього світу, у той час як внутрішній ринок сконцентрований на внутрішніх споживачів однієї країни або регіону. Крім того, міжнародний ринок вимагає більшої уваги до культурних та мовних відмінностей, що може бути викликом для підприємств, оскільки їм доводиться адаптувати контент до різних культур та мовних груп. Правові аспекти на міжнародному ринку також є складнішими, оскільки необхідно дотримуватися різних правових норм у різних країнах. Технічні вимоги міжнародного ринку також є більш гнучкими і вимагають сумісності з різними технічними стандартами у різних країнах. Конкуренція на

міжнародному ринку може бути більшою через наявність більшої кількості учасників з усього світу, що може стимулювати інновації та підвищення якості продуктів і послуг. Фінансові аспекти на міжнародному ринку також включають додаткові ризики та витрати через різні валюти та фінансові системи. Нарешті, міжнародний ринок сприяє більш активній крос-культурній співпраці та обміну ідеями, що може призвести до виникнення нових інновацій та підходів у сфері інформаційних послуг.

Учасниками інформаційного ринку є міжнародні організації, урядові структури, підприємства, приватні підприємства, особисті користувачі та клієнти. Цей ринок представляє собою сукупність економічних відносин між споживачами та постачальниками інформаційних технологій, продуктів і послуг, які базуються на знаннях і виробничому обладнанні і функціонують завдяки використанню інформаційних технологій.

Ця галузь має особливу будову, унікальні інструменти та сильних представників. Вона охоплює декілька десятків напрямків і, як правило, більш повно представлена у розвинених країнах та країнах, що розвиваються.

Унікальність структури міжнародного ринку інформаційних послуг полягає в його глобальному та міжкультурному характері. Розглянемо складові структури міжнародного ринку інформаційних послуг у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Структура міжнародного ринку інформаційних послуг

Складові	Опис
Постачальники послуг	Медіа компанії, телекомунікаційні оператори, онлайн-платформи, провайдери хмарних сервісів та інші організації, що надають інформаційні послуги.
Споживачі послуг	Люди, компанії та установи, які використовують інформаційні послуги для своїх потреб.
Посередники	Компанії або платформи, які посереднюють у використанні або розповсюдженні інформаційних послуг.
Міжнародні організації	Організації, які сприяють розвитку міжнародного ринку інформаційних послуг та встановленню стандартів у цій сфері.
Регулятори	Державні або міжнародні органи, які встановлюють правила та стандарти для регулювання міжнародного ринку інформаційних послуг.

Джерело: розроблено автором за даними [10]

Ця структура дозволяє краще зрозуміти, як взаємодіють різні учасники на міжнародному ринку інформаційних послуг.

Таким чином, особливості структури міжнародного ринку інформаційних послуг є важливими для розуміння його унікальності та специфіки. Глобальний охоплення, культурні та мовні відмінності, правові аспекти, технічні вимоги, конкуренція та фінансові аспекти роблять цей ринок складним та вимагають від учасників гнучкості та ефективного управління. Розуміння цих особливостей допомагає компаніям та організаціям пристосуватися до вимог міжнародного ринку інформаційних послуг та використовувати його можливості для досягнення успіху в глобальному масштабі.

1.3 Фактори, що впливають на успішність участі українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг

Становлення ринку інформаційних послуг в Україні відбувалося під впливом різних факторів. Після отримання незалежності в 1991 році, Україна розпочала перехід до ринкової економіки, що сприяло розвитку ринку інформаційних послуг. Подальший розвиток інформаційних технологій, зокрема Інтернету, сприяв зростанню популярності і доступності інформаційних послуг в Україні. Уряд України провів реформи у сфері телекомунікацій, що стимулювало розвиток та розширення доступу до інформаційних послуг. Зростання потреби у доступі до інформації та розвитку бізнесу в Україні стимулювали попит на інформаційні послуги. Уряд України також приділяє увагу регулюванню ринку інформаційних послуг, зокрема щодо захисту персональних даних та інтелектуальної власності. У результаті цих факторів ринок інформаційних послуг в Україні

розвивається і стає все більш конкурентним, що сприяє подальшому його розвитку та зростанню.

На сьогоднішній день галузь послуг на інформаційному ринку України, як зазначає Л.Ф. Єжова [11], перебуває на етапі піднесення, і ті підприємства, які вкладають кошти в її розвиток, діють стратегічно. У найближчому майбутньому очікується не лише зростання якості та кількості доступних послуг і попиту на них, але й можливе з'явлення нових форм і стратегій продажу цього товару.

Участь українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг є важливим аспектом розвитку національної економіки та є одним із шляхів для збільшення їхньої конкурентоспроможності на світовій арені. Завдяки швидкому розвитку цифрових технологій та зростаючій глобалізації, українські компанії мають унікальну можливість пропонувати свої інформаційні продукти та послуги на міжнародному ринку.

Проте для досягнення успіху на міжнародному ринку інформаційних послуг необхідно враховувати ряд факторів, які можуть впливати на результативність українських компаній. Ці фактори включають якість продукту, ефективність маркетингу та просування, конкурентоспроможність цін, технічну підтримку, відповідність законодавству та гнучкість у відповіді на зміни на ринку. Врахування цих факторів допоможе українським компаніям забезпечити успішну участь на міжнародному ринку інформаційних послуг і зростання їхнього бізнесу в глобальному масштабі.

Детальніше розглянемо кожен з цих факторів:

Перш за все, одним із головних факторів, що пливає на успішність компанії на міжнародному ринку є *якість інформаційного продукту*. Вона визначає його корисність і надійність для користувачів. Цей показник включає в себе кілька важливих характеристик. Інформація повинна бути точною і базуватися на достовірних джерелах. Вона також повинна бути повною і охоплювати всі аспекти теми. Актуальність інформації має велике

значення, оскільки застаріла інформація може бути некорисною. Об'єктивність важлива для забезпечення безуперечності інформації, а зрозумілість інформації допомагає зробити її доступною для цільової аудиторії [12].

Маркетинг дозволяє компаніям привертати увагу потенційних клієнтів на міжнародному рівні, що допомагає збільшити продажі та розширити клієнтську базу. Маркетингові зусилля дозволяють виділитися серед конкурентів і підкреслити унікальні характеристики продукції чи послуг компанії, що робить її більш привабливою для клієнтів, допомагають проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства експортера, розробити стратегію і тактику поведінки на міжнародному ринку за допомогою маркетингових програм [13].

Цінова політика повинна бути конкурентоспроможною порівняно з аналогічними послугами в інших країнах. Вона може допомогти збільшити обсяги продажів, оскільки клієнти будуть схильні вибирати ваші послуги через їх доступність. Навіть за низької ціни, великий обсяг продажів може призвести до збільшення прибутку компанії [14].

Наявність ефективної *технічної підтримки* для клієнтів може значно підвищити рівень задоволеності та вплинути на успішність участі на міжнародному ринку, може позитивно позначитися на репутації бренду. Технічна підтримка допомагає компаніям забезпечувати високий рівень безпеки та захисту даних своїх клієнтів. Вона включає в себе онлайн-підтримку, технічну підтримку сайтів і додатків, операційних систем, цифрових пристроїв, інфраструктури, сервісну IT підтримку (service desk) тощо.

Відповідність законодавству є не менш важливим аспектом для успішності українських компаній, які виробляють інформаційні послуги на міжнародному ринку. Відповідність законодавству забезпечує захист інтелектуальної власності компанії, включаючи авторські права та патенти, що є важливим для збереження конкурентних переваг, допомагає уникнути

можливих правопорушень і конфліктів з законом, що може зменшити ризики для бізнесу. Дотримання законодавства іншої країни сприяє формуванню позитивної міжнародної репутації компанії, що може підвищити довіру та зацікавленість партнерів.

Партнерство та співпраця значно сприяють успішності українських компаній на міжнародній арені. Співпраця з місцевими партнерами може дати доступ до нових ринків, допомогти з розширенням географії бізнесу та підвищити конкурентоспроможність на ринку, роблячи компанію більш привабливою для клієнтів та інвесторів. Партнерство може стати джерелом нових ідей, технологій та підходів, що дозволить компанії підвищити якість своїх послуг та ефективність діяльності. Спільні маркетингові та просувальні заходи значно збільшують їх ефективність та привертають більше уваги до бренду.

Також, фактори, які мають вплив на успішну участь українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг, можна поділити на декілька груп. Давайте докладніше розглянемо кожен з них:

1. Економічні фактори:

- Валютні коливання: Зміни в обмінному курсі впливають на вартість послуг, що експортуються.
- Рівень інфляції: Високий рівень інфляції може підірвати конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках.
- Економічне зростання: Країни зі стабільною економікою та зростаючим ВВП можуть мати більший попит на інформаційні послуги, ніж ті країни, що мають нестабільну економічну ситуацію [15, с. 172].

2. Політичні аспекти:

- Торговельні відносини: Торговельні угоди та договори можуть створювати сприятливі умови для експорту послуг.
- Міжнародні санкції: Обмеження торгівлі через міжнародні санкції ускладнюють виходження компаній на нові ринки.

- Політична стабільність: Нестабільність у країні стає перешкодою для бізнесу та вкладання капіталу. Нестабільність у політичній сфері створює невизначеність для бізнесу та інвесторів. Це призводить до зменшення інтересу до співпраці з українськими партнерами та обмежує можливості для розвитку міжнародного бізнесу [16].

3. Соціокультурні особливості:

- Релігійні вірування: Культурні та релігійні різниці мають значний вплив на споживчу поведінку та вимоги ринку [17].
- Мовні особливості: Наявність мовних бар'єрів вимагає локалізації інформаційних послуг.
- Культурні преференції: Розуміння місцевих культурних норм і цінностей допомагає адаптувати продукцію до потреб місцевого споживача.

4. Технологічні та інноваційні тенденції:

- Інновації в галузі технологій: Розвиток новітніх технологій дозволяє компаніям створювати конкурентні переваги та інноваційні продукти.
- Цифрова трансформація: Використання цифрових технологій може покращити ефективність та конкурентоспроможність підприємства.
- Швидкість розвитку: Сфера інформаційних послуг швидко змінюється, тому важливо бути на кшталті з новітніми тенденціями та інноваціями. Відставання у розвитку та доступі до сучасних технологій (наприклад, швидкого Інтернету, високоякісного програмного забезпечення) робить українські послуги менш привабливими для міжнародних споживачів. Недостатня розробка та використання інноваційних технологій обмежує конкурентоспроможність українських компаній.

5. Юридичні аспекти:

- Міжнародне право: Розуміння міжнародного права та відповідності йому дозволяє уникнути правових проблем у зовнішніх ринках.
- Ліцензійні угоди: Важливо дотримуватися ліцензійних умов та вимог для експорту послуг за кордон.

- Правила конкуренції: Знання правил конкуренції допомагає уникнути антимонопольних проблем та конфліктів із законами різних країн.

Зростання конкуренції від інших країн робить українські інформаційні послуги менш привабливими для міжнародних споживачів. Інші країни можуть пропонувати більш якісні, інноваційні та доступні послуги, що зменшує популярність українських послуг на міжнародній арені.

Таким чином, успішна участь українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг залежить від урахування та ефективного керування цими різноманітними факторами.

Загалом, успішність участі українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг залежить від комплексу факторів. Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності є виведення на ринок нових видів продукції, зниження ціни на послуги, широке використання рекламних заходів, реалізація товару через більшу кількість торгових представників та впровадження інновацій. Керівництво компанії повинно простежувати зміни, що відбуваються в умовах глобальної конкуренції, і проводити різноманітні перетворення в політиці надання послуг.

Висновки до розділу 1

Вивчення теоретичних аспектів міжнародного ринку інформаційних послуг дозволило з'ясувати ключові поняття, класифікацію цих послуг та важливість розуміння особливостей цього ринку для українських компаній. Ринок інформаційних послуг є складним середовищем, де конкуренція посилюється за рахунок глобалізації та швидкого розвитку технологій. Успішна участь українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг залежить від врахування таких факторів, як

економічна ситуація, технологічні можливості, політична стабільність та конкурентні переваги.

