

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЖУРНАЛ

СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ

№ 4(15), 2023

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4

Наукове фахове видання

Періодичність виходу: 6 разів на рік

Дата заснування: грудень 1999 р.

Київ 2023

**Засновником видання «Журнал стратегічних економічних досліджень» є
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

Науковий фаховий журнал є правонаступником видання «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну», який у свою чергу був правонаступником видання «Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР).

№ 4(15), 2023

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №24821–14761 ПР від 19.04.2021р.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 993 від 24.07.2002 р.

Журнал входить до переліку наукових фахових видань.

Наказ МОН України від 27.09.2021 № 1017 (додаток 2). Категорія Б. Економічні науки. Спеціальності: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281 (від 2018 р.).

ISSN 2786-5398	Журнал зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань (ISSN International Centre, Париж, Франція) Журнал реферується та індексується у наступних міжнародних базах даних: Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Інституційний репозитарій Київського національного університету технологій та дизайну
Засновник і видавець:	Київський національний університет технологій та дизайну Україна, 01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2
Головний редактор:	Грищенко І.М. , доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки.
Заступник головного редактора:	Ганущак-Єфіменко Л.М. , д.е.н., професор, проректор з наукової та інноваційної діяльності, Лауреат премії Верховної ради України молодим ученим, Лауреат Національної премії України імені Бориса Патона.

Видання орієнтоване на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також науково-практичних працівників і фахівців відповідних галузей промисловості.

Кривонос Олена Олександрівна – відповідальний секретар.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Мала Шияновська, 2, корп. 1, к. 347

тел./факс: +38 (044) 256-21-39

e-mail: econ-vistnyk@knu.edu.ua; <http://econ-vistnyk.edu.ua>

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол № 2 від 27.09.2023 р.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за переклад, достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Передруки та переклади статей дозволяються лише за згодою автора (-ів) та редакції.

© **Київський національний університет технологій та дизайну, 2023**

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

JOURNAL
of STRATEGIC ECONOMIC
RESEARCH

№ 4(15), 2023

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4

Scientific Specialized Edition

Issued: 6 times a year

Founded: December, 1999

Kyiv 2023

The owner of «Journal of Strategic Economic Research» is

KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN

This Scientific Specialized Journal is the successor of the edition "Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design", which in turn was the legal successor of the edition «Proceedings of Higher educational establishments. Technology of the light industry», which was published by Kiev Technological Institute of Light Industry from March, 1958 (USSR).

№ 4(15), 2023 The state registration of print media is KB № 24821-14761 ПП, originating date 19.04.2021

License for publishing activity is ДК №993, originating date 24.07.2002

The journal is listed & reregistered in Higher Attestation Commission of Ukraine: № 1017 dated 27.09.2021 in the list of professional publications: cat. B, technical specialties – economical specialties: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281 (from 2018).

ISSN 2786-5398 The journal is registered in ISSN International Centre, Paris
The journal is abstracted and indexed by Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, The Vernadsky National Library of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design Institutional Repository

Owner and Publisher: Kyiv National University of Technologies and Design
Ukraine, 01011, Kyiv, 2, Nemyrovych-Danchenka, Str.

Editor-in-Chief: **Ivan M. Gryshchenko** – Dr., professor, academician National Academy of Pedagogical Sciences Ukraine, Honored Worker of Education of Ukraine, Laureate of the State Prize of Ukraine in science and technology.

Deputy Editor: **Liudmyla M. Hanushchak-Yefimenko** – Dr., professor, Laureate of the Prize of the Verkhovna Rada of Ukraine for young scientists, Laureate of the Boris Paton National Prize of Ukraine.

Economics & Business Management. Higher Education: progress, problems and prospects.

The journal is aimed at a wide range of researchers, professors, students, and graduate students and to bring the results of scientific research carried out under a variety of intellectual traditions and organizations of procedures to the attention of a specialized readership.

EDITORIAL OFFICE:

01011, Ukraine, Kyiv, 2, Mala Shyianovska, Str., office 1-0347

Tel./fax: +38 (044) 256-21-39

e-mail: econ-vistnyk@knuvd.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knuvd.edu.ua>

Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol № 2 of 27.09.2023

Articles are published in the original language. The authors are responsible for the translation, authenticity of facts, quotations, proper names, geographic names, names of enterprises and other information.

The Editorial Office and author's consent needed prior to republishing or translating the articles.

© Kyiv National University of Technologies and Design, 2023

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ
наукового фахового видання
«ЖУРНАЛ СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»
(JOURNAL OF STRATEGIC ECONOMIC RESEARCH)

Головний редактор:

Грищенко Іван Михайлович – доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, Лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, ORCID 0000-0001-7572-4757.

Заступник головного редактора:

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна – доктор економічних наук, професор, Лауреат премії Верховної ради України молодим ученим, Лауреат Національної премії України імені Бориса Патона, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, ORCID 0000-0002-4458-2984.

Члени редакційної колегії:

Гавриш Олег Анатолійович – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна; ORCID 0000-0002-1961-3267.

Белялов Талят Енверович – доктор економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-4019-755X.

Жигалкевич Жанна Михайлівна – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна; ORCID 0000-0002-5847-1302

Касич Алла Олександрівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0001-7019-1541.

Лепейко Тетяна Іванівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна; ORCID 0000-0001-8667-509X.

Мягких Ірина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-3868-9643.

Ольшанська Олександра Володимирівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-1535-7742.

Онегіна Вікторія Михайлівна – доктор економічних наук, професор, Державний біотехнологічний університет, Україна; ORCID 0000-0001-9467-9808.

Радіонова Наталія Йосипівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0002-8855-2963.

Тарасенко Ірина Олексіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-3626-4377.

Шкода Мар'яна Сергіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0002-7356-4320.

Dietmar Vahs – PhD, Professor, Germany.

Giorgi Gvartadze – Full Professor, Akakii Tsereteli State University, Full Professor, Kutaisi University of Law and Economics, Georgia; ORCID 0000-0001-6080-0163.

Hendrik S. Doss – PhD, Professor, Germany.

Plavčan Peter – Prof., CSc., Ing., Danubius University in Sládkovičovo, Slovak Republic; ORCID 0000-0001-7088-6108.

Rafal Rebilas – PhD, Vice-Rector, Akademia WSB, Dąbrowa Górnicza, Poland; ORCID 0000-0001-7926-1155.

Skibniewski Miroslaw – Prof., Ph.D., Dr.h.c., Honor. Prof., University of Maryland, College Park, USA; ORCID 0000-0002-7102-753X.

William H. Meyers – Emeritus Professor of Agricultural & Applied Economics Food and Agricultural Policy Research Institute, USA; ORCID 0000-0003-0952-5578.

Zdzisława Dacko-Pikiewicz – Professor, Rector University of Dąbrowa Górnicza, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Poland; ORCID 0000-0003-4542-5574.

Krzysztof Zalewski – PhD in Economics, International University of Applied Sciences in Łomża, Poland; ORCID 0000-0001-5580-483X.

Ireneusz Żuchowski – PhD in Economics, Professor, International University of Applied Sciences in Łomża, Poland; ORCID 0000-0002-3998-1892.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Мала Шияновська, 2, корп. 1, к. 347

тел./факс: +38 (044) 256-21-39; e-mail: econ-vistnyk@knu.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knu.edu.ua>

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4

ЗМІСТ

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ

- | | | |
|---|---|----|
| 1 | Волошин Р. В.
Місце інтелектуального потенціалу у трансформації ринку праці в умовах Індустрії 4.0 | 8 |
| 2 | Ганущак Г. Т.
Теоретико-методичні засади управління вищою освітою з урахуванням інерційності її розвитку в умовах війни | 15 |
| 3 | Птащенко О. В.
Особливості соціальної відповідальності закладів вищої освіти в умовах інноваційних змін | 23 |

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

- | | | |
|----|--|----|
| 4 | Камінська Т. В.
Взаємодія елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я | 32 |
| 5 | Красніков Д. О., Бекетов О. В.
Зовнішньоекономічні контракти: фінансові інструменти | 42 |
| 6 | Приятельчук О. А.
Цифрова торгівля на глобальних ринках: тенденції та виклики | 50 |
| 7 | Птащенко О. В.
Біржова діяльність: сучасний стан та тенденції | 57 |
| 8 | Розумний О. М., Алієв Е. Ш.
Цифровізація економічних процесів: стан та тенденції | 65 |
| 9 | Храпко О. А.
Особливості функціонування підприємств енергетичної сфери в контексті Цілей сталого розвитку | 73 |
| 10 | Шкода М. С., Щербаков В. О.
Аналіз розвитку бізнес-альянсів в Україні та їх впливу на економіку країни | 83 |
| 11 | Яценко В. В.
Обґрунтування принципів концептуальних засад соціальної відповідальності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг | 90 |

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

- | | | |
|----|--|-----|
| 12 | Биба В. К.
Автоматизація прийняття маркетингових рішень | 97 |
| 13 | Бондаренко С. М.
Система управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку на підприємствах легкої промисловості | 111 |
| 14 | Карпик Я. М., Пурей Є. Ю.
Діджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін | 119 |
| 15 | Касумов Т. А.
Аналіз ефективності інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю підприємства | 128 |
| 16 | Шкода М. С., Онофрійчук Я. І.
Бібліографічне дослідження економічної сутності поняття «кластерооб'єднані підприємства» | 143 |

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4

TABLE OF CONTENTS

MODERNIZATION OF EDUCATION

- 1 **Voloshyn R. V.**
The place of intellectual potential in labor market transformation under the conditions of Industry 4.0 8
- 2 **Hanushchak H. T.**
Theoretical and methodological principles of higher education management, taking into account the inertia of its development in the conditions of war 15
- 3 **Ptashchenko O. V.**
Peculiarities of social responsibility of higher education institutions in conditions of innovative changes 23

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY

- 4 **Kaminska T. V.**
Interaction of elements of the organizational and economic mechanism in the field of health care 32
- 5 **Krasnikov D. O., Biekietov O. V.**
Foreign economic contracts: financial instruments 42
- 6 **Pryiatelchuk O. A.**
Digital trade in global markets: trends and challenges 50
- 7 **Ptashchenko O. V.**
Exchange activity: current state and trends 57
- 8 **Razumnyy O. M., Aliev E. Sh.**
Digitalization of economic processes: status and trends 65
- 9 **Khrapko O. A.**
Specifications of the functioning of energy enterprises in the context of the goals of the level development 73
- 10 **Shkoda M. S., Shcherbakov V. O.**
Analysis of the development of business alliances in Ukraine and their impact on the country's economy 83
- 11 **Yatsenko V. V.**
Justification of the principles of conceptual foundations for social responsibility of higher education institutions in the educational services market 90

MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS

- 12 **Byba V. K.**
Automation of marketing decisions 97
- 13 **Bondarenko S. M.**
Quality management system of business processes on the principles of sustainable development in fashion industry enterprises 111
- 14 **Karpyk Ya. M., Purey Eu. Yu.**
Digitalization of marketing activities in the conditions of innovative changes 119
- 15 **Kasumov T. A.**
Analysis of the effectiveness of innovative business models in the company's competitiveness management system 128
- 16 **Shkoda M. S., Onofriichuk Ya. I.**
Bibliographical study of the economic essence of the concept "cluster-united enterprises" 143

УДК 331.5:005.336.4

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.1

Роман В. Волошин

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

**МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ
В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0**

В представленій роботі розглянуто актуальну проблему визначення ролі і місця інтелектуального потенціалу у трансформації ринку праці, яка відбувається під впливом Індустрії 4.0. Методичний апарат дослідження формують методи аналізу і синтезу для виокремлення і характеристики складових процесів впливу інтелектуального потенціалу на ринок праці в контексті цифрової трансформації економіки, метод групування для характеристики професій, попит на які зростає і їх протиставлення із процесіями зі спадним попитом, методи індукції й дедукції для аналізу основних категорій і чинників впливу Індустрії 4.0 на окреслені процеси. В роботі визначено значення цифрових технологій для розвитку сучасних економічних процесів, охарактеризовано основні групи їх інструментів, включаючи розумне виробництво, моделювання і симуляції, діджиталізації і візуалізацію контенту й даних. Охарактеризовано завдання Індустрії 4.0. через призму її впливу на продуктивність праці, процеси зайнятості й розвитку інтелектуального потенціалу. Визначено напрями впливу цифрових технологій з точки зору вивільнення робочої сили і створення нових робочих місць. Здійснено оцінку потенційного впливу Індустрії 4.0. на параметри зайнятості у сферах високотехнологічних і наукоємних галузей і низькотехнологічних секторах економіки. Здійснено групування і порівняння переліку професій, попит на які зростає і спадає в умовах цифровізації. Визначено важливу роль інтелектуального капіталу для розвитку професій зі зростаючим попитом. Встановлено факт зміни структури зайнятості і зростання впливу інтелектуалізації на ринок праці. Акцентовано увагу на тому, що цифрові технології змінюють не тільки характер виробничих завдань, але й середовище їх застосування. Виявлено, що Індустрія 4.0 виходить за межі виробничих завдань і охоплює сфери повсякденного життя, урядування, охорони здоров'я і освіти. Відповідно до цього, наголошено на зростанні фундаментального значення цифрових технологій для суспільства, а також на необхідності трансформації систем вищої освіти і неформального навчання задля забезпечення розвитку інтелектуального потенціалу і узгодження його параметрів із вимогами й запитами ринку праці, що розвивається у відповідності до нових умов. Встановлено, що інтелектуальний потенціал виступає одночасно об'єктивною умовою становлення Індустрії 4.0 і важливим чинником забезпечення її успішності через вплив на процеси зайнятості і навчання.

