

О. М. Пригодюк,
к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4706-391X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2024.24.97

ІМІДЖ В СИСТЕМІ ЗАХОДІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-СФЕРИ УКРАЇНИ

О. Pryodiuk,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management
and Business Administration, Cherkasy State Technological University

IMAGE IN THE SYSTEM OF INFORMATION MANAGEMENT MEASURES OF IT ENTERPRISES IN UKRAINE

У статті досліджено роль іміджу в системі інформаційного менеджменту підприємств ІТ-сфери України. Особливу увагу приділено аналізу сучасних викликів, з якими стикаються українські ІТ-компанії в умовах глобальної конкуренції, економічної трансформації та військових загроз. Визначено, що позитивний корпоративний імідж стає ключовим фактором утримання ринкових позицій, залучення талантів і побудови довгострокових партнерських відносин. Акцентовано увагу на стратегічній важливості інформаційного менеджменту для формування бажаного іміджу через інтеграцію інноваційних технологій, соціальну відповідальність і прозорість корпоративних дій. Проведено аналіз останніх досліджень у сфері інформаційного менеджменту та іміджевого забезпечення, а також визначено основні інструменти й технології, що дозволяють посилити репутацію ІТ-компаній. Стан ІТ-галузі в Україні вивчається на основі сучасних даних, які демонструють її значний внесок у національну економіку та конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Сформульовано практичні рекомендації щодо вдосконалення інформаційних стратегій для покращення іміджу, зокрема через соціальні ініціативи, участь у благодійних проектах і підтримку Збройних Сил України. Результати дослідження вказують на необхідність подальших наукових напрацювань у напрямі розвитку інформаційного менеджменту як ключового чинника стійкості та успіху ІТ-компаній.

The article examines the importance of image as a key element of information management of Ukrainian IT enterprises in the current conditions of globalization, economic transformation and military challenges. The image of an enterprise is defined as a multidimensional concept that includes social, economic and cultural components, aimed at building trust among clients, partners and society. Within the framework of the study, special attention is paid to the role of information management in creating a positive image, which is a necessary condition for attracting investments, expanding partnerships and maintaining competitiveness in the international market. The relevance of the topic is due to the high dynamics of the development of the IT industry, which occupies a leading place in the Ukrainian economy, as well as a significant share of its exports in the GDP structure. At

the same time, the Ukrainian IT industry faces numerous challenges, in particular, the relocation of specialists, changing working conditions, competition in the global market and the need to meet high standards of transparency and social responsibility. The article emphasizes that the formation of a positive image of IT companies is a multifactorial process that depends on such aspects as corporate culture, innovative developments, social initiatives and transparency of information flows. The latest research in the field of information management is analyzed, in particular the works of foreign and domestic scientists, which highlight the basics of information flow management in the conditions of the modern knowledge economy. The authors emphasize the insufficiency of research devoted to the specifics of image management in the Ukrainian IT sphere, which creates scientific and practical interest in the proposed topic. The article outlines the main information management tools that contribute to the formation of a positive image of enterprises, in particular the use of digital technologies, cloud services, CRM systems, social networks and big data. The issue of social responsibility is also considered, including support for volunteer initiatives, assistance to the Armed Forces of Ukraine and participation in humanitarian projects that strengthen the reputation of companies. The main part of the study is devoted to the analysis of the state of the Ukrainian IT industry for 2024, its resilience to external challenges and adaptability to new market conditions. The article provides examples of successful image strategies of leading companies, such as SoftServe, GlobalLogic, Ajax Systems, which actively support a corporate culture aimed at innovation, professional development and social responsibility. Based on the analysis, practical recommendations are formulated for improving information management to improve the image of IT companies. Among the main areas: investments in communication technologies, integration of social initiatives into corporate strategy, ensuring transparency of business processes and development of employee support programs. The importance of a creative approach to branding and active participation of companies in the formation of a positive media image is emphasized. The conclusions note that effective image management is an important component of the sustainability and competitiveness of Ukrainian IT companies. Further research in this area may be aimed at adapting information management strategies to global trends and implementing new technological solutions to strengthen Ukraine's position in the global IT arena.