Важливою є розробка стратегій, що враховують ці фактори, та ефективне маркетингове планування для підвищення відомості про українські інформаційні послуги на міжнародному ринку. Такі заходи допоможуть збільшити конкурентоспроможність українських компаній та сприятимуть зростанню їхньої присутності на міжнародному ринку. Важливим етапом є також постійне вдосконалення якості та інноваційність послуг, що пропонуються, для забезпечення задоволення потреб клієнтів та збільшення їхньої лояльності.

У цілому, розуміння та врахування особливостей міжнародного ринку інформаційних послуг є ключовим для успішної експортної діяльності українських компаній у цьому секторі.

РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

2.1 Особливості українського ринку інформаційних послуг

У наш час відбуваються значні зміни в усіх сферах людського життя. Важливу роль у цих трансформаціях відіграє швидкий розвиток науково-технічного прогресу, а також глобальна інформатизація передових країн світу. Останнім часом інформаційні технології швидко поширюються практично по всьому світу. За останні два десятиліття лідери в цій галузі здобули значні успіхи в створенні глобальних інформаційних мереж. Перед поширенням інформаційних технологій країни, які розвивалися, майже не мали зв'язків на глобальній арені політики та економіки. Сьогодні вони мають можливість використовувати свої інформаційні можливості і, таким чином, дані держави мають дуже великі шанси зміцнити конкурентні позиції на світовій арені.

Україна не є винятком у цьому контексті. Останні роки в Україні спостерігається стрімкий розвиток інформаційних технологій, що призводить до значного зростання обсягів цифрової економіки та впливає на різноманітні сфери суспільного життя. Однією з таких сфер є ринок інформаційних послуг в Україні.

У останні десятиліття в Україні питання розвитку інформаційних технологій стали одним із найбільш актуальних, оскільки вони визнані державними органами як ключовий фактор у соціальному та економічному зростанні. Лише протягом 2017 року було прийнято ряд важливих для країни законів, постанов, концепцій, що містили питання використання інформаційних технологій у різних сферах життєдіяльності. Прикладом можуть служити такі документи, як Закони України "Про освіту" (з урахуванням дистанційного навчання), "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України", "Про внесення змін до Податкового кодексу

України для покращення інвестиційного клімату" (з врахуванням створення електронних кабінетів), "Концепція розвитку електронного урядування в Україні до 2020 року", Указ Президента України "Про рішення Ради національної безпеки і оборони України "Про Доктрину інформаційної безпеки України"", Постанова Національного банку України "Про затвердження Положення про організацію заходів із забезпечення інформаційної безпеки в банківській системі України" та інші. [18].

Отже, сфера інформаційних технологій є стратегічно важливою для нашої країни. Тому дослідження її розвитку важливі за різними аспектами набувають особливої актуальності.

Перед початком повномасштабної війни галузь інформаційних технологій була однією з найбільш привабливих для потенційних працівників. Пізніше, бажання займатися ІТ лише зросло. Однак, як у багатьох інших успішних історіях, залишаються невирішені проблеми:

1. Глобальна економічна рецесія, яка призвела до звільнення десятків тисяч співробітників у 2022 році відомими міжнародними компаніями, такими як Amazon, Google, Microsoft. Отже, загальна тенденція свідчить про зменшення ринку праці.
2. Особливості воєнного часу, у тому числі складнощі з мобілізацією працівників. Більшість фахівців з ІТ працюють як ФОПи й не підлягають призову на військову службу.
3. Висока конкуренція серед кандидатів, зменшення попиту на початківців в галузі ІТ. Саме в категорії «інформаційні технології, комп'ютери, інтернет» спостерігається найбільша конкуренція серед шукачів роботи, яка у деяких випадках перевищує середні показники ринку в 30 разів. Для роботодавців це шанс відібрати найкращих спеціалістів та створити мотивовані команди для розвитку бізнесу та подальшого відновлення сектору. [19].
4. Ризик блекаутів для українських ІТ-компаній має серйозні наслідки через залежність від надійного електропостачання для функціонування

обладнання і мережі. Наслідками блекауту можуть бути збитки від припинення роботи, втрата даних, порушення термінів виконання проектів та негативний вплив на репутацію компанії. Такі ситуації приводять до втрати клієнтів і конкурентноспроможності на ринку послуг. Перед початком повномасштабного вторгнення, ринок праці в категорії «інформаційні технології, комп'ютери, інтернет» обвалився в 7 разів, з 9,887 до 1,363 вакансій. Ситуація загалом на ринку праці ще погіршилася, із зменшенням кількості пропозицій роботи вдесятеро, за даними системи управління наймом Work.ua. У вересні 2022 року, після досягнення піку у 4,909 пропозицій роботи, вакансії в галузі ІТ знову зменшилися. Це пов'язано з обстрілами енергетичної інфраструктури України та подальшими перебоями з електрикою та зв'язком [19].

5. В Україні розташування області має значний вплив на кількість вакансій на ринку праці. Найбільше пропозицій роботи в категорії «інформаційні технології, комп'ютери, інтернет» можна знайти в Київській (1,731 вакансія), Львівській (387), Дніпропетровській (353), Одеській (257) та Харківській області (100). За цими даними, Харківщина має найнижчу частку відновлення ринку праці в Україні. Раніше вона була одним з осередків ІТ-кластера, що пояснює велику кількість вакансій. Найбільше відновлення досягнуто в Закарпатській (127%, 42 вакансії), Хмельницькій (111%, 93 вакансії) та Чернівецькій області (107%, 58 вакансій). Це пов'язано з переміщенням компаній із прифронтових регіонів, де спостерігається менше відновлення. Згідно з даними Асоціації "IT Ukraine", 45% українських ІТ-компаній здійснили повну або часткову релокацію, переважно в межах України [19].

Важливо зазначити, що відсутність механізму короткострокових відряджень за кордон також ускладнює розвиток галузі ІТ та наближення до показників лютого 2022 року. Іноземні клієнти утримуються від співпраці з українськими ІТ-компаніями через ризики.

Усі ці фактори перешкоджають сфері ІТ йти в ногу із загальними тенденціями на ринку праці та наблизитися до показників лютого 2022 року. Зважаючи на ризики, іноземні клієнти не поспішають співпрацювати з представниками українського ІТ.

Сьогодні ринок інформаційних послуг має негативну тенденцію, про це свідчить експорт ІТ-послуг. Ми можемо проглянути тенденцію експорту інформаційних послуг України за останні роки на рисунку 2.1.

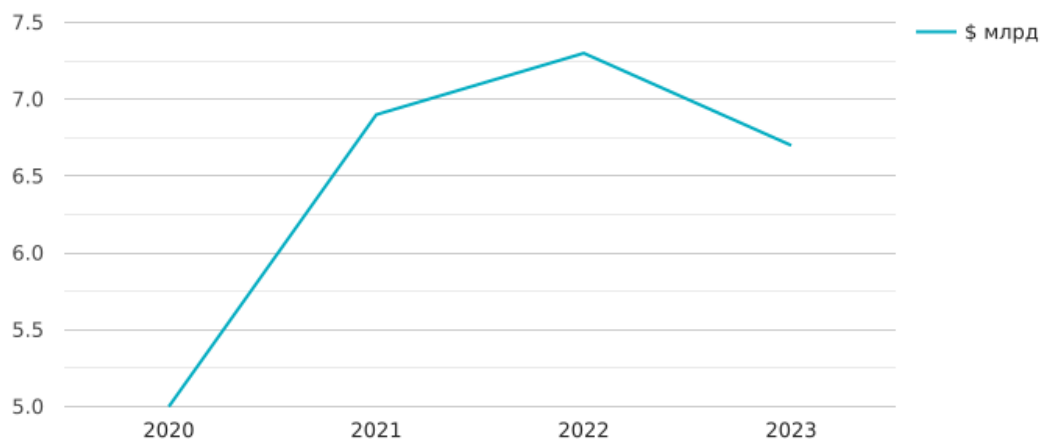


Рисунок 2.1 - Експорт інформаційних послуг України в період з 2020 по 2023 рік

Джерело: розроблено автором за даними [20, 21, 22]

Аналізуючи графік, можна сказати, що COVID-19 сприяв зниженню показників експорту, так, у другому кварталі 2020 року він знизився проти першого кварталу на 1,8%. Але далі продовжив зростати і за підсумками року показав приріст на 20% щодо 2019-го.

У 2020 році зростання ІТ-експорту продовжилося на фоні скорочення експорту товарів та послуг та склав 5 млрд. дол. США.

З 2020 року по 2022 рік тенденція була позитивною, експорт зростав з кожним роком. Для порівняння, у 2021 році обсяг експорту інформаційних послуг виріс на 36% порівняно з 2020 роком. У 2021 році експорт ІТ-послуг склав 6,8 млрд. дол. США. 2022 рік завершився із рекордним показником експорту – \$7,34 млрд, свідчить статистика Нацбанку. Це найбільша сума за часи незалежності. На ІТ прийшла майже половина всього експорту

послуг. У 2022 році ІТ виявилось єдиною сферою, що зберегла позитивну динаміку. Попри повномасштабну війну ІТ залишається одним з найбільших драйверів економічного розвитку України [20].

До початку повномасштабного вторгнення приріст ІТ-експорту був майже щомісяця, але у березні 2022-го відбулося зниження на 38% проти рекордного лютневого зростання на 839 млн. дол. США [23].

Обсяг експорту ІТ-послуг з України 2023 року впав до рівня 2021 року, скоротившись на 8,5%, або 622 млн. дол. США порівняно з показником 2022 року - до 6,7 млрд. дол. США. Український експорт ІТ-послуг за результатами усього минулого року скоротився на 8,5%. За прогнозами, ситуація не стане простішою. Показники січня найгірші за всі місяці від початку повномасштабного вторгнення росії. Відтак, падіння ІТ-індустрії буде продовжуватися й у 2024 році [20].

Зменшення експорту інформаційних послуг з України на міжнародний ринок може бути пов'язане не тільки з війною, а з іншими факторами, які в сукупності з повномасштабним вторгненням посилюють негативну тенденцію.

Розглянемо, таку характеристику ІТ-компаній, як прибутковість. У 2022 році, дві треті частини загального чистого доходу, який був задекларований українськими ІТ-компаніями, були сконцентровані у столиці України – це 123.7 мільярди гривень з загальної суми в 184.4 мільярда гривень. У самому Києві офіційно зареєстровано 3013 компаній з інформаційних технологій, що становить 52.4% від усіх, які мають відому ненульову виручку. Цей дохід був згенерований протягом 2022 року, першого року війни.

Зі значним відривом від столиці на ІТ-мапі України (Рисунок 2.2) помітні такі полюси концентрації бізнесу у сфері інформаційних технологій як Львівська (10.4% доходів), Харківська (8.1%), Дніпропетровська (4.2%), Вінницька (3.4%) та Одеська області (1.7%).

Найменші суми чистих доходів від реалізації продукції в 2022 році задекларували ІТ-компанії регіонів із значною часткою тимчасово окупованих територій: Луганської, Донецької та Херсонської областей [24].