Ключові слова: інтелектуальний потенціал; цифрова економіка; ринок праці; Індустрія 4.0.; цифрові технології; освіта; навчання.

Roman V. Voloshyn

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

**THE PLACE OF INTELLECTUAL POTENTIAL IN LABOR MARKET
TRANSFORMATION UNDER THE CONDITIONS OF INDUSTRY 4.0**

The presented paper considers the actual problem of determining the role and place of intellectual potential in the transformation of the labor market, which is taking place under the influence of Industry 4.0. The methodological apparatus of the research is formed by the methods of analysis and synthesis for identifying and characterizing the component processes of the intellectual potential impact on the labor market in the context of the economy digital transformation, the grouping method – for characterizing professions, demanded increasing and contrasting them with

processions with decreasing demand, methods of induction and deduction for analysis of the main categories and factors of the Industry 4.0 influence on the outlined processes. The work defines the importance of digital technologies for the development of modern economic processes, characterizes the main groups of their tools, including intelligent production, modeling and simulation, digitalization and visualization of content and data. The task of Industry 4.0 is characterized. through the prism of its impact on labor productivity, employment processes and the development of intellectual potential. The directions of digital technologies influence from the position of freeing up the labor force and creating new jobs are determined. An assessment of the potential impact of Industry 4.0 was made. On employment parameters in high-tech and knowledge-intensive industries and low-tech sectors of the economy. A grouping and comparison of the professions list, the demand for which increases and decreases in the conditions of digitalization, was carried out. The important role of intellectual capital in the development of professions with growing demand has been determined. The fact of changing the structure of employment and the growing influence of intellectualization on the labor market has been established. Attention is focused on the fact that digital technologies change not only the nature of production tasks, but also the environment of their application. It was found that Industry 4.0 goes beyond production tasks and covers the spheres of everyday life, governance, health care and education. Accordingly, the growth of the fundamental importance of digital technologies for society is emphasized, as well as the need to transform higher education and non-formal education systems in order to ensure the development of intellectual potential and align its parameters with the requirements and demands of the labor market, which is developing in accordance with new conditions. It has been established that intellectual potential is both an objective condition for the formation of Industry 4.0 and an important factor in ensuring its success through its influence on employment and training processes.

Keywords: *intellectual potential; digital economy; labor market; Industry 4.0; digital technologies; education; training.*

Постановка проблеми. У багатьох сферах людської діяльності цифровізація сприймається виключно позитивно як чинник покращення рівня сервісу, зростання продуктивності чи поліпшення якості життя. На відміну від цього, у сфері зайнятості, вона оцінюється неоднозначно. Найбільшою мірою це пов'язано зі здатністю цифрових інновацій витіснити людську працю і посилювати проблему безробіття. Насправді, не зважаючи на ряд об'єктивних застережень, цифровізація одночасно із негативним впливом на зайнятість, часто формує нові можливості і прискорює розвиток ринку праці.

В середовищі експертів і науковців нема однозначної оцінки впливу цифрових технологій на зайнятість та безробіття. Серед наявних досліджень, перелік професій із високим ризиком автоматизації коливається в межах 9–50% від наявних[11]. Тобто, до половини усіх працівників в недалекій перспективі змушені будуть змінити професію чи пройти ґрунтовне навчання з метою підвищення кваліфікації. Велика різниця в оцінках свідчить про те, що станом на сьогодні єдина методика оцінювання масштабу потенційних змін на ринку праці поки що відсутня.

В цьому контексті варто зауважити, що вплив цифровізації на ринок праці не потрібно оцінювати з точки зору потенційного зникнення окремих професій. В значно більшій мірі цей процес повинен сприйматися з позиції трансформації трудових відносин і ускладнення робочих функцій. Згідно такого бачення, цифрові технології обумовлюють створення нових робочих місць, які тісно пов'язані з інноваційними технологіями і потребують значно вищого рівня інтелектуального потенціалу для їх використання та обслуговування.

Таким чином, в розвинених країнах робоче місце у сфері високих та інноваційних технологій потенційно може створювати до п'яти можливостей для працевлаштування в

обслуговуючих і пов'язаних галузях. В умовах менш розвинутих економік така пропорція може бути суттєво більшою [5].

Аналіз сучасної літератури. Дослідження місця інтелектуального потенціалу у трансформації ринку праці в умовах переходу до Індустрії 4.0. формує актуальне наукове завдання, яке характеризується достатнім рівнем розкриття у наукових і експертних публікаціях. Серед головних праць, які найбільш ґрунтовно досліджують окреслену проблематику, публікації О. Адедеджи (O. Adedeji) і О. Кемпбел (O. Campbell), М. Аншарі (M. Anshari), Б. Бальмайштер (B. Balsmeier) і М. Вертер (M. Woerter), К. Фрей (C. Frey) і М. Осборн (M. Osborne), С. Марґінсон (S. Marginson), Р. Волошин (R. Voloshyn) та інші., а також експертні роботи та звіти Deloitte, McKinsey & Company, UNCTAD, UNESCAP та ряду інших.

Не зважаючи на значний інтерес і високий рівень висвітлення проблеми визначення ролі інтелектуального потенціалу у трансформації ринку праці під впливом Індустрії 4.0, високий рівень динамізму ситуації і наявність проблеми підготовки і перекваліфікації кадрів відповідно до нових умов потребує глибшого наукового дослідження.

Метою представленої статті визначення місця інтелектуального потенціалу і його ролі у процесах трансформації ринку праці, які відбуваються під впливом Індустрії 4.0.

Результати дослідження. Індустрія 4.0. та її складові сьогодні визначають один із найбільш важливих напрямів у сфері інтеграції техніко-технологічних змін у середовище виробничих та управлінських систем. При цьому, з позиції економічної системи, вони забезпечують можливість узгодження дії різних технічних елементів, що пов'язуються гнучкими механізмами взаємодії виробництва з ринком через інструменти автоматизованого збору інформації, її обробки і використання для управління ланцюгом створення вартості. Інструменти, які використовуються в межах зазначених процесів найчастіше належать до трьох основних груп:

- розумного виробництва, що охоплює взаємодію людини й комп'ютера, і проявляється через автоматизацію, розробку кіберсистем, використання можливостей роботизації, Інтернету речей, управління життєвим циклом продукції, модульне виробництво тощо;
- моделювання і симуляції, що реалізуються у формі віртуальної і доповненої реальності, цифрових та інформаційних моделей;
- діджиталізації і візуалізації контенту і даних, куди входить також розпізнання і збір інформації про зображення, розпізнання символів та образів, формування наборів великих даних та їх обробка.

Головним завданням, яке вирішує Індустрія 4.0 завдяки технологіям, є підвищення продуктивності праці. Цей результат досягається завдяки технологічним змінам. Відповідно до цього перед економічними системами, до складу яких входить також інтелектуальний потенціал, постають нові виклики, які активізують цілий ланцюг процесів, направлених на їх адаптацію до нових умов. В результаті змінюються вимоги до праці і працівників. Це запускає процес навчання і розвитку працівників одночасно із «відсіюванням» частини з них через невідповідність або неспроможність адаптуватися до нових умов..

Як наслідок, частина професій чи працівників, які не відповідають новим завданням чи технологічним вимогам, підлягають скороченню. Натомість, ці нові вимоги обумовлюють створення нових завдань і, відповідно, професій, які потребують відповідної підготовки і розвитку інтелектуального потенціалу. З точки зору технологічного розвитку, усі професії умовно можуть бути розділені на ті, що пов'язані із виконанням завдань і прийняттям рішень. В умовах третьої промислової революції, частину професій, пов'язаних із завданнями, було автоматизовано чи роботизовано. Це призвело до витіснення працівників із багатьох секторів у сфері машинобудування, сільського господарства, фінансів тощо. В

умовах четвертої промислової революції формується ситуація, за якої під ризик звільнення підпадають професії, пов'язані із прийняттям рішень. В найбільшій мірі це пов'язано із розвитком штучного інтелекту, великих даних та Інтернету речей.

В цілому трансформація вимог до ринку праці, пов'язана із цифровізацією і розвитком інтелектуального потенціалу перебуває у залежності від можливості технологічних нововведень змінювати характер людської праці. Найбільш гостро ці аспекти проявляються у сфері виконання рутинних завдань, які можуть бути легко структурованими і роботизованими. В інших секторах економіки ризику технологічного безробіття є значно нижчими. Однак, варто врахувати, що для цих секторів характерний значно вищий рівень вимог щодо інтелектуального потенціалу.

Сьогодні серед науковців і експертів існують різні думки щодо масштабів впливу цифровізації на ринок праці. За оцінками McKinsey & Company до 2030 року кожному з шістнадцяти працівників прийдеться змінювати свою професію. Проте, ця загроза не торкнеться сфер зайнятості із високим рівнем інтелектуалізації праці, таких як: охорона здоров'я, інженерія, математика, творчі професії тощо [9]. За оцінками представників Світового економічного форуму уже до 2025 року близько 85 млн працівників по усьому світі можуть бути звільнені через заміну їх праці роботами. Натомість, майже 100 тис. вакансій можуть утворитися завдяки поєднанню можливостей людського інтелекту, цифрових технологій та економіки [14].

Актуальні трансформації ринку праці в умовах розвитку Індустрії 4.0 можна простежити за рахунок зміни попиту на ті чи інші професії (табл. 1).

Таблиця 1

Перелік професій, для яких характерне найбільше зростання та зниження попиту

№	Професії, попит на які зростає	Професії, попит на які знижується
1.	Аналітики та науковці по роботі з даними	Оператори введення даних
2.	Фахівці зі штучного інтелекту	Адміністратори і секретарі
3.	Фахівці з обробки великих даних	Робітники-будівельники
4.	Фахівці з цифрового маркетингу	Фахівці у сфері освіти і розвитку
5.	Фахівці з автоматизації процесів	HR-фахівці
6.	Професіонали з розвитку бізнесу	Монтажники та ремонтники електроніки і телекомунікацій
7.	Фахівці з цифрової трансформації	Сфера особистих продажів
8.	Аналітики інформаційної безпеки	Банківські касири та офісний персонал
9.	Програмісти	PR-менеджери
10.	Фахівці з Інтернету речей	Торгові представники
11.	Керівники проекту	Службовці поштових сервісів
12.	Менеджери з бізнес-послуг та консалтингу	Фінансові аналітики
13.	Фахівці з баз даних і мереж	Обліковці у сфері запасів
14.	Інженери-робототехніки	Автомеханіки і ремонтники
15.	Стратегічні радники	Загальні та операційні менеджери
16.	Управлінські аналітики	CRM-менеджери
17.	Інженери FinTech	Менеджери бізнес-служб
18.	Експерт з дронів/пілот	Монтажники і цехові працівники
19.	Фахівці з організаційного розвитку	Бухгалтери
20.	Фахівці з управління ризиками	Аудитори

Джерело: сформовано на основі [14].