Ключові слова: імідж, інформаційний менеджмент, IT— компанії, інновації, конкурентоспроможність.
Key words: image, information management, IT companies, innovation, competitiveness.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасна ІТ-сфера є однією з найдинамічніших галузей економіки, яка суттєво впливає на глобальний розвиток технологій та інновацій. Підприємства, що працюють у цій галузі, стикаються із необхідністю не лише розробляти інноваційні продукти, а й створювати конкурентоспроможний імідж для утримання своєї ринкової позиції. У світовій практиці імідж компанії визнається одним із ключових чинників її успіху.

В Україні підприємства ІТ-сфери діють у складних умовах ринкових трансформацій, глобалізації та мілітарних викликів, що вимагає розробки ефективних інструментів управління інформаційними потоками, побудови довіри серед клієнтів і партнерів. Водночас недостатньо досліджено, як сучасні технології

інформаційного менеджменту сприяють формуванню позитивного корпоративного іміджу в умовах зростаючої конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках.

Ця проблема є актуальною як для наукового вивчення, так і для практичного впровадження, оскільки управління іміджем впливає на залучення інвестицій, побудову моделі довгострокового партнерства в парадигмі відносин "бізнес-клієнт-ринкові інституції" і розвиток ІТ-індустрії загалом.

Розвиток інформаційної економіки суттєво трансформував інструменти та методи, які сприяють формуванню іміджу та забезпечують взаємодію з аудиторією. ІТ-сфера, як одна з ключових складових економіки знань, активно використовує інформаційний менеджмент для популяризації своїх продуктів, послуг та корпоративних цінностей. У цьому контексті інформаційний менеджмент стає не лише інструментом управління

інформаційними потоками, але й важливим прийомом стратегічного брендингу.

Сучасна інформаційна економіка характеризується високою залежністю від інноваційних технологій та ефективного управління інформацією. У цьому контексті ІТ-сфера відіграє провідну роль, впливаючи на розвиток економічних, соціальних та культурних процесів. Водночас у складних умовах глобальної конкуренції виникає потреба у формуванні позитивного іміджу ІТ-компаній та галузі загалом. Це потребує ефективного використання інформаційного менеджменту як інструменту для управління репутацією, залучення талантів і створення сприятливого середовища для інвестування.

Проте питання щодо стратегій інформаційного менеджменту для популяризації іміджу ІТ-сфери залишається недостатньо вивченим, що вимагає комплексного аналізу та пошуку ефективних рішень.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню основ системи знань інформаційного менеджменту присвячені праці видатних закордонних та вітчизняних науковців, топ-менеджерів, урядовців. Така зацікавленість актуальними питаннями теоретико-методичного та практичного просування різноманітних напрямів пов'язана з безперервним накопиченням знань, потребою в формалізації нових напрацювань, понятійно-категорійного апарату, концепцій, методик, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств. теоретичні надбання системи знань інформаційного менеджменту концентровано представлено в працях F. Machlup [2], Y. Masuda [3] та представників української наукової школи — Ю.Коваленко та Е.Бойченко. Вивченням різноманітних питань інформаційного менеджменту та його проєкції на практичну діяльність підприємств присвячені праці О. Матвієнко [5], В. Плєскач [8], І. Шевчук [13].

Однак, більшість робіт зосереджені на загальних аспектах інформаційного менеджменту, тоді як специфіка ІТ-сфери України, яка потребує адаптації до швидких змін технологічного середовища та глобального ринку, залишається недостатньо розкритою в контексті іміджевого планування, напрацювань цільових інструментів розробки та просування відповідних інформаційних потоків.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є визначення ролі інформаційного менеджменту у формуванні позитивного іміджу підприємств ІТ-сфери України, аналіз основних інструментів та методів управління іміджем, а також формулювання рекомендацій для їх практичного впровадження.

Окремим напрямом, розширенням знань щодо інформаційного менеджменту постає вивчення та практичне впровадження іміджевого забезпечення підприємств, формування бажаного та позитивного іміджу ІТ-бізнесу, що є інтересом кожної фірми.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Стан ІТ-сфери України на 2024 рік демонструє стійкість і динамічний розвиток, попри виклики, пов'язані з війною.