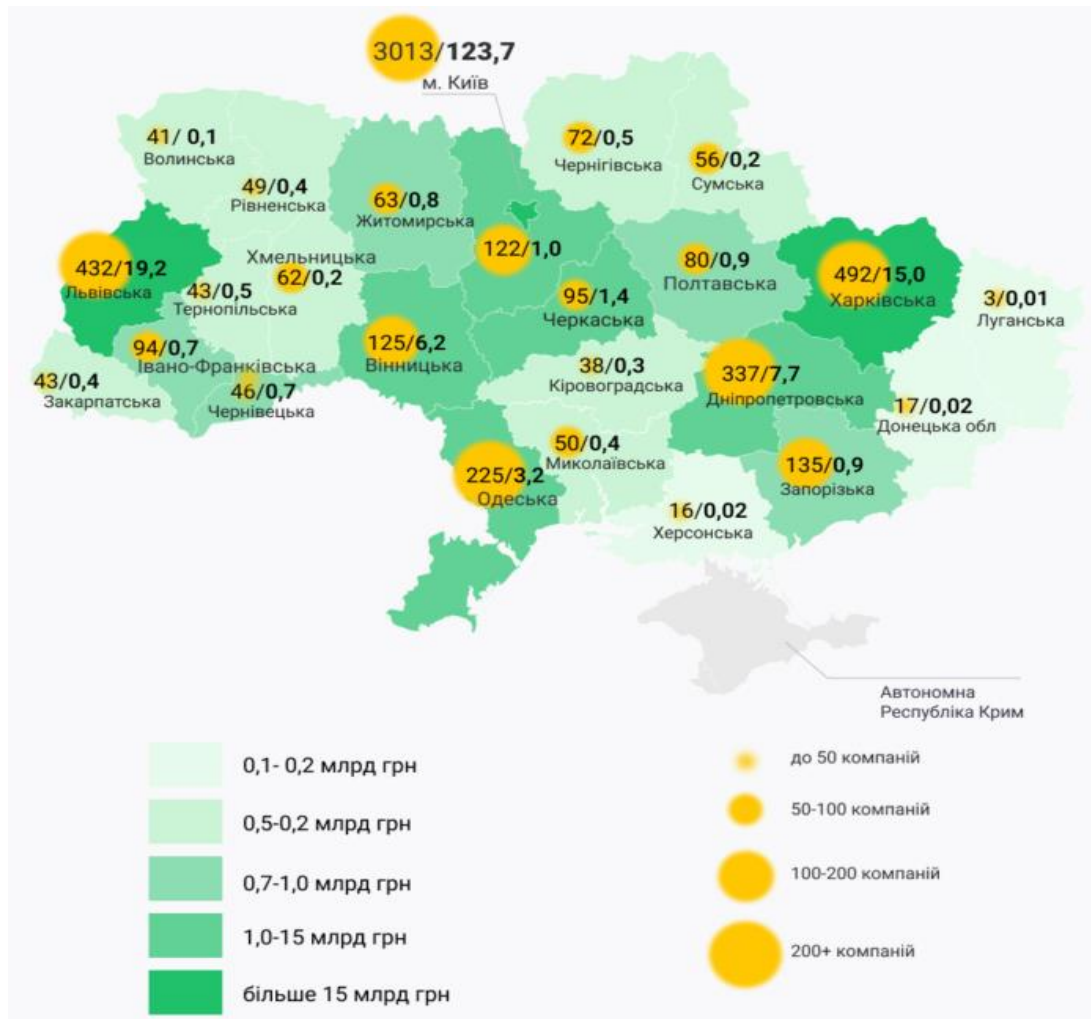


Рисунок 2.2 – Карта ІТ компаній України за доходами у 2022 р.

Джерело: [24]

ФОПи (Фізичні особи-підприємці) у сфері інформаційних технологій в Україні є важливим інструментом для розвитку малих і середніх ІТ-бізнесів. Ця форма підприємництва дозволяє індивідуальним підприємцям займатися різноманітною діяльністю в галузі ІТ.

ФОПи в сфері ІТ користуються певними перевагами, зокрема спрощеною системою оподаткування, можливістю самостійно визначати режим оподаткування (податок на прибуток або єдиний податок), а також можливістю вести бізнес без необхідності створення юридичної особи.

Однак, ФОПам у сфері ІТ доводиться стикатися з певними викликами і ризиками, такими як нестабільність ринку, конкуренція, зміни в законодавстві щодо оподаткування та інші. Тим не менш, багато ФОПів у цій галузі успішно функціонують, розвивають свої бізнеси та сприяють загальному розвитку ІТ-індустрії в Україні.

Протягом першого року війни найшвидшими темпами зростала кількість активних ІТ-ФОПів у Волинській, Хмельницькій, Кіровоградській, Полтавській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях. Великий приріст індивідуальних айти-бізнесменів на рівні 17-20% спостерігався у західних і центральних регіонах, які відносно менше постраждали від агресивних дій противника.

Варто враховувати, що значна частина юридично активних ІТ-ФОПів фактично припинили свою діяльність через такі фактори, як переїзд за кордон та зниження попиту на їх послуги, навіть за умов тривалого розстрочення сплати єдиного податку при нульовому поданні звіту. Це протягом певного часу не надавало стимулу айтивцям визнавати факт припинення своєї бізнес-діяльності в українській юрисдикції.

Номінальне зростання окремих індикаторів ІТ-сектору, таких як офіційна кількість ФОП чи гривнева виручка, може маскувати невтішні тенденції руйнівного впливу воєнно-політичних та макроекономічних факторів на галузь, яка традиційно розглядалася як двигун майбутнього успіху української економіки. [24].

Із вищенаведених даних, стає зрозуміло, що роль ІТ-сфери постійно зростає, тому вивчення цієї галузі економіки, відстеження динаміки її розвитку та вплив державних інституцій на ці процеси є нагальним питанням державного регулювання. Додаткової актуальності необхідності проведення ефективного державного регулювання надає той факт, що ІТ-підприємства є джерелом надходження валютних коштів до країни й альтернативою еміграції для освічених працездатних людей віком від 22-х

до 33-х років і таким чином формує середній клас за рівнем доходів в Україні [25].

Слід зазначити, що показники розвитку ІТ-сфери були б набагато кращі, якби не фактори, які уповільнюють її розвиток.

Далі, розглянемо основні ІТ-компанії на українському ринку.

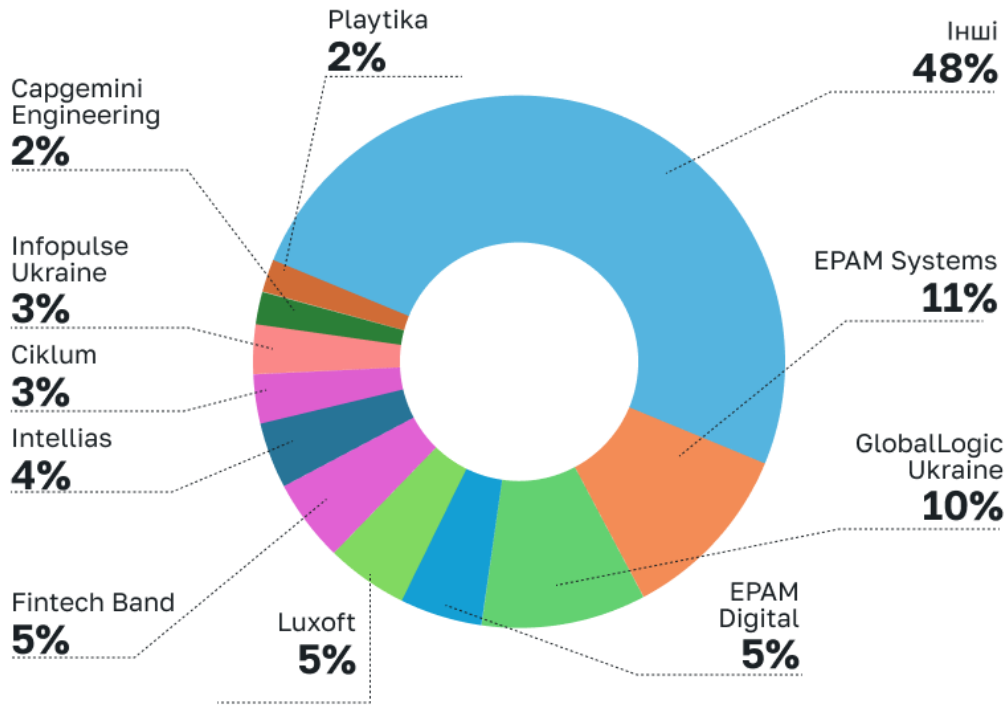


Рисунок 2.3 – Топ 10 найбільших гравців від загального доходу компаній у сфері ІТ на 2023 рік

Джерело: [26]

Найдохіднішими компаніями на українському ІТ-ринку є наступні сервісні компанії: EPAM, GlobalLogic і Luxoft.

Таблиця 2.1 – Топ 10 українських ІТ компаній за 2023 рік

Місце	Компанія	Дохід 2023	Прибуток 2023	Динаміка доходу
1	SoftServe	25-30 млрд грн	н/д	н/д
2	EPAM Systems	20.2 млрд грн	3.45 млрд грн	+37%
3	GlobalLogic Ukraine	11.5 млрд грн	1.1 млрд грн	+49%
4	Genesis	7.5 млрд грн	н/д	н/д
5	Ajax Systems	6-6.5 млрд грн	н/д	н/д
6	Luxoft	5.9 млрд грн	292 млн грн	+63%
7	DataArt	5.1 млрд грн	н/д	н/д
8	Ciklum	4.8 млрд грн	96 млн грн	+19%
9	Intellias	4.1 млрд грн	214 млн грн	+79%
10	Infopulse	3.4 млрд грн	513 млн грн	+26%

Джерело: [27]

На першому місці опинилась компанія SoftServe з доходом приблизно 25-30 млрд грн. Друге місце займає основна дочірня компанія холдингу EPAM Systems в Україні з задекларованим чистим виторгом 20 млрд грн, що на 37.5% вище показника 2022 року. На третьому – GlobalLogic Ukraine (чистий дохід 11.5 млрд грн, +49%). Четверте місце посідає Genesis з доходом 7.5 млрд грн, п'ятірку лідерів замикає Ajax Systems (6-6.5 млрд грн). Шосте місце посідає Luxoft Solutions (чистий дохід 5.9 млрд грн, +63%). Зрозуміло, що високі темпи приросту номінованої в гривні виручки впродовж першого року війни обумовлені високою часткою валютних доходів з огляду на зовнішню структуру замовлень даних глобальних компаній [24].

Аналізуючи діючі ІТ-компанії в Україні, важливо враховувати, що не всі вони спеціалізуються на внутрішньому (вітчизняному) ІТ-ринку. Тому при проведенні аналізу ІТ-ринку необхідно враховувати різні типи ІТ-компаній, такі як ті, що працюють за моделями аутсорсингу, аутстафінгу та стартапи, і не завжди є учасниками внутрішнього ІТ-ринку.

У більшості випадків основний інтерес ІТ-компаній, які зосереджені в Україні, полягає в підборі висококваліфікованих фахівців для роботи над проектами іноземних інвесторів та замовників.

Яскравим прикладом такої бізнес-моделі є компанія Luxoft – провідний постачальник послуг з розробки програмного забезпечення та інноваційних ІТ-рішень, заснований у Швейцарії зі штаб-квартирою у Швейцарії з 2000 року. Клієнтська база компанії складається головним чином з великих транснаціональних корпорацій, а в Україні компанія працює з 2005 року. Luxoft входить у рейтинг топ-100 постачальників аутсорсингових послуг світу.

Серед ІТ-компаній України Luxoft відрізняється інвестиційним потенціалом, оскільки є складовою корпорації Luxoft Holding Inc., акції якої котируються на NASDAQ. Сьогодні Luxoft налічує понад 12 000 співробітників та має офіси на 5 континентах, у 16 країнах з 30 офісами та 27 центрами доставки. [28]. У свою чергу, українська компанія Luxoft – це складова міжнародної корпорації, яка зорієнтована на успішне виконання складних високотехнологічних проектів іноземних замовників, зокрема, створення програмних розробок для європейських корпоративних клієнтів у сфері фінансів, автомобілів та ін [29].

2.2 Аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародних ринках

SoftServe — це провідна ІТ-компанія, що займається консалтингом та надає послуги у сфері цифрових технологій. Ми забезпечуємо інноваційність, якість і швидкість, яких очікують наші клієнти та їх користувачі.

SoftServe – найбільша глобальна ІТ-компанія з українським корінням, яка спеціалізується у сфері розробки програмного забезпечення та надання консультаційних послуг. Компанія, заснована у Львові в 1993 році, сьогодні є однією з найбільших розробників програмного забезпечення у Центральній та

Східній Європі, а також найбільшою аутсорсинговою компанією в Україні. SoftServe має представництва у восьми країнах світу. Її головні офіси розташовані в Остіні (Техас, США) та Львові (Україна). Компанія спеціалізується на розробці програмного забезпечення та наданні консалтингових послуг, займаючи провідні позиції у своїй сфері на ринку Центральної та Східної Європи. В офісах у Львові працює 2500 працівників (за останній рік кількість зросла на 10%), загалом в Україні – 4500 осіб. У 2014 відкрито філію і в польському Вроцлаві, зараз там працює 100 осіб.