Серед професій, попит на які знижується – оператори і адміністратори, фахівці вузького профілю у різних сферах, включаючи роботу з даними, фінансовими процесами і кадрами, індивіди, зайняті в традиційній торгівлі, представники окремих робітничих професій тощо. Серед професій, попит на які зростає – велика кількість фахівців, що спеціалізуються на процесах, пов'язаних із цифровими технологіями (штучному інтелекту, цифровому маркетингу, обробці великих даних, автоматизації процесів, управлінні дронами), програмуванням, управлінням і наукою. Як бачимо, з точки зору інтелектуального потенціалу, професії з позитивною тенденцією в значно більшій мірі пов'язані з ускладненням завдань, підвищенням рівня управління, поєднанням декількох напрямів діяльності або зайнятстю в принципово нових умовах.

Таким чином, виходячи з виробничих завдань чи галузі зайнятості, технології Індустрії 4.0 трансформують умови праці і процеси в повному обсязі або ж переносять їх у цілком нове середовище, яке може бути віртуальним, інформаційним, доповненим тощо. В нових умовах відбувається зміна структури зайнятості, в результаті чого створення нових робочих місць поступово переміщується у сектори з високим рівнем інтелектуального потенціалу і наукоємності. При цьому, зміни, продуковані Індустрією 4.0, мають фундаментальний характер і проникають в усі сфери життя.

Як наслідок, утворена автоматизована система комплексного типу виходить за межі виробничих завдань, інтегрується з побутовими повсякденними процесами, урядуванням, охороною здоров'я, освітою та ін., забезпечуючи збір інформації і її обробку з допомогою створених алгоритмів і технічних пристроїв. Роль людини в таких умовах полягає у налаштуванні, програмуванні, перевірці, обслуговуванні та коригуванні роботи обладнання, створенні технічних завдань і самих алгоритмів. Такі завдання потребують не тільки високого рівня кваліфікації, але й відповідного типу мислення, що відображає високий рівень інтелектуального потенціалу і потребує відповідної підготовки в системі вищої і неформальної освіти.

Окреслені процеси підвищують актуальність освіти і навчання, що сприятливо впливає на стан інтелектуального потенціалу і конкурентоспроможність економічних агентів різних рівнів. Однак, в сьогоденних умовах система вищої освіти поки що не здатна в повній мірі задовольнити потреби ринку праці, які виникають під впливом Індустрії 4.0. Вирішення наявних проблем і реформування системи вищої освіти в умовах, які набувають все більшої гостроти, дозволить здійснити якісну трансформацію системи вищої освіти і узгодження її параметрів із вимогами ринку праці.

Висновки. Таким чином, розвиток цифрових технологій, зайнятості і освіти характеризується прямим кореляційним зв'язком, який реалізується через створення нових посад і підвищення рівня інтелектуалізації праці. Натомість, для сектору низькокваліфікованої праці характерна обернена кореляція із цифровізацією. В таких умовах, розвиток інтелектуального потенціалу поступово переміщується у сфери, які виділяються високим рівнем цифровізації і використання технології Індустрії 4.0. На цьому фоні зміни у сфері зайнятості відбуваються поступово, підвищуючи рівень інтелектуального потенціалу працівників і переміщуючи їх у сектори з вищим рівнем інтенсивності і складності завдань. В результаті, працівники, зайняті виконанням рутинних операцій, які постійно повторюються поступово вивільнюються і перекваліфіковуються для виконання більш творчих і складних завдань [12].

Отже, в умовах розвитку Індустрії 4.0 відбувається трансформація ринку праці. Основними чинниками змін виступають автоматизація й інтеграція процесів. Наслідком окреслених змін стає зміна структури зайнятості, зокрема, вивільнення працівників, що належать до низькокваліфікованих професій і виконують рутинні й чітко структуровані

завдання. Поряд із цим, попит на професії вищого рівня кваліфікації і зайнятість у нових секторах, пов'язаних із цифровою економікою, поступово зростає. Це формує запит на зростання рівня інтелектуального потенціалу працівників і трансформацію системи освіти й навчання. Сьогодні, попит на нові професії і навички, пов'язані із цифровими технологіями, постійно зростає і набуває ключового значення для подальшого розвитку ринку праці, посилення рівня його узгодження із вищою освітою і перспективами подальшого розвитку суспільства. При цьому, зростання інтелектуального потенціалу виступає об'єктивною умовою і одночасно чинником окреслених процесів, які передбачають підвищення рівня науковості і складності завдань в нових реаліях.

References

Література

- | | |
|---|---|
| <p>1. Adedeji, O., Campbell, O. (2013). The Role of Higher Education in Human Capital Development. <i>SSRN's eLibrary</i>. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2380878.</p> <p>2. Anshari, M. (2020). Workforce Mapping of Fourth Industrial Revolution: Optimization to Identity. <i>Journal of Physics: Conference Series</i>, Vol. 1477. DOI: 10.1088/1742-6596/1477/7/072023</p> <p>3. Anshari, M., Syafrudin, M., Fitriyani, N. L. (2022). Fourth Industrial Revolution between Knowledge Management and Digital Humanities. <i>Information</i>, 13, 292. https://doi.org/10.3390/info13060292.</p> <p>4. Balsmeier, B., Woerter, M. (2019). Is this time different? How digitalization influences job creation and destruction. <i>Research Policy</i>, Vol. 48, No. 8. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733319300733.</p> <p>5. Center for Human Resources Development (2022). Rynok truda Kazahstana: na puti k cifrovoj real'nosti. Nacional'nyj doklad [The labor market of Kazakhstan: on the way to a digital reality. National report]. URL: https://iac.enbek.kz/ru/node/1451 [in Russian].</p> <p>6. Deloitte (2014). Industry 4.0: Challenges and solutions for the digital transformation and use of exponential technologies. Switzerland: Deloitte. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/manufacturing/ch-en-manufacturing-industry-4-0-24102014.pdf.</p> <p>7. Frey, C. B., Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? <i>Technological Forecasting and Social Change</i>, Vol. 114, P. 254–280.</p> | <p>1. Adedeji O., Campbell O. The Role of Higher Education in Human Capital Development. <i>SSRN's eLibrary</i>. 2013. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2380878.</p> <p>2. Anshari M. Workforce Mapping of Fourth Industrial Revolution: Optimization to Identity. <i>Journal of Physics: Conference Series</i>. 2020. Vol. 1477. DOI: 10.1088/1742-6596/1477/7/072023.</p> <p>3. Anshari M., Syafrudin M., Fitriyani N. L. Fourth Industrial Revolution between Knowledge Management and Digital Humanities. <i>Information</i>. 2022. 13. 292. https://doi.org/10.3390/info13060292.</p> <p>4. Balsmeier B., Woerter M. Is this time different? How digitalization influences job creation and destruction. <i>Research Policy</i>. 2019. Vol. 48, No. 8. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733319300733.</p> <p>5. Рынок труда Казахстана: на пути к цифровой реальности: Национальный доклад. <i>Центр развития трудовых ресурсов</i>. 2022. URL: https://iac.enbek.kz/ru/node/1451.</p> <p>6. Industry 4.0: Challenges and solutions for the digital transformation and use of exponential technologies. Switzerland: Deloitte, 2015. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/manufacturing/ch-en-manufacturing-industry-4-0-24102014.pdf.</p> <p>7. Frey C. B., Osborne M. A. The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? <i>Technological Forecasting and Social Change</i>. 2017. Vol. 114. P. 254–280.</p> |
|---|---|

8. Marginson, S. (2017). Limitations of human capital theory. *Studies in Higher Education*, 44, 1–15. DOI: 10.1080/03075079.2017.1359823.
9. McKinsey & Company (2023). What is the future of work? URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-the-future-of-work>.
10. Milichovský, F., Kuba, K. (2023). Expected Impact of Industry 4.0 on Employment in Selected Professions in the Czech Republic and Germany. *Processes*, 11(2), 516. <http://dx.doi.org/10.3390/pr11020516>.
11. UNCTAD, (2021). Technology and innovation report. URL : <https://unctad.org/page/technology-and-innovation-report-2021>.
12. UNESCAP, (2020). Realising Digital Potential in North and Central Asia. URL : https://unece.org/sites/default/files/2020-12/E_Background_paper_-_Realizing_digital_potential_in_North_and_Central_Asia.pdf.
13. Voloshyn, R. (2023). Podolannia rozryvu mizh sektorom vyshchoi osvity i rynkom pratsi yak faktor realizatsii intelektualnoho potentsialu [Bridging the gap between the higher education sector and the labor market as a factor in the realization of intellectual potential]. *Instytut bukhhalterskoho obliku, kontrol ta analiz v umovakh hlobalizatsii = Institute of accounting, control and analysis in the conditions of globalization*, No. 1–2, P. 19–27. URL: <http://ibo.wunu.edu.ua/index.php/ibo/article/view/569> [in Ukrainian].
14. World Economic Forum (2020). The Future of Jobs Report 2020. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025#chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025>.
8. Marginson S. Limitations of human capital theory. *Studies in Higher Education*. 2017. 44. P. 1–15. DOI: 10.1080/03075079.2017.1359823.
9. What is the future of work? *McKinsey & Company*. 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-the-future-of-work>.
10. Milichovský F., Kuba K. Expected Impact of Industry 4.0 on Employment in Selected Professions in the Czech Republic and Germany. *Processes*. 2023. 11(2), 516. <http://dx.doi.org/10.3390/pr11020516>.
11. UNCTAD, (2021). Technology and innovation report. URL: <https://unctad.org/page/technology-and-innovation-report-2021>.
12. Realising Digital Potential in North and Central Asia. *UNESCAP*. 2020. URL: https://unece.org/sites/default/files/2020-12/E_Background_paper_-_Realizing_digital_potential_in_North_and_Central_Asia.pdf.
13. Волошин Р. Подолання розриву між сектором вищої освіти і ринком праці як фактор реалізації інтелектуального потенціалу. *Instytut bukhhalterskoho obliku, kontrol ta analiz v umovakh hlobalizatsii = Institute of accounting, control and analysis in the conditions of globalization*. 2023. No. 1–2. С. 19–27. URL: <http://ibo.wunu.edu.ua/index.php/ibo/article/view/569>.
14. The Future of Jobs Report 2020. *World Economic Forum*. 2020. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025#chapter-2-forecasts-for-labour-market-evolution-in-2020-2025>.

УДК 351.851

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.2

Halyna T. Hanushchak

State Vocational and Technical Educational Institution "Masurian Agrarian Center of Vocational and Technical Education", Vinnytsia, Ukraine

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES
OF HIGHER EDUCATION MANAGEMENT, TAKING INTO ACCOUNT
THE INERTIA OF ITS DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF WAR**

The article presents the results of research on the management of higher education and found out that the main factors that influenced the development of higher education, in particular, the growth of the scientific and technical level of social production, the intensification of competition in the market of educational services, the increased attention of the state to higher education, the creation of a single educational space, the development of information technologies, the influence of global educational trends, a change in the educational paradigm regarding the transformation of education into a continuous process, the risks of a pandemic and a full-scale war in the state. It has been established that crisis phenomena in higher education are not the same as crises in socio-economic systems. The lack of synchronicity and a certain delay in the development of higher education in relation to the changes taking place in society determine the continuous reformation of higher education. The natural lag of higher education in relation to the evolution of society is determined by inertial processes and is a manifestation of an inherent property of the development of higher education - its inertia. It has been established that the study of inertia is the basis for improving the management of higher education. Taking into account inertia in management and theoretical and methodological approaches to the study of individual subsystems of higher education from the standpoint of inertia of its development, assessment of their interrelationships allows to resolve the existing contradiction between the requirements of the economy and the quality of training of specialists, to balance demand and supply in the labor market, to increase efficiency functioning of higher education in conditions of war.

Keywords: higher education; inertia; efficiency of higher education; quality management of higher education.