В Україні на даний час діє понад 2 300 активних ІТ-компаній. Основними центрами скупчення ІТ-компаній залишаються Київ, де налічується близько 3 000 компаній, Львівська область приносить 10,4% доходів галузі та Харківська область — 8,1% доходів. Усього в ІТ-галузі по Україні задіяно близько 300 тисяч спеціалістів [6].

У 2022—2023 роках ІТ-індустрія принесла Україні понад 14 млрд. доларів валютної виручки. Частка ІТ у ВВП України оцінюється у 6,5—17%. Внесок у державний бюджет значний — за останні шість років податкові надходження від ІТ-компаній зросли більш ніж утричі [1]. Щороку близько 10—12 тисяч нових фахівців входять у галузь через освітні програми, ІТ-школи та курси. У найближчі роки цей показник може зрости до 20—25 тисяч [9].

Україна залишається конкурентоспроможною на міжнародному ринку завдяки високій технічній кваліфікації фахівців та сприятливому бізнес-клімату. Головними напрямками експорту є програмування, консалтингові послуги та розробка програмного забезпечення [6].

Попри війну, українська ІТ-індустрія продовжує функціонувати. Деякі компанії перемістили офіси або розширили діяльність за кордоном. Гостро відчувається нестача кваліфікованих спеціалістів, що стимулює розвиток внутрішньої освіти та корпоративних програм підготовки. Запровадження спеціального податкового режиму створює сприятливі умови для зростання ІТ-компаній та залучення інвестицій.

Українська ІТ-сфера демонструє стабільний розвиток, залишаючись одним із ключових двигунів економіки. Основними перспективами є збільшення експорту послуг, розширення освітніх ініціатив і інтеграція в глобальні ринки, це дозволяє Україні залишатися конкурентоспроможною навіть у складних умовах.

Імідж ІТ-підприємств це унікальне відображення інформаційно-соціалізованого образу підприємства, що працює в сфері інформаційних технологій та інформаційного забезпечення, в зовнішній простір з метою досягнення його ідеалізованого сприйняття, конструкції спілкування. Імідж ІТ-сфери — це сукупність характеристик і асоціацій, які формують уявлення суспільства про галузь інформаційних технологій. У контексті оцінок діяльності українського ІТ, це включає високу професійність спеціалістів, інноваційність проєктів, експортний потенціал, актуалізованість продуктів, а також соціальну відповідальність компаній. Сформований позитивний імідж сприяє залученню інвестицій і партнерів на глобальному рівні [11].

Імідж кожного підприємства в комплексі закладає картину, характеристики, сприйняття ІТ-бізнесу, ІТ-іміджу усіх підприємств України. Що є синергетичним віддзеркаленням інформаційного прогресу в свідомості кожної людини.

Імідж, як категорія інформаційного менеджменту є складно утворюваним, потребує постійного оновлення знань, насичення новими, інноваційно зорієнтованими визначеннями, процесів, категорій.

Тема іміджу ІТ-підприємств інтегрована з знаннями інформаційного менеджменту та маркетингу, пов'язана

Фінансова допомога та донати	Українські IT-компанії перераховують частину своїх прибутків на підтримку армії та волонтерських організацій
Розробка технологічних рішень для ЗСУ	IT-компанії створюють програмні продукти для підвищення ефективності військових операцій, таких як розробка систем аналізу даних, картографічних інструментів та інших цифрових рішень
Підтримка працівників-волонтерів	IT-компанії заохочують своїх співробітників до участі у волонтерських ініціативах, забезпечуючи їм гнучкий графік або оплачувані дні для волонтерства. Деякі компанії підтримують ініціативи співробітників, спрямовані на збір коштів або допомогу переселенцям
Навчальні ініціативи та соціальні проекти	Організація курсів і тренінгів для ветеранів, переселенців або людей, які втратили роботу, сприяє їхній соціальній адаптації та професійному зростанню
Закупівля обладнання для ЗСУ	IT-компанії активно закуповують і передають дрони, тепловізори, бронезилети, а також комп'ютерну техніку для потреб ЗСУ.
Розробка спеціалізованих технологій	Розробка безпілотників, програмного забезпечення для кіберзахисту та аналітики військових даних є важливими напрямками, де українські IT-компанії демонструють інноваційний підхід.
Волонтерські ініціативи компаній	Поширеною практикою серед IT-компаній стало формування внутрішніх команд для організації гуманітарної допомоги, логістики або адресної підтримки окремих підрозділів ЗСУ

Рис. 1. Заходи участі у соціальних, волонтерських проектах та форми підтримки ЗСУ IT компаніями України

Джерело: узагальнено автором.