За час існування компанія SoftServe значно розвинулася, зокрема, вийшла на міжнародний рівень у 2000 році та відкрила свою американську штаб-квартиру у Форт-Майєрсі, штат Флорида, у 2008 році. Отже, перші офіси компанії SoftServe в Америці з'явилися, а в останній час компанія активно розширює свою мережу представництв у Європі.

Першим клієнтом SoftServe стала компанія "General Electric", над замовним проектом якої працювало лише декілька людей. З часом SoftServe почав розвиватися, поглиблювати свою експертизу, розробляти власні проекти та активно залучати нових клієнтів. У Європі офіси компанії розташовані у Великобританії, Німеччині та Нідерландах. Більшість розробницьких офісів SoftServe знаходяться в Україні, але за останні кілька років такі центри розробки з'явилися також у Польщі та Болгарії [30].

Компанія активно займається дослідженнями та розробками (R&D) і приділяє особливу увагу передовим технологіям, таким як квантові обчислення, сенсорні технології та штучний інтелект у галузях медицини, хімії та квантової фізики.

SoftServe також активно співпрацює з освітніми установами, такими як Львівська бізнес-школа при Українському католицькому університеті, підкреслюючи її внесок у розвиток професійних знань та підготовку майбутніх ІТ-спеціалістів. Така співпраця відображає стратегічний підхід компанії до розвитку талантів, інвестування в освіту та наукові дослідження, які є ключовими елементами її успіху.

У 2005 році для підтримки та розвитку ІТ-освіти SoftServe створив власний університет. Згодом, у його структурі з'явився підрозділ Центру Розвитку талантів, куди входить SoftServe Academy, що пропонує низку комплексних і взаємодоповнювальних навчальних рішень, аби розпочати кар'єру в ІТ. Кожен охочий може спробувати себе на реальних проектах компанії й пройти у SoftServe Academy стажування або ж обрати для себе один із понад 20 навчальних курсів [31].

Академія SoftServe відіграє важливу роль у навчанні нового покоління ІТ-спеціалістів та у підвищенні кваліфікації досвідчених фахівців. У 2022 році ця платформа продемонструвала значний зріст у сфері освіти, розвитку та досягнення успіхів, щоб задовольнити зростаючий попит на ІТ-фахівців на світових ринках. На рисунку 2.4 можна простежити позитивну динаміку кількості випускників Академії SoftServe.

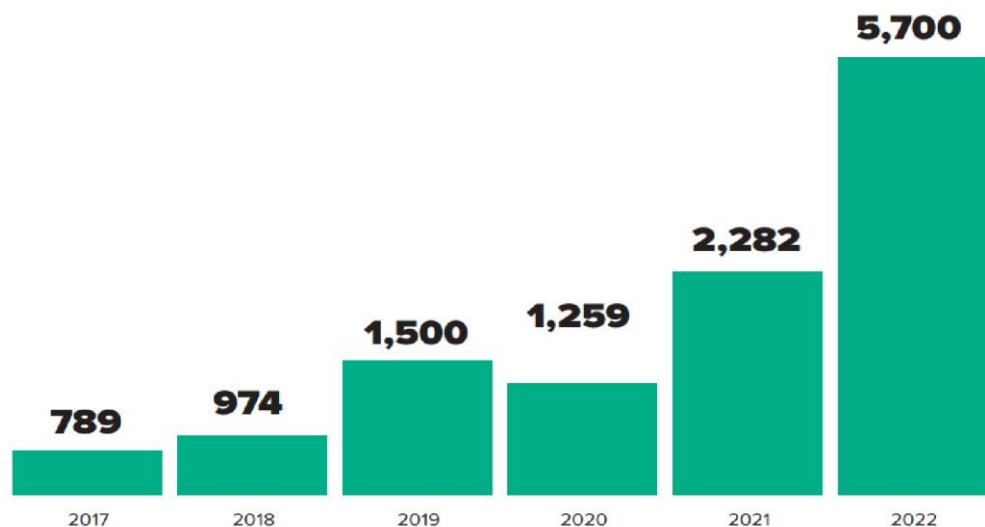


Рисунок 2.4 - Динаміка кількості випускників Академії SoftServe

Джерело: [32]

Компетенції SoftServe включають співпрацю з провідними платформами та технологіями у галузі цифрових послуг. Компанія має статус провідного консалтингового партнера Amazon Web Services і визначається як ключовий сервісний партнер Google Cloud. Також SoftServe вступила в партнерські відносини з Microsoft та NVIDIA, демонструючи своє

зобов'язання до інтеграції та інновацій у використанні передових цифрових технологій. Ці партнерства свідчать про дуже високий рівень технічної компетенції та довіри на світовому ринку інформаційних послуг.

Основними клієнтами SoftServe є великі та відомі гравці, такі як Panasonic, Atlassian, IBM, Deutsche Bank, Cisco, Cloudera, що свідчить про високий рівень довіри від інших компаній та визнання у цьому секторі. Орієнтація компанії SoftServe на міжнародну співпрацю, з фокусом на ринки Північної Америки, Європи, Азії та Близького Сходу, підтверджує її амбіції та стратегічний підхід до розвитку на світовому рівні.

Одним із головних та креативних проєктів на даний час є створення кампусу у Львові. 16 липня 2021 року ІТ-компанія SoftServe оголосила про покупку непрацюючої Львівської виправної колонії №48. Цю територію купили в ході відкритого онлайн-аукціону Міністерства юстиції за 377,5 млн грн. У приміщеннях і на території планують провести реновацію, вони будуть відкриті для всіх, не тільки для співробітників. В кампус входитимуть офіси, приміщення для корпоративного університету, конференц-зали, виставкові зали, музей науки [33].

SoftServe — одна з найбільших компаній, яка донатить та допомагає під час війни, спрямувавши на допомогу країні суму в 650 мільйонів гривень. Найбільшим проєктом є Drive for Life корпоративного фонду SoftServe «Відкриті очі», який стартував минулого року і включає закупівлю, обладнання та доставку 123 автомобілів, серед яких швидкі та медичні автомобілі, на передову. До свого 30-річчя компанія анонсувала закупівлю ще 100 карет швидкої допомоги, визнаючи це як спосіб безпосередньо допомогти в порятунку життів.

Протягом останніх двох років в SoftServe також активно розвивається технологічне волонтерство, яке доповнює волонтерську діяльність компанії та набуває нових масштабів. В межах внутрішньої програми Open Tech, компанія на волонтерських засадах реалізувала більше 20 проєктів, спрямованих на допомогу Україні. Серед них створення вебсайту для фонду

«Повернись живим», платформи Damaged.in.ua для аналізу руйнувань інфраструктури під час війни, платформи для адопції тварин Look 4 Paws, які залишилися без власників через війну, та багато інших. [30].

Для майбутнього розвитку штучного інтелекту R&D-директор найбільшої IT-компанії SoftServe Володимир Карпів розглядає три можливі сценарії. Перший - розвиток моделей штучного інтелекту може зупинитися. Другий - вони можуть почати проявляти властивості аналітичного, логічного та просторового мислення. Третій - штучний інтелект може досягти рівня, порівнянного з людиною.

У вересні 2023 року SoftServe анонсувала створення лабораторії генеративного штучного інтелекту. Рекрутери компанії проводили пошуки 15 фахівців у шести країнах. Дослідженнями штучного інтелекту в SoftServe займається лабораторія GenAI Lab. Розробкою цієї лабораторії займається відділ досліджень і розробок SoftServe, в якому працює більше сотні осіб. [34].

Компанія SoftServe активно залучає штучний інтелект у свою роботу. Штучний інтелект допомагає підвищити ефективність IT-проектів. Компанії намагаються розробляти власні інструменти або ліцензувати відомі на ринку рішення. Використання штучного інтелекту не обмежується написанням коду. Його можна використовувати для перевірки якості розробленого коду, створення документації, збору вимог до проекту та управління проектами [34].

SoftServe, аутсорсер, що базується в Україні, оголосив про придбання компанії Hoverstate, яка займається розробкою мобільних додатків та веб-сайтів. Компанія вважає, що об'єднання зусиль із сильним постачальником послуг цифрової трансформації - найкращий спосіб надавати своїм клієнтам виняткові цифрові рішення [35].

Hoverstate, американо-італійська компанія, має значний досвід у сфері автоматизації процесів та є стратегічним партнером Pega - відомої платформи з низьким рівнем коду. Ця експертиза допоможе підсилити пропозиції

SoftServe на світовому ринку. Клієнти компанії отримують доступ до швидких хмарних процесів та ефективного розроблення за допомогою даних та аналітики, штучного інтелекту та машинного навчання [37]. Придбання Hoverstate допоможе SoftServe розширити свої можливості та запропонувати більш інноваційні та ефективні рішення своїм клієнтам, що може позитивно вплинути на експортні показники у майбутньому.

У зв'язку з цим придбанням, важливо розглянути останні дані щодо експорту інформаційних послуг компанії SoftServe в період з 2020 по 2023 рік, щоб оцінити динаміку розвитку компанії, яка зображена на рисунку 2.5.

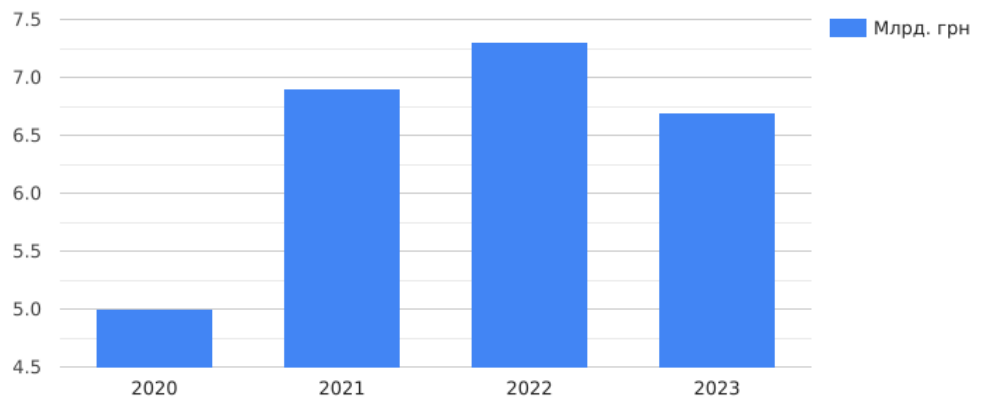


Рисунок 2.5 – Експорт інформаційних послуг компанії SoftServe

Джерело: складено автором за даними [38,39]

Експорт інформаційних послуг компанії SoftServe в період з 2020 по 2023 рік демонструє змішані тенденції. Нижче наведено детальний опис змін в обсягах експорту протягом цього періоду:

У 2020 році експорт інформаційних послуг компанії SoftServe склав 5 мільярдів гривень. У 2021 році спостерігалось значне зростання обсягів експорту, яке досягло 6,9 мільярда гривень. Це свідчить про збільшення на 1,9 мільярда гривень, або приблизно на 38% порівняно з попереднім роком. Такий приріст обумовлений розширенням ринків збуту, збільшенням кількості клієнтів, впровадженням нових інформаційних послуг.

У 2022 році експорт зріс до 7,3 мільярда гривень. Це ще одне зростання, хоча й не таке значне, як у попередньому році. Різниця між 2022 і 2021 роками складає 0,4 мільярда гривень, що дорівнює приросту приблизно на 5,8%. Це вказує на те, що компанія змогла утримати позитивну динаміку зростання навіть під час війни, хоча темпи зростання дещо знизилися.

У 2023 році обсяги експорту зменшилися до 6,7 мільярда гривень. Це зниження на 0,6 мільярда гривень, або приблизно на 8,2% порівняно з 2022 роком. Це може свідчити про проблеми, з якими зіткнулася компанія, такі як економічні зміни, нестабільна ситуація в країні тощо, які вплинули на обсяги експорту.