Галина Т. Ганущак

Державний професійно-технічний навчальний заклад «Мазурівський аграрний центр професійно-технічної освіти», Вінниця, Україна

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ
З УРАХУВАННЯМ ІНЕРЦІЙНОСТІ ЇЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

В статті викладено результати досліджень щодо управління вищою освітою та з'ясовано, що основні чинники, що вплинули на розвиток вищої освіти, зокрема зростання науково-технічного рівня суспільного виробництва, загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг, підвищена увага з боку держави до вищої освіти, створення єдиного освітнього простору, розвиток інформаційних технологій, вплив глобальних освітніх тенденцій, зміна освітньої парадигми щодо перетворення отримання освіти на безперервний процес ризику пандемії та повномасштабна війна в державі. Встановлено, що кризові явища у вищій освіті нетотожні кризі у соціально-економічних системах. Відсутність синхронності і певне запізнювання розвитку вищої освіти стосовно змін, які відбуваються у суспільстві, обумовлюють безперервне реформування вищої освіти. Природне відставання вищої освіти по відношенню до еволюції суспільства визначене інерційними процесами і є проявом невід'ємної властивості розвитку вищої освіти – його інерційності. Встановлено, що вивчення інерційності є основою удосконалення управління

вищою освітою. Врахування інерційності в управлінні та теоретико-методичні підходи до дослідження окремих підсистем вищої освіти з позиції інерційності її розвитку, оцінка їх взаємозв'язків дозволяє розв'язати існуюче протиріччя між вимогами економіки і якістю підготовки фахівців, збалансувати попит та пропозицію на ринку праці, підвищити ефективність функціонування вищої освіти в умовах війни.

Ключові слова: вища освіта; інерційність; ефективність вищої освіти; управління якістю вищої освіти.

Statement of the problem. According to the general scientific point of view, processes in different spheres are characterized by differences that distinguish them from each other. This refers to material and immaterial systems and the dynamics of their development. Knowing the nature of the signs allows for effective object management and behavior prediction. Higher education is no exception. Properties that distinguish higher education from the development of other socio-economic systems have been formed over a thousand-year history. One of these is the inertial nature of development, which is inextricably linked to higher education and determines its functioning.

Unsolved parts of the problem. Carrying out socio-economic and political transformations in society, the priority direction of which in accordance with modern requirements is the modernization of higher education, is impossible without structural reforms of all state institutions. This requires taking into account the inertia of the system in management, that is, its ability to resist external or internal influences to return to a steady state. This task is especially relevant for countries with transition economies.

Inertia is a universal characteristic of socio-economic systems that reflects changes in the state of objects or processes. It is also characteristic of higher education as a system and manifests itself in the form of conservatism and lagging behind the development of society. This shortcoming ultimately leads to a crisis in the educational system and the unattainability of the main goal - the training of qualified personnel who meet the needs of society. At the same time, inertia plays a positive role, stabilizing the higher education system under the negative influence of external factors. This creates prerequisites for maintaining stability, which can be considered as a necessary condition for social development.

The purpose of the study is to substantiate the theoretical and methodological foundations of higher education management, taking into account the inertia of its development.

Presentation of the main material It is common knowledge that inertia as a universal property is inherent in dynamic objects and systems. The positive and negative effects of inertia indicate its ambiguity. Many aspects of inertia are widely used in economic and socio-economic research. However, the breadth of use does not mean a thorough study of this phenomenon in various areas, in particular, in higher education. The impossibility of managing the inertia of educational processes and taking it into account in management creates new problems caused by the disruption of the functioning of higher education.

The works of domestic and foreign scientists contain the results of research on inertia and its connections with the development of socio-economic systems. The increased attention of scientists to the problem of inertia testifies first of all to the significance of the influence of this property on socio-economic systems. At the same time, attention is drawn to the insufficient theoretical substantiation of issues related to the definition of the forms of manifestation of inertia, the selection of types of inertia, their interrelationships, the relationship between inertia and stability, the use of inertia and its influence to optimize the management of social development processes.

Determining the main signs of the manifestation of inertia in relation to higher education will make it possible to theoretically substantiate the key provisions that form the general direction

and architecture of the study of this phenomenon, and to highlight the conceptual principles of higher education management taking into account the inertia of its development.

Analysis of recent publications on the issue. The inertia of socio-economic systems manifests itself in various aspects. The works of domestic and foreign researchers contain ideas about the preservation of motion and the connection of inertia with socio-economic phenomena and processes. This theory is still in demand today. Thus, J. Mill considers the inertia of production and accumulation processes outside the context of the influence of external and internal causes [2]. According to J. Mill, economic inertia reflects the constant development of production relations and the ratio of interacting socio-economic forces of self-movement of matter and consists in the dynamism of system development. The study of economic development from the standpoint of inertia involves taking into account all the diversity of interacting forces in the economy, finding out how reforming the economy can actually generate restraining forces [3]. T. Hannan and J. Freeman emphasize that inertia is determined by the external and internal forces of the system that keep it from changing [4].

Socio-economic and, as a special case, economic systems are much more complex objects compared to physical ones, so inertia manifests itself in a greater variety of forms. This is confirmed by the research of domestic and foreign scientists. Thus, D. Sakovich, considering the causes of economic crises in the context of the inertia of capital markets, noted that inertia determines the characteristics of both stability and variability, as it manifests itself through the preservation of existing characteristics of the movement and through resistance to the formation of new relations and characteristics of the economy [5].

According to research by a group of scientists, inertia is inherent in physical (material) and immaterial (for example, socio-economic) systems, namely enterprises, industries, regions, the national economy and the world economy as a whole. At different levels of the hierarchical system of management and organization, inertia is determined by specific features [6]. The inertia of high-level natural-anthropogenic systems includes the inertia of lower-level systems as components.

Presentation of the main material The study of inertia in various fields of knowledge (economics, sociology, psychology, pedagogy) shows the universality of the phenomenon and the insufficient study of this property in non-material systems. Insignificant coverage of this issue reflects the fact that there are no works that determine the magnitude of the inertia of social processes, its management, taking into account the inertial influence of external and internal factors on the processes of development of socio-economic systems.

The encyclopedic source gives the following wording: "Economic inertia is the property of economic systems and objects to maintain or very slowly change their state; it is caused, on the one hand, by the scale of large economic objects, the size of the economic "mass" and, on the other hand, by inertia thinking of persons and bodies managing economic objects and processes" [7]. The definition does not contain a causal relationship between the influence of external and internal forces and the appearance of inertia, while any changes occurring in the system are caused by quite certain forces of an internal or external nature.

Any economic system consists of many subsystems, and each component in itself is inertial, heterogeneous or heterogeneous in its nature, composition, properties of parts [6]. This heterogeneity must be taken into account when determining the inertia control capabilities of the system or its individual components. Similarly, structural inertia as a mechanism that regulates the activity of the collective components of the organization is described by the "weak link" effect: "...the strength of the chain is determined by the weakest link, the speed of the squadron – by the slowest ship, etc." [7], – the following pattern can be deduced: the measure or degree of inertia of the system as a whole is determined by the subsystem with the greatest inertia. Or, abstracting at a higher level, the measure of inertia of the whole is determined by the measure of inertia of the part.

The development of the economy and science will always proceed at an anticipatory pace, therefore the discrepancy between the education system and economic development is also natural and is a necessary condition for the existence of higher education. Steady lagging, turning into a steady decline, is an integral feature of the functioning of higher education. Even the stage of stable, sustainable development of higher education consists in slowing down the steady decline, which is a manifestation of inertia.

The period of steady decline depends on the influence of external and internal components and can range from several centuries to several years. That is, a state of rest, to which the term "stability" can be applied, is not observed in higher education. In this way, higher education differs from economic systems, where states of sustainable development, stabilization, decline and recession are clearly visible. Thus, taking inertia into account in the management of HE will ensure its sustainable development, thereby slowing down the steady lag behind economic development and maximally increasing the period of relative conformity of the system to the needs of society in the conditions of rapidly changing social processes [8].

According, sustainable development is "...a process of change in which the exploitation of resources, the direction of investments, the orientation of scientific and technical development, and institutional changes are in harmony with each other and strengthen the current and future potential of the enterprise" [8].

Thus, inertia and stability are a manifestation of the properties of the economic system. According to different researchers, their definitions are practically identical. However, if the property of inertia is inherent to any economic system, then stability is acquired. That is, the system can either maintain stability in its development, or not have it at all. Moreover, the system, being in an equilibrium or in an unbalanced state, can also have the property of stability. Therefore, considering the stages of existence of the economic system, we can conclude that the rise, stabilization, decline, recession can be stable. Only decline can be sustainable for higher education. The period of jump-like changes does not have the property of stability in connection with the relative short-term changes and the system's desire for an equilibrium state. Correlation of inertia, steady growth and steady decline reflects the possibility of inertia to maintain an increasing trend in the boom period, to contribute to the preservation of the decline in the recession period, and in a crisis period to prevent a change in the state of the system. But at the same time, the property of inertia manifests itself in a completely different way than the property of stability.

A steady rise will ensure the preservation of system parameters under the negative influence of external or internal forces by counteracting them at the expense of its internal reserves. In this case, the inertial influence caused by the action of external or internal forces will tend to support the negative influence, that is, it will play a negative role, and must be overcome. On the contrary, with a steady decline, inertia tends to return the system to a state of equilibrium, thereby slowing down negative trends, i.e. fulfilling the mission of a stabilizing factor. Thus, for economic systems, depending on the conditions, inertia and stability can play both a positive and a negative role. It can be said that inertia and stability are directed by influence in opposite directions. Inertia is an inhibiting force that slows down balancing processes, or, in other words, existing inertia inhibits both getting out of balance and returning to it.

In addition to stability, the characteristic of variability is directly related to the property of inertia. Stability is considered along with variability as a more general category and reflects the system's ability to maintain its parameters in dynamics, that is, with changes associated with the system. Preservation of system characteristics is due to preservation of functions and means stability, which can also be considered as a form of manifestation of inertia. Sustainable development assumes positive changes in significant indicators, and their negative dynamics, in

turn, indicates a crisis. Invariance of system parameters over time for economic and socio-economic systems or zero growth ultimately leads to a decline and manifests itself as a recession [1, 7].

A steady rise will ensure the preservation of system parameters under the negative influence of external or internal forces by counteracting them at the expense of its internal reserves. In this case, the inertial influence caused by the action of external or internal forces will tend to support the negative influence, that is, it will play a negative role, and must be overcome. On the contrary, with a steady decline, inertia tends to return the system to a state of equilibrium, thereby slowing down negative trends, i.e. fulfilling the mission of a stabilizing factor. Thus, for economic systems, depending on the conditions, inertia and stability can play both a positive and a negative role. It can be said that inertia and stability are directed by influence in opposite directions. Inertia is an inhibiting force that slows down balancing processes, or, in other words, existing inertia inhibits both getting out of balance and returning to it.

In addition to stability, the characteristic of variability is directly related to the property of inertia. Stability is considered along with variability as a more general category and reflects the system's ability to maintain its parameters in dynamics, that is, with changes associated with the system. Preservation of system characteristics is due to preservation of functions and means stability, which can also be considered as a form of manifestation of inertia. Sustainable development assumes positive changes in significant indicators, and their negative dynamics, in turn, indicates a crisis. Invariance of system parameters over time for economic and socio-economic systems or zero growth ultimately leads to a decline and manifests itself as a recession.

In general, the parameters of inertia are the preservation of a state of rest or the provision of sustainable development, the dependence of its value on the mass of the system and the applied set of external forces, the reaction time to external influence. These features are inherent in the education system at various stages of its development, which is under the influence of a set of factors that determine global trends in the evolution of higher education. They are caused by the globalization of the world economy and determine the development of any national education system. On the other hand, attention needs to be paid to the factors that identify individual educational systems, taking into account national characteristics, mentality, culture and level of development.

Conclusions and prospects for further research. Summarizing what has been said, it should be concluded that the insufficient study of issues related to the definition of these main characteristics of higher education causes errors in the influence of society on the course of socio-economic development.

The stability of the economic system, in contrast to inertia, is considered by analogy with a mechanical system as a kind of equilibrium state. Moreover, some characteristics of such a system may be static. If for a mechanical system imbalance is caused by external influence, then for an economic one external and internal factors can be used as driving forces. So, for higher education, external forces can be regulatory and legal regulation of educational activities, financial support, demographic situation. Internal forces that can disrupt the balanced position of the system can be called deficiencies in the management of educational activities, aging curricula and methods, deficiencies in personnel support. Therefore, to analyze the inertia and stability of the education system, it is necessary to analyze the impact of individual external and internal components, as well as their total impact.