на з практичною діяльністю, сучасними інформаційними технологіями. Для інноваційного спрямування, висвітлення результатів практичної та наукової дослідницької діяльності дуже важливо підібрати актуальні, поширені терміни, знакові явища, які в подальшому сформулюють повноцінну картину наукових ідей та пропозицій в системі знань інформаційного менеджменту. Умови інформаційної економіки України відкривають нові можливості для впровадження інноваційних підходів, таких як штучний інтелект і блокчейн, для посилення конкурентних позицій IT-компаній на глобальних ринках [11].

Імідж українських підприємств IT-сфери має свої особливості та характеристики, котрі формують оцінки, що слід визнавати актуальними саме для цієї сфери діяльності, бізнес-орієнтації. Наявність не просто статичного іміджу, як картини окремих процесів, станів, явищ, думок, а ще й динамічність інформаційного образу, його проєкція в майбутнє, саме:

1. Поєднання з інформаційним, інтелектуальним, інноваційним прогресом в контексті подання оцінок — лідери та піонери в діяльності, успішні та прогресивні;

2. Співпадіння з векторами соціального, культурного прогресу, як орієнтації на масові послуги та відповідні оцінки;

3. Мультикультурність образів, характеристик, подання інформаційного контенту для формування позитивного корпоративного іміджу;

4. Розуміння насиченості конкурентами інформаційного простору та оцінками експертів від конкурентів. Ризики з подання інформації (якості, кількості, своєчасності, правдивості) щодо іміджу конкурентів;

5. Прозорість дій та демократичність організації процесів діяльності, інформаційна прозорість в кожному іміджевому заході, ресурсному забезпеченні;

6. Залежність від якості інформаційного менеджменту підприємства, рівня його організації, прогресивності, технічного та технологічного забезпечення. Інтегрованість із заходами інформаційного менеджменту;

7. Креативність у підходах індивідуалізації компанії з залученням інформаційних ресурсів;

8. Професіоналізм в залученні інструментарію та технологій іміджмейкінгу для популяризації компанії;

9. Насиченість концептами — бренду, місії, корпоративного стилю та презентації;

10. Визначність персоналу, його статусність на рівні конкурентів, рівень заробітної плати, кар'єрного зростання

11. Під час війни участь у соціальних та волонтерських проектах, підтримка працівників-волонтерів, роз-

робка технологічних рішень для ЗСУ;

12. Фінансова допомога та донати на ЗСУ, пряма робота на ЗСУ, така як закупівля обладнання та розробка спеціалізованих технологій.

Для українського інформаційного простору велике значення мають саме соціо-мілітарні заходи та успіхи, що формують напрями підтримки ЗСУ, переселенців, та постраждалого населення від війни з РФ (Рис. 1).

Українські IT-компанії відіграють значну роль у підтримці Збройних сил, забезпеченні гуманітарної допомоги та реалізації соціальних ініціатив. Ось кілька прикладів їхніх дій:

компанія SoftServe перерахувала 24 мільйони гривень податків наперед і додатково спрямувала 12 мільйонів гривень до благодійного фонду "Відкриті очі". Також передано ЗСУ бронезилети, рації, каски, подовжувачі та павербанки. SoftServe активно організовує збори серед працівників, що вже зібрали понад 1,2 мільйона гривень;

ініціатива "From Patriots to Patriots" дозволила компанії Ciklum передати понад 785 тисяч доларів на підтримку армії з 2014 року. У 2024 році компанія додатково виділила 1,5 мільйона гривень на потреби ЗСУ, а співробітники активно долучаються до зборів і волонтерських ініціатив;