Компанія SoftServe змогла значно збільшити обсяги експорту інформаційних послуг з 2020 по 2022 рік, але зіткнулася зі зниженням у 2023 році. Для стабілізації ситуації та подальшого зростання необхідно врахувати всі фактори, що вплинули на експорт у 2023 році, та мінімізувати їх вплив на експорт.

2.3 Стратегії виходу українських компаній на міжнародний ринок інформаційних послуг

Однією з важливих особливостей української економіки є тенденція до поглиблення інтеграції в світове господарство та активного розвитку нових форм міжнародного обміну. Міжнародний ринок інформаційних послуг відрізняється високим рівнем конкуренції, швидким розвитком і високою інноваційністю, а також специфікою послуг. У зв'язку з цим компанії, що працюють на міжнародному ринку інформаційних послуг, змушені постійно покращувати свій товар, розширювати асортимент і якість послуг, оптимізувати процеси виробництва та управління, а також використовувати всі доступні ресурси та інструменти для протидії зростаючій конкуренції. Вихід на міжнародний ринок є складним і багатогранним процесом, який

вимагає ретельного планування, стратегічного мислення та глибокого розуміння міжнародних економічних умов.

Важливу роль у цьому процесі відіграє стратегія діяльності компанії, яка визначає пріоритетні стратегічні цілі щодо виходу на міжнародний ринок інформаційних послуг. Стратегії виходу на міжнародний ринок надають компаніям різні шляхи досягнення своїх глобальних цілей. Існує велика кількість стратегій для виходу на міжнародний ринок. Вибір відповідної стратегії залежить від багатьох факторів, таких як розмір компанії, її ресурси, характер продукції або послуг, особливості цільових ринків, рівень конкуренції та нормативно-правові обмеження в різних країнах. Ми розглянемо основні стратегії, які компанії можуть використовувати для виходу на міжнародний ринок.

Міжнародна бізнесова практика виділяє три основні стратегії виходу на зовнішній ринок:

1. Експортування;
2. Спільне підприємництво;
3. Пряме інвестування (рисунок 2.6).

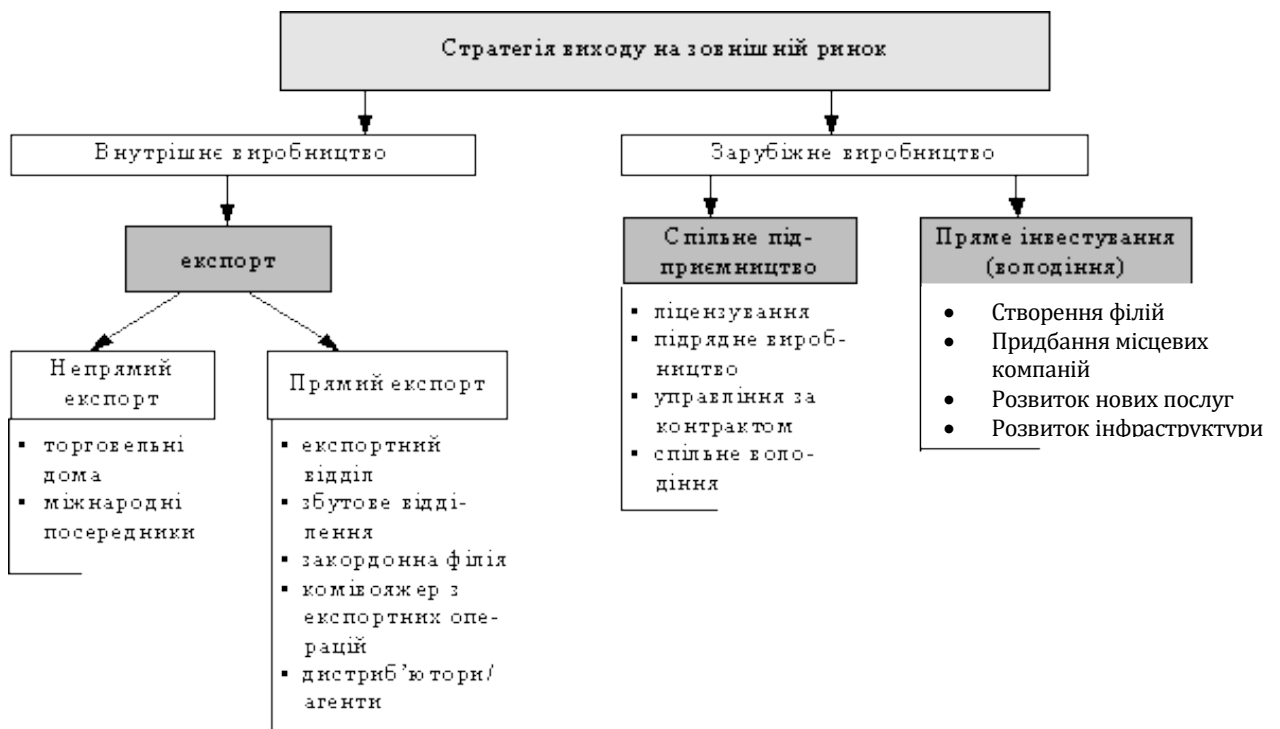


Рисунок 2.6 – Стратегії виходу на зовнішній ринок

Джерело: [40]

При експортній стратегії виробництво залишається на національній території, що має свої переваги та недоліки. Спільні підприємства та прямі інвестиції передбачають організацію виробництва за кордоном. При цьому деякі форми спільного підприємництва здійснюються на основі контрактів і без додаткових інвестицій, тоді як спільна власність і прямі інвестиції вимагають інвестицій, тобто довгострокових вкладень капіталу в компанії, соціально-економічні програми, підприємницькі та інноваційні проекти. Це призводить до розрізнення контрактної та інвестиційної форм стратегій виходу на зарубіжні ринки.

Експорт є найпоширенішою формою початкового виходу на зовнішні ринки. Загалом, експорт - це вивезення товарів, які продаються іноземним покупцям для безпосереднього споживання, продажу або переробки. Застосовуючи експортну стратегію, компанія виробляє товари у власній країні і пропонує їх на експорт у модифікованому або незміненому вигляді. Переваги цього методу:

- вимагає мінімальних змін у товарному асортименті та структурі підприємства;
- потребує мінімальних інвестиційних витрат та поточних фінансових зобов'язань;
- забезпечує мінімальний ризик при вході на ринок та легкість виходу [41].

У свою чергу, експорт розрізняють на прямий та непрямий. Прямий експорт передбачає, що компанія безпосередньо займається продажем своїх товарів або послуг на іноземні ринки, без залучення посередників. Один з підходів до прямого експорту – це безпосередній продаж, коли компанія укладає контракти безпосередньо з іноземними клієнтами або дистриб'юторами. Це може бути зроблено через відвідування виставок, бізнес-місій або прямі переговори. Онлайн-продажі також є популярним методом, де компанія використовує власні веб-сайти або інтернет-платформи

для продажу послуг за кордон. Це особливо ефективно для малих та середніх підприємств. Ще один підхід – відкриття власних представництв або філій в інших країнах. Компанія може створювати торгові представництва, де працюють місцеві співробітники, що займаються продажами, маркетингом та обслуговуванням клієнтів.

Непрямий експорт передбачає залучення посередників, які допомагають компанії продавати її послуги на іноземні ринки. Це зменшує ризики та витрати, пов'язані з виходом на нові ринки, але може зменшити контроль над дистрибуцією та маркетингом. Одним з варіантів непрямого експорту є використання послуг експортних агентів, які діють від імені компанії та допомагають знаходити покупців, укладати контракти, отримуючи комісію за свої послуги. Місцеві торгові агенти у країнах-імпортерах також можуть продавати послуги на місцевому ринку від імені компанії. Ще один варіант – використання експортних торгових компаній (ЕТК), які спеціалізуються на експорті та можуть придбати продукцію у виробника і самостійно займатися її продажем за кордоном. Деякі ЕТК надають повний комплекс послуг, включаючи маркетинг, логістику, фінансові операції та управління ризиками.

Міжнародні трейдери також можуть бути залучені до непрямого експорту. Торговельні будинки – це великі міжнародні компанії, які купують продукцію у виробників і продають її на різних ринках, пропонуючи широке портфоліо послуг та добре розвинену інфраструктуру. Міжнародні дистриб'ютори спеціалізуються на імпорті та дистрибуції товарів у конкретних регіонах або країнах. Експортні консорціуми – це спільні експортні організації, де декілька малих та середніх підприємств об'єднуються для спільного експорту своєї продукції, що дозволяє зменшити витрати та ризики, а також покращити конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Експорт також здійснюється через міжнародні аукціони та біржі, де продукція продається через аукціони, де покупці з різних країн можуть змагатися за право купівлі, або через біржі, що забезпечує прозорість цін та

стабільність угод. Міжнародні біржі та аукціони інформаційних послуг є спеціалізованими платформами, де відбувається купівля-продаж інформаційних продуктів та послуг. Нижче наведено кілька прикладів таких бірж та аукціонів:

Flippa – це одна з провідних онлайн-бірж для купівлі та продажу веб-сайтів, доменних імен, мобільних додатків та онлайн-бізнесів. Ця платформа надає послуги аукціону, де продавці можуть виставляти свої цифрові активи на продаж, а покупці можуть робити ставки. Вона розташована в Мельбурні, Австралія, і Остіні, штат Техас, США, була заснована в червні 2009 року Марком Харботтлом і Меттом Міцкевичем [42].

Empire Flippers – це платформа, яка дозволяє купувати та продавати онлайн-бізнеси. Вони проводять детальний аналіз і верифікацію бізнесів, що продаються, забезпечуючи надійність угод для покупців та продавців [43].

NameJet – це аукціонна платформа, яка спеціалізується на преміальних доменних іменах. Вона надає можливість купувати та продавати домени через аукціони та пряму купівлю [44].

Freelancer.com – це платформа для фрілансерів, де можна знайти роботу або запропонувати свої послуги. Вона також проводить аукціони, де клієнти можуть оголошувати проекти, а фрілансери можуть пропонувати свої ціни на їх виконання [45].

Upwork – одна з найбільших платформ для фрілансерів, де замовники можуть виставляти проекти, а фрілансери пропонувати свої послуги. Вона також підтримує систему тендерів та аукціонів для визначення виконавців проектів. Компанія пропонує глобальний майданчик з пошуку роботи і низку програмних продуктів для роботодавців, які хочуть найняти і співпрацювати з віддаленими фахівцями. Розташована вона в Маунтін-В'ю. oDesk заснували 2003 року грецькі підприємці Одісей Цалатос і Стратіс Караманлакис [46].

Ці платформи дозволяють компаніям та приватним особам купувати і продавати інформаційні послуги та цифрові активи, забезпечуючи зручні та безпечні умови для здійснення угод.

Прямий і непрямий експорт мають свої переваги та недоліки, і вибір між ними залежить від багатьох факторів, включаючи розмір компанії, ресурсні можливості, специфіку продукції та ринкові умови.

Спільне підприємництво компаній, які продають інформаційні послуги на міжнародному ринку, є ще однією ефективною стратегією для розширення бізнесу та посилення переваг. Спільні підприємства дозволяють компаніям об'єднувати ресурси, досвід і ринки для досягнення спільних цілей.

Важливим аспектом спільного підприємництва є об'єднання ресурсів, що дозволяє компаніям спільно використовувати фінансові, технічні, людські та інші ресурси для реалізації масштабних проектів, які були б недоступні для окремих компаній.

Спільні підприємства також дозволяють компаніям легше виходити на нові міжнародні ринки, користуючись місцевими знаннями та контактами партнерів, що особливо важливо для інформаційних послуг, де локальна адаптація є критичною. Участь у спільному підприємстві дозволяє компаніям розподіляти фінансові та операційні ризики між партнерами, що зменшує індивідуальний ризик кожної компанії. Крім того, спільна робота над проектами сприяє обміну знаннями та технологіями між компаніями, що призводить до інноваційних рішень та покращення якості інформаційних послуг. Це дозволяє компаніям конкурувати з більшими гравцями на ринку, об'єднуючи свої сильні сторони та пропонуючи клієнтам більш комплексні та привабливі рішення.