If we consider mechanical systems, then a violation of the balance leads to the desire of the mechanical system to return to its initial state. Moreover, this aspiration is determined by the internal structure of the system, its internal forces and is natural. In economic systems, imbalance does not mean clearly defined, determined steps to restore the system. This is related to the complexity and structuredness of the systems themselves, which differ in the consequences of the

influence of external and internal factors and the variety of options that allow solving the task of restoring the system. The value of inertia must increase to resist unwanted influences and decrease when the system strives for an equilibrium state. Thus, in higher education, inertia should increase with the deepening of the political and economic crisis and, accordingly, crisis phenomena in education, and should not prevent the introduction of innovations for the transition to a higher level. That is, regulation of inertia will allow to achieve optimal parameters of the functioning of any system. Therefore, the inertia of the economic system should be a considered, regulated function that can reach an optimal value. Since any economic system is generally socio-economic, taking into account the possibilities of self-regulation of the system, i.e. attracting internal reserves, will also affect its inertia. As a result, in order to determine the methods of managing the inertia of economic systems, it is necessary to: develop the theory of managing economic systems taking into account the inertia of the processes taking place; to investigate the regularities of the manifestation of inertia and its influence on the functioning of the system; develop inertial management mechanisms for the possibility of its increase or decrease depending on the state of the system in a given time period.

Inertia manifests itself through the static and dynamic parameters of the system, therefore, in relation to higher education, it can be said that it is always related to the level of efficiency of the educational process, which means the efficiency of the applied educational technologies, methods and forms of organization of the education system, optimal management, including financial and personnel management and educational activities.

Summarizing what has been said, we can conclude that in economic and socio-economic systems, almost all researchers identify such basic forms of inertia as stability and the ability to preserve the integrity and direction of development. In higher education, inertia manifests itself in the form of a natural lag behind the needs of society, which determines the inability of higher education to adapt to new conditions and leads to disparities in the labor market, the impossibility of meeting the needs of the national economy with the necessary labor resources, and causes a decrease in the level of training of graduates. The inertial influence limits the ability of higher education to quickly respond to external changes, which ultimately causes an increase in crisis phenomena in education and society.

References

Література

- | | |
|--|---|
| <p>1. Pro vyshchu osvitu: Zakon Ukrainy № 1556-VII vid 01.07.2014 [On higher education: Law of Ukraine]. URL: http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111-zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu [in Ukrainian].</p> <p>2. Mill, Dzh. S. (1980). Osnovy politjekonomii i ih prilozhenie k social'noj filosofii: v 3 t. [Fundamentals of political economy and their application to social philosophy: in 3 volumes]. Moscow: Progress. Vol. 2. 316 p. [in Russian].</p> <p>3. Shmujlo, D. G. (2009). Inercionnye javlenija v upravlenii narodnym hozjajstvom [Inertial phenomena in economic management]. <i>Innovacionnoe razvitie: materialy I Molodezhnogo jekonomicheskogo foruma = Innovative development: materials of the 1st Youth Economic Forum</i> (November 13–14, 2008, Petrozavodsk). P. 165–167. [in Russian].</p> | <p>1. Про вищу освіту: Закон України № 1556-VII від 01.07.2014. URL: http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111-zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu.</p> <p>2. Милль Дж. С. Основы политэкономии и их приложение к социальной философии: в 3 т. М.: Прогресс, 1980. Т. 2. 316 с.</p> <p>3. Шмуйло Д. Г. Инерционные явления в управлении народным хозяйством. <i>Инновационное развитие: материалы I Молодежного экономического форума</i> (13–14 ноября 2008 г., Петрозаводск). Петрозаводск: Кар НЦ РАН, 2009. С. 165–167.</p> |
|--|---|

4. Hannan, M. T., Freeman, J. (1984). Structural Inertia and Organizational Change. *American Sociological Review*, No. 49 (2), P. 149–164.
4. Hannan M. T., Freeman J. Structural Inertia and Organizational Change. *American Sociological Review*. 1984. № 49 (2). С. 149–164.
5. Ivashyna, S. Yu., Ivashyna, O. F. (2014). Sotsialno-institutsionalni aspekty ekonomichnoi transformatsii [Social and institutional aspects of economic transformation]. *Problemy ekonomiky = Problems of the economy*, No. 2, P. 309–314 [in Ukrainian].
5. Івашина С. Ю., Івашина О. Ф. Соціально-інституціональні аспекти економічної трансформації. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 309–314.
6. Terovanesov, M. R., Kratt, O. A. (2013). Kontseptualni pidkhody do doslidzhennia inertsii systemy vyshchoi osvity [Conceptual approaches to the study of the inertia of the higher cooling system]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnik" = Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, No. 769, P. 437–444 [in Ukrainian].
6. Терованесов М. Р., Кратт О. А. Концептуальні підходи до дослідження інерційності системи вищої освіти. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2013. № 769. С. 437–444.
7. Terovanesov, M. R., Kratt, O. A. (2012). Inertsiiist yak vlastyvist materialnykh i nematerialnykh ob'ektiv [Inertia as a property of material and immaterial objects]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky = Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Series: Economic Sciences*, No. 6, Vol. 1, P. 89–94 [in Ukrainian].
7. Терованесов М. Р., Кратт О. А. Інерційність як властивість матеріальних і нематеріальних об'єктів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2012. № 6. Т. 1. С. 89–94.
8. Kostyrko, I. H. (2009). Poniattia ekonomichnoi masy v svitli teorii fizychnoi ekonomii [The concept of economic mass in the light of the theory of physical economy]. *Fizychna ekonomii: metodohii doslidzhennia ta hlobalna misiia Ukrainy: zb. materialiv mizhnar. nauk. konf. = Physical economy: research methodology and global mission of Ukraine: coll. materials of international of science conf.* (April 8–10, 2009). Kyiv: KNEU. P. 227–234 [in Ukrainian].
8. Костирко І. Г. Поняття економічної маси в світлі теорії фізичної економії. *Фізична економія: методологія дослідження та глобальна місія України: зб. матеріалів міжнар. наук. конф.* (Київ, 8–10 квіт. 2009 р.). К.: КНЕУ, 2009. С. 227–234.
9. Ustenko, A. O. (2014). Tsilova pidsystema systemy upravlinnia [Target subsystem of the control system]. *Biznesinform = Business Information*, No. 6, P. 360–364 [in Ukrainian].
9. Устенко А. О. Цільова підсистема системи управління. *Бізнесінформ*. 2014. № 6. С. 360–364.
10. Terovanesov, M. R. (2013). Ekonomichna masa yak skladova inertsii systemy vyshchoi osvity [Economic mass as a component of the inertia of the higher education system]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm = Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazina. Series: International relations. Economy. Local studies. Tourism*, No. 1086, Vol. 2, P. 100–104 [in Ukrainian].
10. Терованесов М. Р. Економічна маса як складова інерційності системи вищої освіти. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2013. № 1086. Вип. 2. С. 100–104.

11. Terovanesov, M. R. (2014). Udoskonalennia menedzhmentu systemy vyshchoi osvity [Improving the management of the higher education system]. *Formuvannia innovatsiinoi ekonomiky: svitovyi dosvid ta vitchyzniani realii: Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii = Formation of an innovative economy: world experience and domestic realities: Materials of the International Scientific and Practical Conference*. Kherson: VD "Helvetyka". P. 152–155 [in Ukrainian].
11. Терованесов М. Р. Удосконалення менеджменту системи вищої освіти. *Формування інноваційної економіки: світовий досвід та вітчизняні реалії: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Херсон: ВД "Гельветика", 2014. С. 152–155.
12. Terovanesov, M. R. (2013). Vnutrishni ta zovnishni protyrichchia rozvytku systemy vyshchoi osvity [Internal and external contradictions in the development of the higher education system]. *Yevropeiski perspektyvy = European perspectives*, No. 12, P. 187–193 [in Ukrainian].
12. Терованесов М. Р. Внутрішні та зовнішні протиріччя розвитку системи вищої освіти. *Європейські перспективи*. 2013. № 12. С. 187–193.

УДК 378:35

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.3

Olena V. Ptashchenko

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

**PECULIARITIES OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF HIGHER EDUCATION
INSTITUTIONS IN CONDITIONS OF INNOVATIVE CHANGES**

The main components of the general concept of "social responsibility" are defined in the presented work, as well as the specifics of the social responsibility of higher education institutions. The general components of social responsibility help create a balance between economic, environmental and social gains, contributing to sustainable development and improving the quality of life. The social responsibility of higher education institutions includes many aspects that help contribute to the sustainable development of society, the formation of civil society, and the improvement of living conditions. The purpose of the presented work is to determine the main components of social responsibility of higher education institutions in modern conditions of transformations and innovative changes and to determine the vector of development of higher education institutions under the conditions of taking into account the features of social responsibility. The main research methods of the presented question are: analysis and synthesis to determine the main components of social responsibility of higher education institutions, induction and deduction to determine the main vectors of the development of social responsibility of higher education institutions in the conditions of innovative changes, a graphic method to present the main results of the study. The main results of the presented research can be considered the following theses: HEIs should work on ensuring gender equality in the educational process and support women in higher education and research; Higher education institutions can develop partnerships with other educational institutions, public organizations and enterprises for joint projects and initiatives; institutions of higher education play an important role in scientific research, and their responsibility is to conduct objective, ethical and socially important research that can lead to new discoveries and solutions to current problems; HEIs should promote cultural diversity and mutual understanding by supporting intercultural initiatives and student exchanges; Higher education institutions should provide support to students and graduates in finding a job, internship, and opportunities for further education. These features of social responsibility of higher education institutions help to create conditions for quality education, development of society and improvement of quality of life within their influence.

Keywords: *responsibility; university; social responsibility of the organization; conditions of globalization; changes; structural changes.*

Олена В. Птащенко

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

**ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН**

В представленій роботі визначено основні складові загального поняття «соціальна відповідальність», а також визначено особливості саме соціальної відповідальності закладів вищої освіти. Загальні складові соціальної відповідальності допомагають створити рівновагу між здобутками в галузі економіки, екології та суспільства, сприяючи сталому розвитку та покращенню якості життя. Соціальна відповідальність ЗВО включає в себе багато аспектів, які допомагають сприяти сталому розвитку суспільства, формуванню громадянського суспільства та покращенню умов життя. Метою представленої роботи є визначення основних складових соціальної відповідальності закладів вищої освіти в сучасних умовах трансформацій та інноваційних змін та визначення вектору розвитку ЗВО за умов

врахування особливостей соціальної відповідальності. Основними методами дослідження представленого питання є: аналіз та синтез для визначення основних складових соціальної відповідальності ЗВО, індукції та дедуції для визначення основних векторів розвитку соціальної відповідальності закладів вищої освіти в умовах інноваційних змін, графічний метод для представлення основних результатів дослідження. Основними результатами представленого дослідження можливо вважати в наступних тезисах: ЗВО повинні працювати над забезпеченням гендерної рівності в навчальному процесі та підтримувати жінок у вищій освіті та дослідженнях; ЗВО можуть розвивати партнерські відносини з іншими освітніми установами, громадськими організаціями та підприємствами для спільних проєктів і ініціатив; заклади вищої освіти грають важливу роль в наукових дослідженнях, і їх відповідальність полягає в проведенні об'єктивних, етичних та соціально важливих досліджень, які можуть призвести до нових відкриттів і розв'язання актуальних проблем; ЗВО повинні сприяти культурній різноманітності та взаєморозумінню шляхом підтримки міжкультурних ініціатив та обміну студентами; ЗВО повинні надавати підтримку студентам і випускникам в пошуку роботи, стажуванні, та можливостей для подальшого навчання. Ці особливості соціальної відповідальності вищих навчальних закладів допомагають створювати умови для якісної освіти, розвитку суспільства та покращення якості життя у межах їх впливу.

Ключові слова: відповідальність; університет; соціальна відповідальність організації; умови глобалізації; зміни; структурні зміни.