компанія EPAM надала 10 мільйонів гривень Червоному Хресту України для медичних потреб і переселенців, а також передала 440 тисяч гривень організації ASAP Rescue. Крім того, працівники компанії

беруть участь у гуманітарних проектах та зборі коштів;

протягом січня-лютого 2022 року компанія ELEKS виділила 560 тисяч гривень через фонд "Повернись живим" і збільшила фінансування армії до 600 тисяч гривень на добу з початком активної фази війни. Також працівники компанії активно вступають до лав територіальної оборони та ЗСУ;

компанія GlobalLogic зібрала понад 500 мільйонів гривень на благодійність, з яких 15 мільйонів були спрямовані безпосередньо на потреби військових. Власні ініціативи працівників також сприяють масштабній підтримці [4].

Наявність більшості позитивних оцінок для підприємств вже є успіхом, іміджевим фактором, виконанням завдань позиціонування фірми, як стратегічного роботодавця, або показника лідера в галузевих проєктах ІТ — галузі. Відсутність таких позитивних оцінок вже буде індикатором негативного іміджу, або і взагалі проблем з інформаційним менеджментом на самому підприємстві (особливо якщо проєкти існують, а висвітлення не має). Такі критерії (скриті та відкриті) присутні в опитуваннях, анкетуваннях, що передбачають вивчення незалежних думок, широкого кола опитуваних.

Лідерами іміджевого забезпечення, якості іміджевих заходів в українському інформаційному просторі сьогодні слід визнавати найбільш впізнавані підприємства інтернет-торгівлі, посередництва інформаційних платформ, що обслуговують велику частку населення, поширюють та відкрито рекламують свої послуги в масмеді, соцмережах, маркетплейсах (ROZETKA), платформах онлайн — оголошень (OLX), і це не завжди співпадає з рейтингами найкращих, найбільш фінансового успішних підприємств.

Наведемо актуальний рейтинг найкращих ІТ-компаній України за 2023—2024 роки за різними категоріями:

лідерами за кількістю спеціалістів у 2023 році стали компанії EPAM Україна, SoftServe, GlobalLogic, Luxoft, та Ajax Systems (новий учасник великої п'ятірки). Усі ці компанії демонструють впливові позиції, хоча деякі з них втратили частину співробітників через релокацію та зниження попиту.

найкращими роботодавцями 2023 року, за відгуками працівників, у рейтингу DOU серед компаній з 800—1500 спеціалістів перше місце зайняла AllSTARSIT, за нею — SKELAR та Plarium. Для менших компаній лідерами стали inVerita, Linkup Studio, та Lionwood.software [7].

За версією Forbes "Найкращі роботодавці 2024", серед компаній виділено Intellias та Headway за стабільний розвиток та підтримку команди навіть у складні часи.

ІТ-ринок України демонструє стійкість і розвиток навіть у складних умовах, зосереджуючись на інноваціях і нових продуктах.

У контексті аналізу іміджу ІТ-компаній України в системі заходів інформаційного менеджменту варто розглянути, як формування рейтингу компаній та їхнє позиціонування впливають на сприйняття бізнесу, персоналу та ділового середовища.

Визначальні аспекти іміджу в ІТ-секторі України є: імідж як інструмент залучення талантів, позиціону-

вання на міжнародному ринку, значення прозорості та соціальної відповідальності. Імідж є ключовим фактором для утримання та залучення висококваліфікованих кадрів, що є основним ресурсом ІТ-компаній. Наприклад, AllSTARSIT та Intellias, які стабільно лідирують у рейтингах DOU і Forbes, демонструють, що спрямованість на корпоративну культуру та підтримку працівників сприяє створенню позитивного іміджу [9].

Умови повномасштабної війни примусили багато компаній, таких як SoftServe та GlobalLogic, зміщувати акценти на міжнародні офіси. Це не лише допомогло їм зберегти бізнес, а й дозволило підвищити міжнародну репутацію завдяки адаптивності та стійкості [12].