Одним із прикладів успішного спільного підприємництва українських компаній з іноземними партнерами є співпраця компанії SoftServe з міжнародними технологічними гігантами. Компанія активно співпрацює з провідними світовими технологічними компаніями, включаючи Google, Microsoft та Amazon.

SoftServe і Google об'єднали зусилля для спільного розвитку хмарних рішень. У рамках цієї співпраці SoftServe надає клієнтам консультаційні послуги з міграції та оптимізації робочих навантажень у хмару Google Cloud.

Вони разом працюють над створенням нових продуктів і рішень, що допомагають компаніям з різних галузей ефективніше використовувати можливості хмарних технологій [47].

SoftServe також є партнером Microsoft, надаючи послуги з інтеграції та впровадження рішень на базі Microsoft Azure. Це партнерство дозволяє SoftServe пропонувати своїм клієнтам комплексні рішення для цифрової трансформації, використовуючи передові технології Microsoft. Спільні проекти включають розробку рішень для обробки великих даних, машинного навчання та штучного інтелекту.

Співпраця SoftServe з Amazon Web Services (AWS) полягає в наданні послуг з розробки та впровадження рішень на базі AWS. SoftServe допомагає клієнтам переходити на інфраструктуру AWS, оптимізувати витрати та підвищувати продуктивність. Це партнерство дозволяє клієнтам отримувати доступ до найсучасніших хмарних рішень і технологій [48].

Таке спільне підприємництво дозволяє SoftServe значно розширювати свою присутність на міжнародному ринку, надаючи клієнтам більш комплексні та інноваційні рішення. Для іноземних партнерів співпраця з українською компанією дозволяє отримувати доступ до висококваліфікованих фахівців та ефективно розвивати свої продукти та послуги. Спільні підприємства, такі як ці, допомагають покращувати конкурентоспроможність на глобальному ринку, об'єднуючи ресурси, знання та технології різних компаній. Таким чином, приклад співпраці SoftServe з такими гігантами, як Google, Microsoft та Amazon, демонструє, як українські компанії можуть успішно співпрацювати з іноземними партнерами, створюючи спільні підприємства для досягнення взаємовигідних результатів.

Ліцензування, підрядне виробництво та управління за контрактом є складовими частинами стратегії спільного підприємництва.

Українська компанія може ліцензувати свої технології, знання та інтелектуальну власність іноземним партнерам для використання на

міжнародних ринках. Це включає передачу прав на використання програмного забезпечення, технологій або інших продуктів у заміну за плату.

Українська компанія може укласти угоду з іноземним партнером про виробництво продукції чи надання послуг на їхній території. Це може бути корисним для розширення виробництва та обслуговування клієнтів у нових регіонах.

Компанія укладає угоди з іноземними партнерами на управління проектами чи послугами на їхній території. Це дозволяє українській компанії надавати професійне управління проектами або послугами на міжнародному ринку, забезпечуючи якість та ефективність виконання контрактів.

Ці стратегії використовують у рамках спільного підприємництва, коли українська компанія співпрацює з іноземними партнерами для спільного входу на міжнародний ринок інформаційних послуг.

Стратегія інвестування передбачає безпосередні інвестиції у створення або придбання активів за межами власної країни з метою розвитку бізнесу на зовнішніх ринках. Нижче наведено кілька головних аспектів прямого інвестування для виходу на міжнародний ринок інформаційних послуг:

1. Створення філій або представництв - компанія створює свої філії або представництва на міжнародних ринках для надання своїх послуг. Це дозволяє підприємству бути ближче до клієнтів та краще розуміти місцеві ринкові умови.
2. Придбання місцевих компаній - компанія купує місцеві компанії, які вже працюють на міжнародних ринках інформаційних послуг. Це допомагає швидше вийти на зовнішні ринки та скоротити час на побудову власного бізнесу.
3. Розвиток нових продуктів або послуг - інвестування в дослідження та розробку нових продуктів або послуг, призначених специфічно для міжнародного ринку, допомагає залучати нових клієнтів та стати конкурентоспроможними на нових ринках.

4. Розвиток інфраструктури - інвестування у створення або покращення інфраструктури на міжнародних ринках допомагає компанії забезпечити високу якість своїх послуг та задовольнити потреби клієнтів.
5. Участь у спільних підприємствах - компанія вступає у спільні підприємства з місцевими партнерами для спільного розвитку бізнесу на міжнародних ринках. Це зменшує ризики та забезпечує доступ до місцевих знань та ресурсів.

Пряме інвестування в міжнародні ринки інформаційних послуг є ефективною стратегією для розширення бізнесу та забезпечення стійкого розвитку компанії на міжнародному рівні.

Вибір оптимальної стратегії для виходу українських компаній на міжнародний ринок інформаційних послуг залежить від багатьох факторів, включаючи розмір компанії, її ресурси, досвід роботи на міжнародних ринках, ризики та цілі. Розглянемо переваги та недоліки кожної зі стратегій в таблиці 2.2: експортування, спільне підприємництво і пряме інвестування, щоб визначити найбільш підходящу.

Таблиця 2.2 – Переваги та недоліки стратегій виходу на міжнародний ринок

Стратегія	Переваги	Недоліки
Експортування	Низькі початкові витрати	Менший контроль
	Швидкість виходу на ринок	Лімітоване розуміння ринку
	Менші фінансові ризики	Обмежені можливості для розвитку
Спільне підприємництво	Доступ до місцевого ринку	Поділ прибутку
	Поділ ризиків та ресурсів	Проблеми управління
	Синергія (поєднання знань, технологій та ресурсів)	Залежність від партнера
Пряме інвестування	Повний контроль над бізнесом	Високі початкові витрати
	Довгострокова присутність	Вищі ризики
	Глибше розуміння ринку	Бюрократичні перешкоди (отримання дозволів, ліцензій, дотримання місцевих законів)

Джерело: складено автором

Експортування є привабливою стратегією завдяки низьким початковим витратам і швидкості виходу на ринок. Цей підхід дозволяє уникнути значних фінансових ризиків, оскільки не потребує створення фізичної присутності за кордоном. Однак, ця стратегія має недоліки, включаючи менший контроль над якістю обслуговування та брендингом, обмежене розуміння місцевого ринку і обмежені можливості для розвитку довгострокових відносин з клієнтами.

Спільне підприємництво передбачає партнерство з місцевими компаніями, що дозволяє швидко отримати доступ до нових ринків та клієнтів, розподілити фінансові та операційні ризики, а також створити додаткову цінність завдяки поєднанню знань, технологій та ресурсів. Проте, така стратегія вимагає поділу прибутку з партнером, можливі конфлікти в управлінні через різні корпоративні культури та цілі, а також залежність від надійності партнера.

Пряме інвестування забезпечує повний контроль над усіма аспектами бізнесу, включаючи якість, брендинг та стратегію, і сприяє довгостроковій присутності на ринку. Це дозволяє глибше розуміти місцеві потреби та швидше адаптуватися до змін. Однак, ця стратегія вимагає значних фінансових інвестицій на старті, має високі ризики у випадку невдачі через значні вкладення і може зустріти бюрократичні перешкоди у вигляді отримання дозволів та ліцензій.

Для малих та середніх компаній найкращим вибором буде експортування, оскільки це дозволяє мінімізувати фінансові ризики та швидко вийти на ринок, надаючи можливість випробувати ринок без великих інвестицій і зрозуміти, чи варто вкладати більше ресурсів у майбутньому.

Для великих компаній з достатніми ресурсами та амбіціями на тривалій термін оптимальним варіантом може бути пряме інвестування, оскільки воно забезпечує повний контроль та можливість глибоко інтегруватися в місцевий ринок. Для компаній, які шукають баланс між ризиком та можливостями, спільне підприємництво може бути гарним компромісом, оскільки воно

дозволяє поділити ризики і використовувати знання місцевого партнера, зберігаючи можливість розвитку бізнесу на нових ринках.

Кінцевий вибір залежить від конкретних цілей та ресурсів компанії, але ці загальні рекомендації можуть слугувати корисним орієнтиром.

Далі розглянемо план, який допоможе українським компаніям вийти на міжнародний ринок інформаційних послуг, забезпечуючи стабільний ріст і розвиток.

1. Аналіз ринку та конкурентного середовища

Перш за все, потрібно розпочати з глибокого аналізу цільових ринків. Це включає оцінку попиту на інформаційні послуги, визначення основних гравців, їх сильних та слабких сторін. Потрібно виконати SWOT-аналіз для оцінки власних сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.

2. Вибір цільових ринків

Далі потрібно визначити конкретні країни або регіони на основі культурної, економічної, правової сумісності та ринкового потенціалу, вибрати ніші, де компанія може запропонувати унікальну цінність.

3. Створення конкурентної переваги

Для збільшення конкурентної переваги треба інвестувати в нові технології та забезпечити високу якість послуг. Потрібно розробити сильний бренд, який буде асоціюватися з надійністю та високими стандартами.

4. Вибір стратегії входу на ринок

Можна почати з експорту послуг, щоб мінімізувати початкові витрати і ризики. Потрібно розглянути можливість партнерства з місцевими компаніями для зниження бар'єрів входу. При досягненні певного рівня впевненості та стабільності, можна почати інвестування у створення представництв або філій.

5. Маркетинг і продажі

Для збільшення продажу треба використовувати інструменти цифрового маркетингу: SEO, соціальні медіа, контент-маркетинг, для залучення клієнтів. Для розширення аудиторії, створення мережі контактів і

просування бренду потрібно представляти компанію на міжнародних виставках та конференціях.

6. Правові та регуляторні питання

Щодо правових аспектів роботи в інших країнах, потрібно отримувати консультації, включаючи питання оподаткування, ліцензування та захисту інтелектуальної власності. Діяльність компанії повинна відповідати місцевим нормативам і стандартам.

7. Управління ризиками

Для того, щоб вберегти компанію від можливих втрат та ризиків, компанії повинні розробляти фінансові моделі та бізнес-плани з урахуванням потенційних можливостей та використовувати страхування для захисту.

8. Локалізація та адаптація послуг

Для збереження цільового ринку треба адаптувати продукти та послуги до культурних особливостей місцевості, перекладати та пристосовувати контент на мови цільових ринків.

9. Розвиток персоналу

Розвиток персоналу компанії - не менш важливий аспект для успіху. Інвестиція в навчання співробітників, особливо тих, хто буде працювати з міжнародними клієнтами, збільшує мотивацію працівників, підвищує їх кваліфікацію, що відзначається на ефективній роботі, пошуку нових рішень та вирішенні складних задач. Інвестуючи в співробітників, компанія одночасно інвестує в сам бізнес, вирощуючи талановитих професіоналів всередині компанії. Бізнес відмінно економить коштом навчання співробітників, оскільки на пошук і наймання час не витрачається взагалі. А набагато легше і вигідніше розвивати тих, хто вже працює в компанії [49].

10. Моніторинг та оцінка результатів

Після того, як компанія вийшла на міжнародний рівень, необхідно регулярно аналізувати ефективність стратегії та вносити корективи. Для покращення послуг треба збирати та аналізувати відгуки клієнтів.

Важливим інструментом стратегічного планування, який допомагає компаніям оцінити свої внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози є SWOT-аналіз [50]. Цей аналіз дозволяє українським компаніям, які планують вийти на міжнародний ринок інформаційних послуг, чітко зрозуміти їх позицію в глобальному контексті та розробити ефективну стратегію для успішного розширення.

У таблиці 2.3 ми розглянемо ключові аспекти, які впливають на здатність компаній конкурувати на міжнародному рівні, включаючи технічну експертизу, ринкову конкурентоздатність, культурні виклики, економічні та політичні ризики, а також потенційні можливості для росту і розвитку. Цей аналіз допоможе виявити пріоритетні напрямки для вдосконалення та визначити найбільш перспективні шляхи для досягнення успіху на міжнародному ринку інформаційних послуг.