Introduction. In the conditions of today's development, when the processes of integration and globalization come to the fore, economic processes undergo transformation, the issue of social responsibility acquires special importance. In the context of innovation and transformations, social responsibility provides the social component of control of these processes. It makes it possible to determine the main components of the necessary social vector of development and ensuring the environmental sustainability of innovative changes.

Social responsibility is a concept that includes various components that determine the obligations of organizations and individuals to society and the environment. The main general components of social responsibility are:

social activities. This component covers the efforts of organizations or individuals in solving social, environmental and economic problems of society. This may include charity, volunteering, donations, support of public initiatives, etc.;

environmental responsibility. This component refers to measures aimed at reducing the negative impact of activities on the natural environment. This includes the adoption of appropriate environmental standards, efficient use of resources and measures to reduce emissions and impact on the climate;

ethical behavior. This component involves compliance with moral norms, principles and standards in the activities of organizations and in personal life. This includes honesty, integrity, transparency and refraining from harmful practices;

social justice. This component provides for the protection of human rights, the fight against discrimination and inequality, the support of equal opportunities and participation in social programs and initiatives aimed at ensuring a fair distribution of resources and opportunities;

responsibility to the surrounding external environment. This component involves taking into account and meeting the needs and expectations of consumers and other members of the community. This may include developing products and services that benefit society and supporting local initiatives;

responsibility to employees. This component provides for the creation of safe, fair and favorable working conditions for employees. The presented includes compliance with labor standards, promotion of professional development and welfare of personnel;

positive impact on business and finances. This component involves creating long-term sustainability and success in business, based on social responsibility. This may include effectively managing risks and liabilities, developing partnerships with stakeholders, taking into account the interests of shareholders and investors and promoting sustainable economic growth;

consumer responsibility. This component includes the efforts of organizations and individuals to be responsible for the impact of their consumption patterns on social, environmental and economic aspects. This can include choosing goods and services that have a positive impact and rational use of resources;

a commitment to open dialogue with all stakeholders, including non-governmental organizations, government bodies, other companies, the academic community and the public. This facilitates the development of strategies and solutions that take into account different voices and opinions;

reporting and transparency. Organizations and individuals must provide information about their social responsibility and the results of their efforts in this direction. This includes publishing reports, being open about our activities and engaging with stakeholders;

social responsibility in education. Higher education organizations and educational institutions are responsible for educating students in the spirit of social responsibility and patriotism. They should include in the educational programs relevant courses and actions aimed at forming conscious and responsible citizens;

support and development of social initiatives. Socially responsible organizations support and develop social initiatives and projects aimed at solving current social problems, such as the fight against poverty, education, health care, etc.

These components are interconnected and complement each other in the formation of full-fledged social responsibility, which contributes to sustainable development and improvement of living conditions for society and the environment.

Based on the components of social responsibility presented above, we note that the social responsibility of higher education institutions is key to creating a society that promotes sustainable development and development of human capital. That is why the topic of the current research is relevant and timely.

Analysis of literary sources. In the conditions of modern digitization and the formation of the knowledge economy, the disorder in the field of education is receiving special attention. It is the high level of education that ensures the country's success and competitiveness. Issues of activity in the educational sphere were reflected in the works of D. Bayura, I. Hryshchenko, O. Grishnova, I. Krasovskiy, A. Krysovaty and many other modern researchers and economists.

Hryshchenko I. in his studies of the field of higher education focuses on the formation of an effective financial environment of higher education institutions, pays attention to the provision of self-sufficiency of educational institutions and the formation of an effective system of financial support [1].

The need for innovative development of universities and educational institutions is confirmed by the works of I. Krasovskiy and A. Krysovaty [2, 3].

Also, A. Krysovaty in his works focuses on the need for innovative development of higher education institutions in the context of the state-education-business "triad" [4].

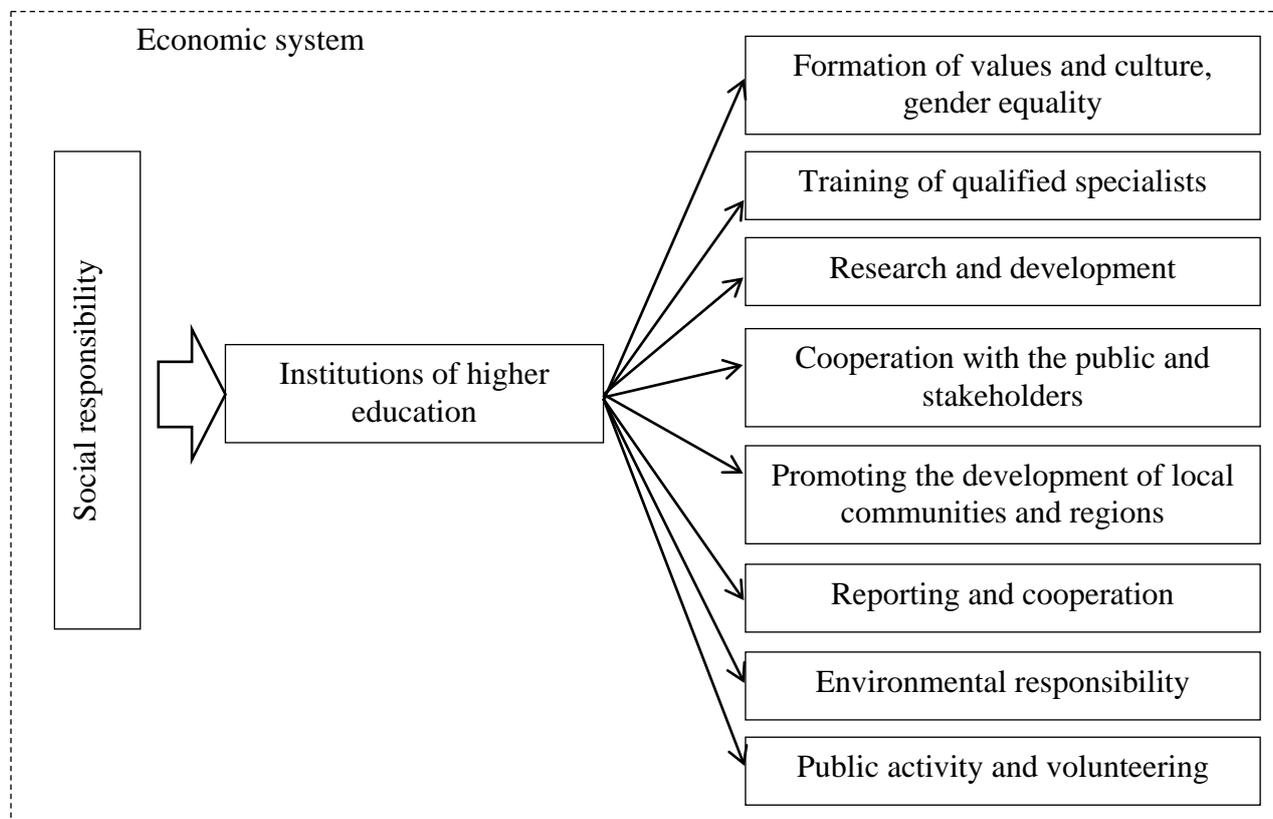
Researchers D. Bayur and O. Grishnova emphasize the need to provide quality education and promote the personal and professional development of students. This requires ensuring

accessibility, equality and inclusiveness of education. The presented questions emphasize the importance of social responsibility of higher education institutions in their work [6, 7].

Based on the works of the presented authors and other theoretical sources and statistical information, we note that the issue of social responsibility is relevant and requires careful research due to its variability and the change in modern conditions of development of national and world economies.

Aims. The purpose of the presented work is to determine the main components of social responsibility of educational institutions in the conditions of innovative changes and to determine the vector of development of higher education institutions under such conditions.

Research results. The social responsibility of higher education institutions (HEIs) plays a key role in their development, and also has a significant impact on the economy and society as a whole. That is why it is appropriate to consider the place of social responsibility in the general system of development of higher education institutions (Fig. 1).



Source: compiled by the author based on sources [7–10].

Fig. 1. The place of social responsibility in the general system of development of a higher education institution

Based on the presented fig. 1 to note that higher education institutions should interact with the public, public organizations, enterprises and other stakeholders to solve current social and economic problems; they can be catalysts for the development of local communities and regions, creating jobs, providing expert assistance and developing partnerships; can collaborate with other educational institutions, sharing experience and resources to improve education and research; can sponsor and promote community activism and volunteerism among their students and staff; can organize and support public initiatives and campaigns aimed at solving social problems and raising

public awareness; HEIs should support gender equality and diversity among students and staff, creating equal opportunities for all.

Thus, the place of social responsibility in the development of higher education institutions lies in their ability to influence social and economic processes, promote sustainable development and improve the quality of life in general. Social responsibility reflects the important role that higher education institutions play in shaping modern society.

The social responsibility of higher education institutions has its own branch specifics, which corresponds exactly to the educational orientation. That is why we will present some features of social responsibility of higher education institutions [11–13]:

Higher education institutions have a public mission in providing quality education and promoting the personal and professional development of students. This requires ensuring accessibility, equality and inclusiveness of education;

Higher education institutions should maintain active cooperation with the public and local communities. They must take into account the needs and expectations of society in program development, research and contribution to social issues;

Higher education institutions should develop sustainable and balanced approaches to management, finance and economic resources to ensure long-term efficiency and stability;

Higher education institutions should take into account environmental aspects in their activities, reducing the negative impact on nature and promoting sustainable use of resources.;

Higher education institutions should create a favorable environment for different groups of students, including people with disabilities, migrants, representatives of different cultures and tenders;

Higher education institutions should conduct research aimed at solving social problems, such as climate change, poverty alleviation and public health;

Higher education institutions should promote the development of civic consciousness among students and promote their participation in public and social initiatives;

Higher education institutions should promote the development of innovations, startups and entrepreneurship among their students and graduates;

Higher education institutions must be open and interact with the public, provide information about their activities and achievements;

Higher education institutions should actively cooperate with other institutions of higher education and join global initiatives aimed at achieving sustainable development.

The social responsibility of institutions of higher education (HEIs) acquires special importance in the conditions of innovative changes and globalization. Innovative changes involve the introduction of new approaches and technologies in teaching and research, and also affect the role of Higher education institutions in society. Based on this, we will present some features of the social responsibility of Higher education institutions in these conditions:

promoting innovation. Higher education institutions should actively support innovations in education and scientific research. This includes the development of new programs, technologies and learning methods, cooperation with innovative enterprises and the creation of incubators for startups;

education of innovators. HEIs should form the skills and mentality of innovators among their students, stimulating creativity and supporting the entrepreneurial spirit;

social integration. HEIs should take into account the needs and specifics of their region and community and actively cooperate with them for the development of regional innovations;

social equality. HEIs should ensure equal access to higher education for all layers of society, including vulnerable groups. This is important to ensure social justice and equal opportunities for all;

cooperation with business and community. HEIs should establish partnerships with businesses and local communities, promoting the exchange of knowledge and resources;

environmental sustainability. HEIs should pay attention to environmental sustainability and implement ecologically oriented practices in the management and educational process;

social responsibility of research. Higher education institutions should develop research aimed at solving social problems, such as the fight against poverty, climate change, health care, etc.;