Половина ІТ-компаній України, за даними DOU, продовжують підтримувати спеціалістів, які мобілізовані до ЗСУ, зберігаючи їм фінансову компенсацію. Така відповідальність посилює репутацію компаній як соціально свідомих і патріотичних, що стає важливим іміджевим фактором у кризовий період [10].

Рекомендаціями для управління іміджем компанії є: створення якісного інформаційного контенту, адже формування іміджу потребує активної участі у медіа-просторі. Наприклад, регулярні звіти та аналітика на платформах DOU чи Forbes сприяють підвищенню впізнаваності компанії серед цільової аудиторії;

підтримка корпоративної культури, оскільки інвестиції в програми розвитку співробітників, як у SoftServe, забезпечують стабільність та позитивні відгуки, що критично важливо в умовах конкуренції за таланти;

інноваційний підхід, так як компанії, які активно розвивають нові технології, як лабораторії генерації штучного інтелекту у SoftServe, закладають основу для позитивного технологічного іміджу.

Формування іміджу в ІТ-сфері України — це багатофакторний процес, який включає в себе адаптацію до умов мілітарних станів, економічної та соціальної кризи, але при цьому зацікавленості в інноваціях, розширенні технологій соціальної відповідальності, нарощенні експортного потенціалу. І це постає неможливим без ефективного інформаційного менеджменту, як вектору руху до прогресу в бізнес-сфері. Для ІТ-компаній це є не лише питанням репутації, а й ключовим фактором стійкості та конкурентоспроможності в умовах глобального ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Імідж ІТ-підприємств є багатофакторним явищем в інформаційно-медійному просторі, його оцінка ґрунтується на великій кількості індикаторів. В нашій країні ключовими індикаторами повинні визнаватися ті, що формують високу соціальну та фінансову відповідальність підприємств в умовах мілітарних викликів сучасності.

Формування позитивного іміджу є стратегічно важливим для підприємств ІТ-сфери України, які прагнуть конкурувати на міжнародному рівні. Ефективне використання інструментів інформаційного менеджменту сприяє покращенню репутації, залученню нових клієнтів та партнерів, а також забезпечує довгострокову

стійкість бізнесу. Інформаційний менеджмент відіграє критично важливу роль у популяризації іміджу, забезпечуючи ефективне управління інформаційними потоками, розвиток цифрових комунікацій та формування репутації національного бізнес-середовища, ІТ — галузі. Подальші дослідження у цій сфері мають бути спрямовані на вдосконалення інформаційних стратегій підприємств і адаптацію їх до мінливих умов глобального ринку.

Література:

1. ІТ в Україні у 2024: професії, робота і зарплати. <https://wayup.in/ua/blog/it-in-ukraine-in-2024> (дата звернення: 26.11.2024).

2. Machlup F. Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, 2000. 457 p.

3. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. World Future Society, 1981. 171 p.

4. Гарафонова О., Костецький М., Кузів Р. Особливості формування іміджу ІТ-компанії в сучасних реаліях. Modeling the development of the economic systems, Хмельницький. 2024. № 2, С. 14—19. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-2>

5. Матвієнко О.В., Цивін М.Н., Інформаційний менеджмент як основа концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи. Вісник Книжкової палати. 2017. № 4. С. 27—30.

6. Місце під сонцем. Чи може українська ІТ-галузь витримати конкуренцію з іншими країнами світу під час війни. URL: <https://delo.ua/telecom/misc-pid-soncem-ci-moze-ukrayinska-it-galuz-vitrimati-konkurenciyu-z-insimi-krayinami-svitu-pid-cas-viini-430490/> (дата звернення: 26.11.2024).

7. Найкращі ІТ-роботодавці 2023. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/ratings-2023-summary/> (дата звернення: 26.11.2024).

8. Плєскач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах: підручник. Київ: Знання, 2011. 718с.

9. Результати національного дослідження ІТ-індустрії. URL: <https://itukraine.org.ua/rezultati-natsionalnogo-doslidzhennya-it-industriyi/> (дата звернення: 26.11.2024).