Таблиця 2.3 – SWOT-аналіз українських компаній для виходу на міжнародний ринок інформаційних послуг

S (Strengths) – сильні сторони	W (Weaknesses) – слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Високий рівень технічної експертизи 2. Конкурентоздатні ціни 3. Гнучкість та адаптивність 4. Досвід роботи на міжнародних ринках 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обмежений досвід в управлінні міжнародними проектами 2. Брак ресурсів для масштабування 3. Культурні та мовні бар'єри 4. Низька впізнаваність бренду
O (Opportunities) – можливості	T (Threats) – загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростаючий попит на інформаційні послуги 2. Розширення ринків 3. Партнерства та альянси 4. Інноваційні технології 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока конкуренція 2. Економічні та політичні ризики 3. Правові та регуляторні бар'єри 4. Технологічні зміни

Джерело: складено автором

Почнемо із сильних сторін компанії. Перш за все, українські компанії виділяються високим рівнем технічної експертизи. Українські ІТ-фахівці відомі своїми технічними знаннями та інноваційними підходами.

Відносно низькі витрати на робочу силу дозволяють пропонувати послуги за конкурентними цінами. Це дає українським компаніям можливість приваблювати клієнтів, які шукають якісні послуги за доступними цінами, що є значною перевагою на міжнародному ринку.

Українські компанії часто демонструють високу здатність адаптуватися до нових умов та швидко реагувати на зміни ринку. Вони здатні оперативно впроваджувати нові технології, методології та підходи, що дозволяє їм залишатися конкурентоздатними в умовах динамічного ринку.

Багато українських компаній вже мають досвід роботи з міжнародними клієнтами та розуміють їхні потреби. Вони знайомі з вимогами та очікуваннями міжнародних ринків, що сприяє ефективному наданню послуг та налагодженню довгострокових партнерських відносин.

Далі розглянемо слабкі сторони. Обмежений досвід в управлінні міжнародними проектами призводить до того, що українські компанії можуть стикатися з труднощами у координації багатонаціональних команд та виконанні проектів, що вимагають значних управлінських навичок та досвіду.

Відсутність достатнього фінансування та ресурсів для швидкого масштабування бізнесу обмежує здатність компанії розширюватися та конкурувати з великими гравцями на міжнародному ринку.

Через культурні та мовні бар'єри виникають труднощі у спілкуванні та розумінні культурних особливостей цільових ринків. Різниця у мовах та культурних традиціях створює перешкоди для ефективної комунікації та ведення бізнесу.

Низька впізнаваність бренду: Відносно низька впізнаваність українських брендів на міжнародному ринку. Це може ускладнити процес залучення нових клієнтів та партнерів, оскільки їм може знадобитися більше часу для довіри до нових постачальників послуг.

Українські ІТ-компанії мають можливості для ведення успішного бізнесу на міжнародному рівні. Зростаючий інтерес на інформаційні послуги формує попит. Світовий ринок інформаційних послуг продовжує зростати, відкриваючи нові можливості для розширення.

Виходи на ринки, що розвиваються, мають потенціал для росту та розвитку бізнесу, тому що конкуренція ще не настільки висока.

Ще одна гарна можливість – це укладення стратегічних партнерств з міжнародними компаніями. Співпраця з іншими компаніями забезпечує доступ до нових технологій, ресурсів та ринків, що сприятиме швидшому розвитку бізнесу.

Використання нових технологій та інновацій для створення унікальних пропозицій для клієнтів є не менш важливою можливістю, яку треба брати до уваги. Інвестування в дослідження та розвиток може допомогти компанії виділитися на ринку та запропонувати клієнтам інноваційні рішення.

Успіх українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг залежить не лише від внутрішніх сильних сторін та можливостей, але й від здатності реагувати на зовнішні загрози. Наприклад, сильна конкуренція з боку інших міжнародних компаній, особливо з країн з розвинутими ІТ-індустріями, створює додатковий тиск на українські компанії в боротьбі за клієнтів та ринки.

Також нестабільність в Україні негативно впливає на довіру міжнародних клієнтів. Політична та економічна нестабільність створює ризики для ведення бізнесу та залучення інвестицій.

У роботі на міжнародних ринках можуть виникати складнощі з дотриманням місцевих законів і нормативних актів у різних країнах. Компанії можуть стикатися з різними регуляторними вимогами та бар'єрами такими, як ліцензування та сертифікація, захист даних та конфіденційність, податкове регулювання та трудове законодавство, що ускладнює вихід на нові ринки.

Технологічні зміни вносять свої корективи в міжнародне розширення компаній. Швидкий розвиток технологій вимагає постійного оновлення

навичок і знань. Компанії повинні постійно інвестувати в навчання та розвиток своїх співробітників, щоб залишатися конкурентоздатними.

Для успішного виходу на міжнародний ринок інформаційних послуг українським компаніям необхідно використовувати свої сильні сторони, такі як висока технічна експертиза та конкурентоздатні ціни, для подолання слабких сторін, таких як обмежений досвід у міжнародних проектах та мовні бар'єри. Важливо активно шукати нові можливості, включаючи розширення ринків і створення стратегічних партнерств, водночас мінімізуючи загрози, пов'язані з конкуренцією, економічними ризиками та технологічними змінами.

Висновки до розділу 2

Аналіз сучасного стану українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг показує значний потенціал для зростання та розвитку. Український ринок інформаційних послуг характеризується наявністю висококваліфікованих фахівців та конкурентоздатними цінами, що робить його привабливим для міжнародних клієнтів. Ключові учасники ринку демонструють високий рівень технічної експертизи, гнучкість та адаптивність, що дозволяє їм ефективно конкурувати на глобальному рівні.

Особливості українського ринку інформаційних послуг свідчать про його динамічний розвиток і здатність до швидкого адаптування до нових умов. Українські компанії активно розвиваються та виходять на міжнародні ринки, пропонуючи інноваційні рішення та високоякісні послуги. Ідентифікація ключових учасників на ринку дозволяє виділити такі компанії, як SoftServe, яка є однією з провідних ІТ-компаній України з широким спектром послуг та значним досвідом роботи на міжнародній арені.

Аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародному ринку підтверджує її прибутковість та ефективність. Компанія реалізувала кілька

ключових успішних проектів, що підвищили її репутацію та визнання серед міжнародних клієнтів. Стратегії розвитку SoftServe на міжнародних ринках включають розширення географії діяльності, інвестування в інноваційні технології та формування стратегічних партнерств.

Стратегії виходу українських компаній на міжнародний ринок інформаційних послуг повинні враховувати вибір оптимальної стратегії для участі на міжнародному ринку, розробку детального плану виходу та аналіз можливостей та загроз. Вибір між експортом, спільним підприємництвом та прямим інвестуванням залежить від специфіки компанії та її цілей. Розробка плану виходу на міжнародний ринок повинна включати детальний SWOT-аналіз, що допоможе визначити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози.

У цілому, українські компанії мають всі передумови для успішного виходу на міжнародний ринок інформаційних послуг, але для цього необхідно ретельно планувати кожен крок, враховуючи регуляторні вимоги та бар'єри, а також постійно інвестувати в розвиток своїх технологій та кваліфікацію працівників.

ВИСНОВКИ

Детальне вивчення обраної теми та проведення наукового дослідження було досягнуто головної мети кваліфікаційної роботи, що в свою чергу дає змогу зробити певні висновки. Перш за все варто зауважити, що у роботі було розглянуто комплекс завдань, які дозволили детально дослідити різноманітні аспекти інформаційного ринку та участь українських компаній на міжнародному рівні. Підсумовуючи проведене дослідження, можна зробити висновки.

1. Нами було досліджено сутність та класифікацію інформаційного ринку та інформаційних послуг. Інформаційний ринок є однією з найдинамічніших складових сучасної економіки, що об'єднує постачальників та споживачів інформаційних послуг. Інформаційні послуги включають широкий спектр діяльності, від консалтингових послуг до розробки програмного забезпечення та управління інформаційними системами. Класифікація інформаційних послуг дозволяє краще зрозуміти структуру ринку та його особливості.
2. В ході дослідження були виявлені особливості міжнародного ринку інформаційних послуг. Міжнародний ринок інформаційних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, технологічною динамікою та різноманітністю національних ринків. Основними учасниками цього ринку є як великі транснаціональні корпорації, так і малі та середні підприємства, які пропонують спеціалізовані послуги. Ринок інформаційних послуг почав активно розвиватися в другій половині XX століття з появою перших комп'ютерів та інформаційних систем. З розвитком інтернету та цифрових технологій, цей ринок набув глобального характеру, що дозволило компаніям з різних країн активно брати участь у міжнародній торгівлі інформаційними послугами.
3. Серед основних факторів, що впливають на успіх українських компаній на міжнародному ринку інформаційних послуг, нами були виділені наступні:

рівень кваліфікації ІТ-спеціалістів, конкурентоспроможні ціни на послуги, гнучкість та адаптивність до вимог клієнтів, а також інноваційний підхід та впровадження передових технологій. Міжнародний ринок інформаційних послуг відрізняється від локального не тільки масштабом, але й різноманітністю вимог, регуляторних норм та рівнем конкуренції. Для успішної діяльності на міжнародному ринку українські компанії мають враховувати ці особливості та розробляти відповідні стратегії.

4. Ми виявили, що український ринок інформаційних послуг демонструє зростання, зокрема завдяки високій якості послуг, конкурентоспроможності та здатності до інновацій. Це створює сприятливі умови для подальшого розвитку галузі та виходу на нові ринки. Водночас існують певні виклики, такі як правова та регуляторна невизначеність, нестабільна ситуація в країні тощо, що потребує вирішення для подальшого розвитку галузі. Ключовими учасниками українського ринку інформаційних послуг є великі компанії, такі як SoftServe, EPAM та інші. Ці компанії активно працюють як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

5. Аналіз діяльності компанії SoftServe на міжнародному ринку інформаційних послуг показав, що SoftServe є одним з лідерів українського ринку інформаційних послуг, що успішно працює на міжнародному рівні. Її стратегія спрямована на постійне розширення ринків збуту, вдосконалення послуг та інновації. Прикладом цього є недавнє придбання компанії Hovestate, що дозволяє SoftServe зміцнювати свої позиції на світовому ринку та розширювати спектр пропонованих послуг.

6. Нами було виявлено те, що для успішної діяльності на міжнародному ринку українські компанії повинні застосовувати комплексні стратегії, що включають диверсифікацію послуг та ринків, впровадження інноваційних технологій, побудову сильних партнерських відносин, а також підвищення кваліфікації персоналу. Вихід на світовий ринок інформаційних послуг відкриває перед українськими компаніями значні можливості для зростання та розвитку. Водночас існують певні загрози та можливості, які ми

проаналізували у SWOT-аналізі. До сильних сторін належать високий рівень кваліфікації українських ІТ-спеціалістів, конкурентоспроможні ціни на послуги та гнучкість у роботі з клієнтами. Слабкими сторонами є нестабільність правового та регуляторного середовища, недостатній рівень інвестицій у розвиток інфраструктури та маркетингові ресурси. Серед можливостей варто відзначити розширення на нові ринки, використання нових технологій та зростання попиту на ІТ-послуги у всьому світі. Загрози включають високу конкуренцію на міжнародному ринку, можливі економічні та політичні кризи, а також швидкі технологічні зміни, які вимагають постійного оновлення знань та навичок. Розробивши план виходу на міжнародний ринок, ми побачили, що він включає кілька етапів: аналіз цільових ринків та конкурентного середовища, визначення конкурентних переваг компанії, розробка маркетингової стратегії, впровадження системи управління якістю та забезпечення юридичної та регуляторної відповідності.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що українські компанії мають значний потенціал для успішної діяльності на міжнародному ринку інформаційних послуг. Високий рівень кваліфікації фахівців, конкурентоспроможність та інноваційний підхід є ключовими факторами успіху. Проте для досягнення стабільного зростання необхідно враховувати специфіку міжнародного ринку, ефективно управляти ризиками та постійно вдосконалювати свої послуги та стратегії. Придбання компанії Hovestate компанією SoftServe є яскравим прикладом того, як стратегічні інвестиції можуть сприяти зміцненню позицій на глобальному ринку та відкривати нові можливості для розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієнко В.М., Фінагіна О.В., Гафіяк А.М., Зінченко О.А. Концептуальні засади стратегічного розвитку інформатизації національної економіки. Донецьк: ДонНУ, 2011. 217 с.
2. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2658-ХІІ. Дата оновлення: 21.03.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 25.03.2024).
3. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 13.09.2001 р. № 2807-ІХ. Дата оновлення: 16.12.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 25.03.2024).
4. International Standard Industrial Classification of All Notivities (ISIC). Revision 4. United Nations. New York, 2008. URL: <http://unstats.an.org/unsd/publication/seriesM/scriesm4rev4c.pdf> (дата звернення: 25.03.2024)
5. Сороко В.М. Надання публічних послуг органами державної влади та оцінка їх якості: навч. посіб. Київ: НАУ, 2008. 240 с.
6. Стрельцова Н. Інформаційні послуги та їх види. *Адміністративне право і процес, фінансове право*. 2016. № 6. С. 45.
7. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 р. № 2250-р. Дата оновлення: 12.09.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.04.2024)
8. Теряник О., Особливості формування та дослідження регіонального ринку інформаційних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. С. 66-67.