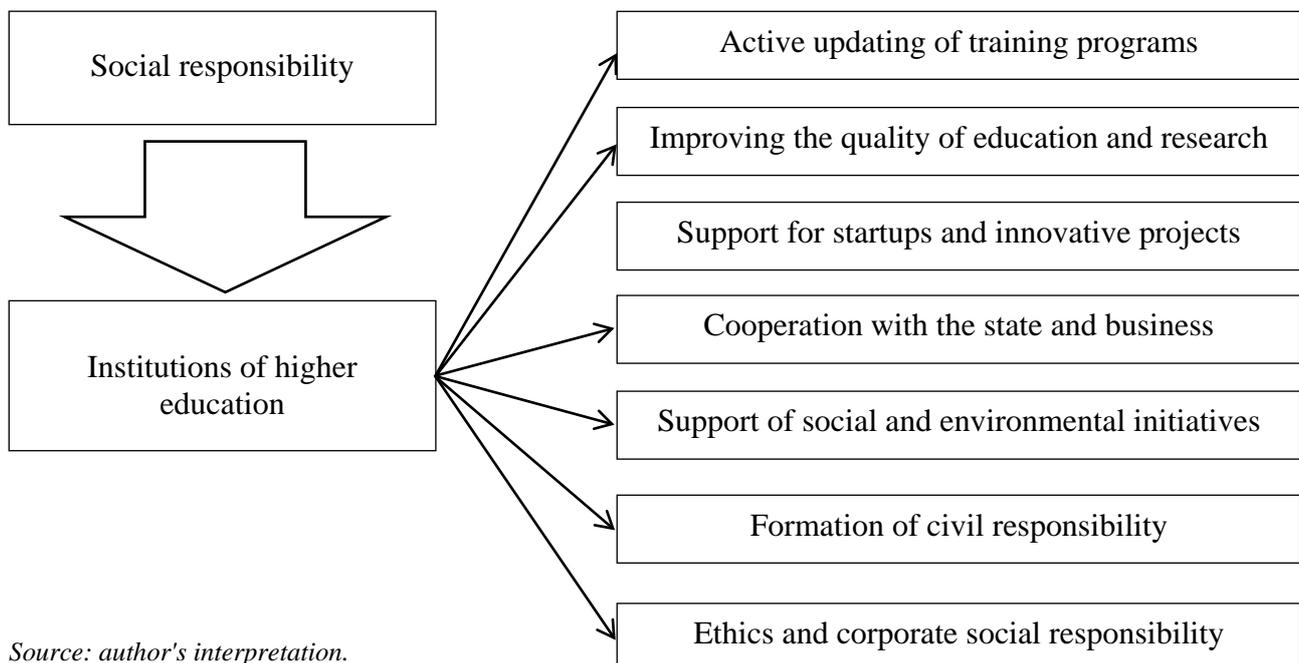
information transparency. HEIs must be open and interact with the public, provide information about their activities and achievements.

social responsibility in management. The administration of higher education institutions should consider social responsibility in the management process and make decisions that contribute to sustainable development;

social responsibility in the educational process. Higher education institutions should include courses on social responsibility in their training programs and actively support student initiatives in this field.

Social responsibility of higher education institutions in the conditions of innovative changes contributes to the creation of a sustainable and fair society and develops a generation of specialists who can influence social and environmental issues.

The development vector of higher education institutions in the conditions of innovative changes and consideration of social responsibility involves many important aspects. That is why it is expedient to present the directions of development schematically in fig. 2.



Source: author's interpretation.

Fig. 2. Development directions of higher education institutions taking into account the implementation of social responsibility in the conditions of innovative changes

Thus, these directions will help higher education institutions to be in a better position to solve modern challenges and improve the quality of education and activities in general, taking into account social responsibility towards society and future generations.

We should also note that the social responsibility of higher education institutions in the conditions of innovative changes should ensure the following:

to promote the development of interdisciplinary research and learning, which contributes to the understanding of complex problems and their solution;

fight for inclusiveness and equality, providing equal opportunities for all students, regardless of their individual characteristics;

promote healthy lifestyles among students and staff, including physical activity, balanced nutrition and psychological well-being;

to promote innovative scientific research, the development of new technologies and the solution of important social problems;

provide students with the opportunity to develop information and media skills that will help them critically evaluate information and be informed citizens.

References

1. Hryshchenko, I. M. (Ed.). (2015). Theoretical and methodological substantiation of effective financial and economic models of higher education development. Kyiv: National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine.

2. Krasovskiy, I. N., Pilyavski, V. P., Shendrikova, S. P., Nazrieva, M. V. (2020). Mechanism of the innovation development in the university. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 128, 2132–2140. DOI: 10.2991/aebmr.k.200312.296.

3. Krysovaty, A. (2015). The main paradigms of education and their essential characteristics. *Psychology and Society*, 1, 114–121.

4. Krysovaty, A., Ptashchenko, O. (2023). The mechanism of entrepreneurial innovation system in institutions of higher education. *Economics of Development*, 22(2), 51–60. DOI: 10.57111/econ/2.2023.51. URL: <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-2-2023/mekhanizm-pidpriyemnitskoyi-innovatsiynoyi-sistemi-u-zakladakh-vishchoyi-osviti>.

5. Makhynia, N., Kichuk, Ya., Ptashchenko, O., Kyrylenko, K., Horchynska, K., Riznyk, V. (2021). Innovations in the educational process and pedagogical technologies under the influence of crisis phenomena and global digitalization. *Estudios de Economia Aplicada*, Vol. 39, No. 5. DOI: 10.25115/eea.v39i5.4789. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4789>.

Література

1. Hryshchenko I. M. (Ed.). Theoretical and methodological substantiation of effective financial and economic models of higher education development. Kyiv: National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, 2015.

2. Krasovskiy I. N., Pilyavski V. P., Shendrikova S. P., Nazrieva M. V. Mechanism of the innovation development in the university. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 2020. No. 128. P. 2132–2140. DOI: 10.2991/aebmr.k.200312.296.

3. Krysovaty A. The main paradigms of education and their essential characteristics. *Psychology and Society*. 2015. No. 1. P. 114–121.

4. Krysovaty A., Ptashchenko O. The mechanism of entrepreneurial innovation system in institutions of higher education. *Economics of Development*. 2023. No. 22(2). P. 51–60. DOI: 10.57111/econ/2.2023.51. URL: <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-2-2023/mekhanizm-pidpriyemnitskoyi-innovatsiynoyi-sistemi-u-zakladakh-vishchoyi-osviti>.

5. Makhynia N., Kichuk Ya., Ptashchenko O., Kyrylenko K., Horchynska K., Riznyk V. Innovations in the educational process and pedagogical technologies under the influence of crisis phenomena and global digitalization. *Estudios de Economia Aplicada*. 2021. Vol. 39, No. 5. DOI: 10.25115/eea.v39i5.4789. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4789>.

6. Baiura, D. O., Buian, O. A. (2012). Kontseptualni zasady mekhanizmu formuvannia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini [Conceptual foundations of the mechanism of formation of corporate social responsibility in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky = Actual problems of economics*, № 9 (135), P. 151–157 [in Ukrainian].
6. Баюра Д. О., Буян О. А. Концептуальні засади механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9 (135). С. 151–157.
7. Hrishnova, O., Bekh, S. (2014). Sotsialna vidpovidalnist universytetiv Ukrainy: porivnialnyi analiz i osnovni napriamy rozvytku [Social responsibility of Ukrainian universities: comparative analysis and main directions of development]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika = Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. Economy.*, № 5, P. 11–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_5_4 [in Ukrainian].
7. Грiшнова О., Бех С. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз і основні напрями розвитку. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 5. С. 11–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_5_4.
8. Kalashnikova, S., Vlasova, I. (2022). Rozshyrennia finansovoi avtonomii universytetiv yak instrument pidvyshchennia yikh sotsialnoi vidpovidalnosti [Expanding the financial autonomy of universities as a tool for increasing their social responsibility]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Universytety i liderstvo" = International Scientific Journal "Universities and Leadership"*, № 13, P. 55–69. <https://doi.org/10.31874/2520-6702-2022-13-55-69> [in Ukrainian].
8. Калашнікова С., Власова І. Розширення фінансової автономії університетів як інструмент підвищення їх соціальної відповідальності. *Міжнародний науковий журнал "Університети і лідерство"*. 2022. № 13. С. 55–69. <https://doi.org/10.31874/2520-6702-2022-13-55-69>.
9. Okhrimenko, O. O., Ivanova, T. V. (2015). Sotsialna vidpovidalnist: navch. posib. [Social responsibility: education. manual]. Kyiv: National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute". 180 p. [in Ukrainian].
9. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ: Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", 2015. 180 с.
10. Pidhornyi, A. Z., Korolova, T. S., Pavlova, T. V., Lapina, I. S. (2017). Problemy upravlinnia finansamy vyshchikh navchalnykh zakladiv: monohraf [Problems of financial management of higher educational institutions: monograph]. Eds. A. Z. Pidhornyi. Odesa: FOP Huliaieva V.M. 152 p. [in Ukrainian].
10. Підгорний А. З., Корольова Т. С., Павлова Т. В., Лапіна І. С. Проблеми управління фінансами вищих навчальних закладів: монограф. За ред. А. З. Підгорного. Одеса: ФОП Гуляєва В.М., 2017. 152 с.
11. Pochtoviuk, A. B. (2013). Profesiinokvalifikatsiina vidpovidnist yak vektor rozvytku vyshchoi shkoly v interesakh natsionalnoi ekonomiky [Professional qualification compliance as a vector of higher education development in the interests of the national economy]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Seriya: Ekonomika = Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series: Economy*,
11. Почтовіюк А. Б. Професійно-кваліфікаційна відповідність як вектор розвитку вищої школи в інтересах національної економіки. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Економіка*. 2013. Вип. 24. С. 44–48.

Vol. 24, P. 44–48 [in Ukrainian].

12. Fedulova, L. I. (2008). Sotsialni innovatsii v systemi sotsialno-ekonomichnykh vidnosyn [Social innovations in the system of socio-economic relations]. URL: https://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf [in Ukrainian].

13. Shevchenko, L. S. (2011). Sotsialna vidpovidalnist vyshchikh navchalnykh zakladiv: aspekt yakosti osvity [Social responsibility of higher educational institutions: aspect of quality of education]. *Visnyk natsionalnoho universytetu "Iurydychna akademiia imeni Yaroslava Mudroho" = Bulletin of the National University "Yaroslav the Wise Academy of Law"*, № 4 (7), P. 5–15 [in Ukrainian].

12. Федулова Л. І. Соціальні інновації в системі соціально-економічних відносин. URL: https://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf.

13. Шевченко Л. С. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів: аспект якості освіти. *Вісник національного університету "Юридична академія імені Ярослава Мудрого"*. 2011. № 4 (7). С. 5–15.

УДК 351.77:336.5:614.2](045)

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.4

Тамара В. Камінська

*Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського», Україна*

**ВЗАЄМОДІЯ ЕЛЕМЕНТІВ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

У статті висвітлено питання взаємодії елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я з точки зору сучасного аспекту. Автором виділено основні виклики, які визначають взаємодію елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я України, зокрема це забезпечення фінансової стабільності системи охорони здоров'я, зміцнення кадрового потенціалу системи охорони здоров'я, розвиток електронної охорони здоров'я та посилення кібербезпеки, посилення систем управління якістю надання медичних послуг на національному та регіональному рівнях. Виявлено, що в основі організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я лежить впровадження операційного плану з метою втілення стратегії розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року. З'ясовано, що головною метою взаємодії елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я є підвищення життєвого рівня та якості життя населення, забезпечення збереження здоров'я всіх громадян, для досягнення якої необхідно забезпечити заклади охорони здоров'я достатніми фінансовими ресурсами та належним кадровим забезпеченням. Визначено, що у сфері фінансового забезпечення охорони здоров'я найбільшою проблемою є дефіцит державного фінансування, що призводить до зменшення обсягів надання безплатної медичної допомоги. Вказано, що фінансування сфери охорони здоров'я здійснюється шляхом асигнувань з державного бюджету України, місцевих бюджетів, коштів підприємств і приватних осіб, а також інших юридично допустимих ресурсів. У статті проаналізовано динаміку зміни обсягу видатків державного бюджету України на охорону здоров'я та виявлено щорічне зростання обсягів. Виявлено, що важливим елементом організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я є кадровий потенціал сфери охорони здоров'я та визначено основні проблеми зниження цього потенціалу. Запропоновано шляхи підвищення рівня кадрового забезпечення сфери охорони здоров'я. Проаналізовано показники кадрового складу та мережі закладів охорони здоров'я в Україні. Доведено, що достатній обсяг фінансування сфери охорони здоров'я та вирішення проблем кадрового забезпечення, що дозволить підвищити кадровий потенціал у сфері охорони здоров'я, будуть основними напрямками удосконалення організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм; охорона здоров'я; фінансове забезпечення; кадрове забезпечення; медичні послуги; населення; якість; інтеграція.