10. Рейтинг "Топ-50 ІТ-компаній України" (зима 2023): фахівців стало на 5,3% менше, в основному, через релокейт до закордонних офісів. URL: <https://itc.ua/ua/novini/rejtyng-top-50-it-kompanij-ukrayiny-zyma-2023-fahivtsiv-stalo-na-5-3-menshe-v-osnovnomu-cherez-relokejt-do-zakordonnyh-ofisiv/> (дата звернення: 26.11.2024).

11. Терещук А. М. Імідж цифрової компанії через призму корпоративної соціальної відповідальності. Вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування бренду ІТ-компаній. Економіка та суспільство, 2024. № 65. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-21>

12. Топ-50 ІТ-компаній України, зима 2024: мінус 4,6 тисячі фахівців за пів року, в лідерах зростання — продуктові компанії. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/top-50-winter-2024/> (дата звернення: 27.11.2024).

13. Шевчук І. Б. Сучасний стан забезпеченості підприємств України інформаційно-комунікаційними технологіями: регіональний зріз. Scientific and edu-

cational periodical journal "THE GENESIS OF GENIUS". 2015. №5. Volume 2. P. 78—82.

References:

1. WAYUP (2024), "IT in Ukraine in 2024: professions, work and salaries", available at: <https://wayup.in/ua/blog/it-in-ukraine-in-2024> (Accessed 26.11.2024).

2. Machlup, F. (2000), Production and Distribution of Knowledge in the United States, Princeton, USA.

3. Masuda, Y. (1981), "The Information Society as Post-Industrial Society", World Future Society.

4. Harafonova, O. Kostets'kyj, M. and Kuziv, R. (2024), "Peculiarities of IT-company image formation in modern realities", Modeling the development of the economic systems, vol. 2, pp. 14—19. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-2>

5. Matviienko, O.V. and Tsyvin, M.N. (2017), "Information management as the basis for conceptualizing the model of an information specialist", Visnyk Knyzhkovoi palaty, vol. 4, pp. 27—30.

6. Konovalova, Kh. (2024), "A place in the sun. Can the Ukrainian IT industry withstand competition with other countries of the world during the war", available at: <https://delo.ua/telecom/misc-pid-soncem-ci-moze-ukrayinska-it-galuz-vitrimati-konkurenciyu-z-insimi-krayinami-svitu-pid-cas-viini-430490/> (Accessed 26.11.2024).

7. DOU (2024), "The best IT employers 2023", available at: <https://dou.ua/lenta/articles/ratings-2023-summary/> (Accessed 26.11.2024).

8. Pleskach, V.L. (2011), Informatsijni systemy i tekhnolohii na pidpriemstvakh [Information systems and technologies at enterprises], Znannia, Kyiv, Ukraine.

9. IT Ukraine (2022), "Results of a National Study of the IT Industry", available at: <https://itukraine.org.ua/rezultati-natsionalnogo-doslidzhennya-it-industriyi/> (Accessed 26.11.2024).

10. Karpus', V. (2023), "Rating "Top 50 IT companies of Ukraine" (winter 2023): there were 5.3% fewer specialists, mainly due to relocation to foreign offices", available at: <https://itc.ua/ua/novini/rejtyng-top-50-it-kompanij-ukrayiny-zyma-2023-fahivtsiv-stalo-na-5-3-menshe-v-osnovnomu-cherez-relokejt-do-zakordonnyh-ofisiv/> (Accessed 26.11.2024).

11. Tereschuk, A.M. (2024), "The image of the digital company through the prism of corporate social responsibility. study of the influence of corporate social responsibility on brand formation of IT companies, Vyvchennia vplyvu korporatyvnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti na formuvannia brendu IT-kompanij. Ekonomika ta suspil'stvo, vol. 65. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-21>

12. DOU (2024), "Top 50 IT companies of Ukraine, winter 2024: minus 4.6 thousand specialists in half a year, product companies are the leaders of growth", available at: <https://dou.ua/lenta/articles/top-50-winter-2024/> (Accessed 27.11.2024).

13. Shevchuk, I.B. (2015), "Current state of provision of Ukrainian enterprises with information and communication technologies: regional cross-section", Scientific and educational periodical journal "THE GENESIS OF GENIUS", vol. 5, no. 2, pp. 78—82.

Стаття надійшла до редакції 01.12.2024 р.