9. Кудрявцева С.П., Колос В.В., Міжнародна інформація: навч. посіб. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2005. 400 с. URL: <https://buklib.net/books/21985/> (дата звернення: 05.04.2024)
10. Голидьбіна А.В., Язвінська Н.В. Особливості сучасного ринку ІТ-послуг та специфіка просування на ньому. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"* .Київ. 2017. № 14. С. 291-298. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2017_14_47
11. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: навч. посібник. Київ. 2002. 560 с.
12. Андрєєва Г. І., Ярошенко А. С. До питання якості інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності. *Ефективна економіка*. 2013. №2. С. 56.
13. SEO Та Digital-Маркетинг: Ключові Стратегії Для Успішного Просування Вашого Бізнесу В Інтернеті: веб-сайт. URL: https://vinnychany.info/ukraine/seo-ta-digital-marketynh-kliuchovi-stratehii-dlia-uspishnoho-prosuvannia-vashoho-biznesu-v-interneti/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw3NyxBhBmEiwAyofDYT9mFcVsW0hiXD45zWEyl5gaRBRhZlo7wrC1qw4SUdhGYP0fOhXh3RoCRREQAvD_BwE (дата звернення: 11.05.2024).
14. Ціноутворення на ринку інформаційних ресурсів і послуг. Бібліотека економіста: веб-сайт. URL: <https://library.if.ua/book/97/6758.html> (дата звернення: 11.05.2024).
15. Пойта І.О. Основні фактори і чинники впливу на розвиток ринку послуг. Міжнародний науковий економічний журнал. Харків: Бізнес Інформ, 2013. С.420.
16. Як високий рівень політичної нестабільності вплине на бізнес у 2021 році. EY Global: веб-сайт. URL: https://www.ey.com/uk_ua/geostrategy/what-elevated-levels-of-political-risk-mean-for-business-in-2021 (дата звернення: 11.05.2024).

17. Як культурні особливості впливають на ведення бізнесу? Delo.ua: веб-сайт. URL: <https://delo.ua/business/jak-kulturni-osoblivosti-vplivajut-na-vedennja-biznesu-290322/> (дата звернення: 11.05.2024).
18. Законодавство України веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 12.05.2024).
19. Ринок праці в ІТ відновився на 57%, а конкуренція серед шукачів б'є всі рекорди. Work.Ua: веб-сайт. URL: <https://www.work.ua/ru/articles/analytics/3149/> (дата звернення: 12.05.2024).
20. ІТ-послуги становлять найбільшу частку українського експорту — 41,5%. Економічна правда: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/12/14/707693/> (дата звернення: 13.05.2024).
21. У першому півріччі експорт ІТ-послуг з України зменшився на 9,3%. Суспільне: веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/540605-u-persomu-pivricci-eksport-it-poslug-z-ukraini-zmensivsa-na-93/> (дата звернення: 13.05.2024).
22. ІТ-послуги — єдина галузь бізнесу, що зросла у 2022 році. Опендатабот: веб-сайт. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/itexport-increased-2022> (дата звернення: 13.05.2024).
23. Як війна та світовий ринок впливають на ІТ-експорт України. Speka: веб-сайт. URL: <https://speka.media/yak-viina-ta-svitovii-rinok-vplivayut-na-it-eksport-ukrayini-9ejjxp> (дата звернення: 13.05.2024).
24. Розвиток ІТ в Україні: поточна ситуація та перспективи. Рубрика: веб-сайт. URL: <https://rubryka.com/blog/rozvytok-it-v-ukrayini/> (дата звернення: 13.05.2024).
25. Довгань Л. Є. Розвиток ІТ-сфери: проблеми та шляхи вирішення в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. *Актуальні проблеми економіки та управління*. Київ. 2018. Вип. 12. С. 52–59.

26. Рейтинг ІТ-компаній. Які прибутки під час війни в ЕРАМ, GlobalLogic та інших. Liga: веб-сайт. URL:<https://tech.liga.net/ua/technology/article/reitynh-it-kompanii-yaki-prybutky-pid-chas-viiny-u-eram-globallogic-ta-inshykh> (дата звернення: 14.05.2024).
27. Forbes назвав десятку найбільших ІТ-компаній України. Speka : веб-сайт. URL: [:https://speka.media/forbes-nazvav-desyatku-naibilsix-it-kompanii-ukrayini-spisok-9gr48p](https://speka.media/forbes-nazvav-desyatku-naibilsix-it-kompanii-ukrayini-spisok-9gr48p) (дата звернення: 14.05.2024).
28. Офіційний веб-сайт компанії Luxoft : веб-сайт. URL: <https://www.luxoft.com/> (дата звернення: 14.05.2024).
29. Кораблінова І. А. Актуальні проблеми дослідження ІТ-ринку України. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5997> (дата звернення: 14.05.2024).
30. Історія успіху SoftServe. Як компанія зі Львова підкорює світ. Твоє місто: веб-сайт. URL:https://tvoemisto.tv/exclusive/istoriya_ustpihu_softserve_globalna_kompaniya_z_lvivskym_korinnyam_77612.html (дата звернення: 14.05.2024).
31. Як воно – працювати понад 10, 20 років в одній компанії?. Ain: веб-сайт. URL:<https://ain.ua/special/softserve-30-anniversary/> (дата звернення: 15.05.2024).
32. Звіт зі сталого розвитку 2022. SoftServe : веб-сайт. URL:<https://www.softserveinc.com/uk-ua/corporate-social-responsibility/csr-report-2022> (дата звернення: 15.05.2024).
33. Навіщо SoftServe купила колишню в'язницю і що збирається там будувати. Український спектр : веб-сайт. URL:https://uaspectr.com/2021/08/06/softserve-kupyla-kolyshnyu-v-yaznytsyu/#google_vignette (дата звернення: 16.05.2024).
34. SoftServe увійшла у звіт «Магічний квадрант 2023» від Gartner. Forbes: веб-сайт. URL:<https://forbes.ua/news/softserve-uviyshov-u-zvit->

- [magichniy-kvadrant-2023-vid-gartner-dokhid-kompanii-vid-kastomnoi-rozrobki-programnogo-zabezpechennya-viris-na-30-05122023-17695](#) (дата звернення: 16.05.2024).
35. Спільний проєкт з Nvidia, галюцинації ШІ, вплив на ринок праці. Інтерв'ю про штучний інтелект із Володимиром Карпівим, R&D-директором найбільшої ІТ-компанії SoftServe. Forbes: веб-сайт. URL:<https://forbes.ua/innovations/spilnyy-proekt-z-nvidia-galyutsinatsii-shi-vplyv-na-rinok-pratsi-intervyu-pro-shtuchniy-intelekt-iz-volodimirom-karpovim-rampd-direktorom-naybilshoi-it-kompanii-softserve-15112023-17263> (дата звернення: 16.05.2024).
36. Український SoftServe купує американо-італійську компанію Hoverstate. Forbes: веб-сайт. URL:<https://forbes.ua/news/ukrainskiy-softserve-kupue-amerikano-italiysku-kompaniyu-hoverstate-forbes-rozpovidae-detali-i-potentsiynu-sumu-ugodi-07062023-14066> (дата звернення: 16.05.2024).
37. SoftServe купує компанію Hoverstate з офісами в США та Італії. Dou: веб-сайт. URL:<https://dou.ua/lenta/news/softserve-buys-hoverstate/> (дата звернення: 16.05.2024).
38. Рейтинг українських ІТ-підприємців — виручка компаній і чисельність співробітників. NV Бізнес: веб-сайт. URL:<https://biz.nv.ua/ukr/tech/rejting-ukrajinskih-it-pidpriyemciv-viruchka-kompaniy-i-chiselnist-spivrobitnikiv-50411543.html> (дата звернення: 16.05.2024).
39. ІТ-експорт перевищив \$5 млрд у 2020. Dou: веб-сайт. URL:<https://dou.ua/forums/topic/32803/> (дата звернення: 16.05.2024).
40. Типи стратегій виходу на зовнішній ринок. Букліб: веб-сайт: URL:<https://buklib.net/books/25867/> (дата звернення: 18.05.2024).
41. Плотницька С. І. Стратегія виходу організації на міжнародні ринки: конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. 47 с.

42. Офіційний веб-сайт компанії Flippa: веб-сайт. URL:<https://flippa.com/> (дата звернення: 18.05.2024).
43. Офіційний веб-сайт компанії Empire Flippers : веб-сайт. URL:<https://empireflippers.com/about-us/> (дата звернення: 18.05.2024).
44. Офіційний веб-сайт компанії Name Jet: веб-сайт. URL:<https://www.namejet.com/> (дата звернення: 18.05.2024).
45. Офіційний веб-сайт компанії Freelancer: веб-сайт. URL:<https://www.freelancer.com/> (дата звернення: 18.05.2024).
46. Офіційний веб-сайт компанії Upwork: веб-сайт. URL:<https://www.upwork.com/>(дата звернення: 18.05.2024).
47. Google Cloud визнали SoftServe партнером року за внесок у розвиток талантів. Lviv in cluster: веб-сайт. URL:<https://itcluster.lviv.ua/google-cloud-vyznaly-softserve-partnerom-roku-za-vnesok-u-rozvytok-talantiv/> (дата звернення: 18.05.2024).
48. SoftServe отримав статус провідного консалтингового партнера в AWS Partner Network. European Business Association: веб-сайт. URL:<https://eba.com.ua/softserve-otrymav-status-providnogo-konsaltingovogo-partnera-v-aws-partner-network/>(дата звернення: 18.05.2024).
49. Інвестиції в таланти. Hurma: веб-сайт. URL:<https://hurma.work/blog/investycziyi-v-talanty-shho-cze-i-navishho-potribni/> (дата звернення: 21.05.2024).
50. Що таке SWOT-аналіз? Дія Бізнес: веб-сайт. URL:<https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 21.05.2024).
51. Кондратенко Н. Д. Деякі підходи до оцінки цінності інформаційної послуги. Економіка та суспільство. Електронний журнал. 2020. № 22. URL:<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/114/109> (Index Copernicus).

52. Natalia Kondratenko. The researching of information inequality in the market of information services. Технологічний аудит та резерви виробництва. 2021. № 1 (57). С. 45-48. URL: <http://journals.uran.ua/tarp/issue/archive>
53. Кондратенко Н. Д. Трансформація ринку інформаційних послуг. Бізнес інформ. 2021. № 1. С.112-118.
54. Кондратенко Н. Д. Теоретичні підходи до аналізу сутності інформації. Deutsche Internationale Zeitschrift für zeitgenössische Wissenschaft. 2021. № 4.Vol. 2. P. 9–13.
55. Kondratenko N. D. Using e-commerce in international business. Innovative Educational Technologies: European Experience and Its Application in Training in Economics and Management. (July 20 – August 07, 2020). Riga, Latvia, 2020. P. 67–69.
56. Кондратенко Н. Д. Проблеми інформаційної безпеки ринку інформаційних послуг. Перспективи розвитку сучасної науки та освіти : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (30–31 січня 2021 р.). Ч. 1. С. 13–14.