Tamara V. Kaminska

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Ukraine

**INTERACTION OF ELEMENTS OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC
MECHANISM IN THE FIELD OF HEALTH CARE**

The article explores the interaction of elements within the organizational-economic mechanism in the healthcare sector from a contemporary perspective. The author identifies key challenges that define the interaction of elements within the organizational-economic mechanism in the healthcare sector of Ukraine. These challenges include ensuring financial stability of the healthcare system, strengthening the human resource potential of the healthcare system, developing electronic healthcare, and enhancing cybersecurity. It is revealed that the foundation of the

organizational-economic mechanism in the healthcare sector lies in the implementation of an operational plan aimed at realizing the development strategy of the healthcare system by 2030. The primary goal of the interaction of elements within the organizational-economic mechanism in the healthcare sector is identified as the improvement of the standard of living and quality of life of the population, ensuring the preservation of the health of all citizens. To achieve this goal, it is essential to provide healthcare institutions with adequate financial resources and proper staffing. In the realm of financial support for healthcare, the most significant issue is the deficit of state funding, leading to a reduction in the provision of free medical assistance. Financing of the healthcare sector is sourced from allocations from the state budget of Ukraine, local budgets, funds from enterprises and private individuals, as well as other legally permissible resources. The article analyzes the dynamics of changes in the volume of expenditures from the state budget of Ukraine on healthcare, revealing annual increases. An important element of the organizational-economic mechanism in the healthcare sector is identified as the human resource potential of the healthcare sector, and the main problems leading to a decline in this potential are outlined. Ways to enhance the level of human resource provision in the healthcare sector are proposed. Indicators of the staff composition and network of healthcare institutions in Ukraine are analyzed, emphasizing that sufficient funding for the healthcare sector and the resolution of staffing issues will be the main directions for improving the organizational-economic mechanism in the healthcare sector.

Keywords: *organizational and economic mechanism; health care; financial support; personnel support; medical services; population; quality; integration.*

Постановка проблеми. Забезпечення належного рівня здоров'я населення в різних умовах є пріоритетом для всіх країн і систем охорони здоров'я, і це наголошується в політичних документах на міжнародному, європейському та національному рівнях. Цілі та завдання системи охорони здоров'я спрямовані на збереження та зміцнення здоров'я та забезпечення доступної та високоякісної медичної допомоги відповідно до рівня технологічного розвитку, реальних потреб та принципів рівності та справедливості.

Недоліки існуючої системи охорони здоров'я, швидкі зміни в соціально-економічній сфері, незадовільна екологічна ситуація, складна демографічна ситуація та незадовільний стан здоров'я населення вимагають невідкладного вирішення поточних проблем та вдосконалення організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я, оскільки щорічне зростання фінансування у галузі охорони здоров'я, не супроводжуване впровадженням інструментів для підвищення ефективності використання ресурсів та стимулювання медичних працівників до підвищення якості надання послуг населенню, не здатне сприяти поліпшенню якості медичної допомоги.

Сфера охорони здоров'я є однією з ключових сфер розвитку соціальної системи будь-якої країни та невід'ємною частиною функціонування суспільства. Саме об'єктивність необхідності розвитку даного напрямку з метою підвищення рівня життя населення потребує пошуку нових методів та засобів удосконалення його функціонування. Тобто необхідно покращувати ефективність застосування окремих складових організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я з метою їх зміни відповідно до сучасних тенденцій економічного прогресу держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематичні аспекти удосконалення організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я досліджували багато науковців. Зокрема М. Дубина та Д. Сердюк наголошують, що організаційно-економічний механізм розвитку сфери охорони здоров'я є складною, відкритою, структурованою системою методів, засобів та інструментів, що використовуються органами державної влади, місцевого самоврядування та закладами охорони здоров'я в рамках управлінської діяльності

для забезпечення досягнення поставлених цілей і реалізації основних функцій системи охорони здоров'я [1]; В. Борщ вивчав особливості функціональної системи управління фінансовими механізмами в сфері охорони здоров'я України [2]; А. Роговий, М. Дубина та Т. Забаштанська провели аналіз стратегічних пріоритетів розвитку системи охорони здоров'я в Україні з позиції фінансових аспектів [3]; Т. Сабецька досліджувала проблеми та перспективи фінансування сектору охорони здоров'я України [4]; О. Волосовець, В. Заболотько та А. Волосовець вивчали питання кадрового забезпечення сфери охорони здоров'я в Україні [5]; С. Кісь, І. Запукляк, О. Яцюк та Г. Малиновська також досліджували проблеми кадрового забезпечення сфери охорони здоров'я України з позиції нового підходу до розвитку управлінського персоналу [6].

Розглядаючи напрацювання науковців та загальний огляд літератури з даної теми, доцільно звернути увагу на те, що питання взаємодії елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я з практичної точки зору, зважаючи на умови сьогодення, є не до кінця розкритими.

Мета статті полягає у висвітленні питань взаємодії елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я з точки зору сучасного аспекту.

Виклад основного матеріалу. Система охорони здоров'я України переживає кардинальні зміни, адже, зважаючи на багаторівневність та розгалуженість системи такі зміни вимагають визначення нових форм організаційно-економічного механізму.

Так, основними викликами, які визначають взаємодію елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я України є:

- забезпечення фінансової стабільності системи охорони здоров'я через запровадження гнучких методів фінансування сфери охорони здоров'я, розширення програм медичного страхування та розвитку ринків добровільного медичного страхування;
- зміцнення кадрового потенціалу системи охорони здоров'я шляхом реалізації заходів щодо інтеграції освітньої та наукової діяльності у сфері охорони здоров'я в сучасний міжнародний контекст; планування та укомплектування системи охорони здоров'я з точки зору розміру та структури з огляду на потреби системи; створення умов для забезпечення професійного добробуту робітників у галузі охорони здоров'я;
- розвиток електронної охорони здоров'я та посилення кібербезпеки через створення єдиного інформаційного простору охорони здоров'я з наскрізними процесами та послугами; забезпечення інфраструктурних та технічних умов для надання якісних медичних послуг з використанням інформаційно-комунікаційних систем усіх рівнів;
- посилення систем управління якістю надання медичних послуг на національному та регіональному рівнях, включаючи розробку та впровадження елементів медичної системи якості [7].

Доцільно відзначити, що в основі організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я лежить реалізація операційного плану щодо реалізації Стратегії розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року, де основними стратегічними цілями є:

- забезпечення повного доступу громадян до якісних медичних послуг та інструментів для реалізації права на здоров'я;
- удосконалення стратегії та інструментів політики, а також зміцнення спроможностей установ у національній системі охорони здоров'я;
- формування та забезпечення умов для ефективного розвитку та реалізації потенціалу складових національної системи охорони здоров'я [8].

Головною метою взаємодії елементів організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я є підвищення життєвого рівня та якості життя населення, забезпечення збереження здоров'я всіх громадян. Для досягнення цієї мети стоїть завдання забезпечити

заклади охорони здоров'я достатніми фінансовими ресурсами та належним кадровим забезпеченням. Відсутність необхідного фінансування сфери охорони здоров'я означає, що держава не виявляє належного зацікавлення у використанні свого впливу для підвищення якості та ефективності медичної допомоги та надання підтримки громадянам у випадку захворювань. Це не тільки порушує конституційне право людини на доступну та високоякісну медичну допомогу, але й приводить до невикористання потенціалу державних ресурсів у галузі забезпечення національного здоров'я, погіршує стан здоров'я та скорочує тривалість життя населення.

На відміну від інших сфер, сфера охорона здоров'я в Україні майже повністю залежить від державного бюджету. Розвиток та залучення інших джерел фінансування гальмується відсутністю інтересу з боку приватного сектору та досить негативним ставленням державних органів до підприємництва в сфері охорони здоров'я. Тому у сфері фінансування охорони здоров'я найбільшою проблемою є дефіцит державного фінансування, що призводить до зменшення обсягів надання безкоштовної медичної допомоги. Відсутність коштів не дозволяє своєчасно оновлювати морально та фізично застарілу апаратуру, а оплата праці робітників медичної сфери залишається на низькому рівні і не бере до уваги кількості та якості наданих медичних послуг.

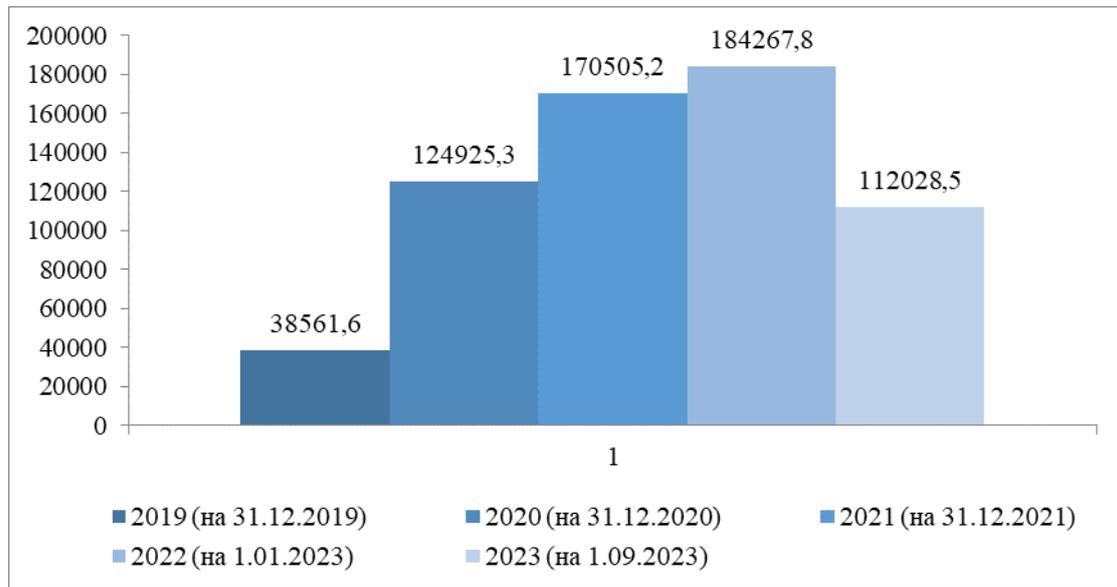
Фінансування сектору охорони здоров'я відбувається шляхом виділення коштів з державного бюджету України, місцевих бюджетів, фінансування з підприємств та приватних осіб, а також інших законодавче допустимих джерел. Фінансування, що надходить на потреби сфери охорони здоров'я з українського державного бюджету та місцевих бюджетів, цільово використовується на медичну та реабілітаційну допомогу населенню, фінансування державних і регіональних програм охорони здоров'я, а також на фундаментальні наукові дослідження в цій сфері [9].

З огляду на такі засади фінансування сфери охорони здоров'я, доцільно проаналізувати динаміку зміни обсягу видатків державного бюджету України на охорону здоров'я. Так, з рис. 1 видно, що протягом 2019-2022 років спостерігалось тенденційне зростання обсягу видатків на охорону здоров'я.

Що стосується загальних витрат на галузь охорони здоров'я, то у 2022 році вони становили 215,3 млрд грн. Минулого року важливими напрямками видатків були видатки на реалізацію програми медичних гарантій, на яку виділено 146,3 млрд грн. Також значну частку видатків, зокрема 143,9 млрд грн було виділено на фінансування медичних послуг в рамках програми медичних гарантій; 11,6 млрд грн – на забезпечення заходів з охорони здоров'я населення (державний інфекційний контроль та епідеміологічний нагляд, створення лабораторій, приладів та діагностичних досліджень і тестів) [11].

У 2023 році загальні видатки на охорону здоров'я становитимуть 206,8 млрд грн, у тому числі видатки держбюджету з урахуванням трансфертів – 176,1 млрд грн (у порівнянні з 2022 роком відбулося несуттєве падіння обсягу). Зокрема 142,7 млрд грн буде направлено на реалізацію програми медичних гарантій, що дозволить забезпечити надання необхідних медичних послуг і розширення реабілітаційних послуг і послуг психологічної підтримки, а також розширення програм відшкодування вартості ліків і медичних виробів [12].

Згідно з ухваленим урядом проектом держбюджету на 2024 рік, загальний бюджет охорони здоров'я зросте порівняно з 2023 роком на 24,4 млрд грн і становитиме близько 202 млрд грн. На фінансування програми медичних гарантій проектом державного бюджету на 2024 рік передбачено майже 159 млрд грн, що на 16 млрд грн більше, ніж у 2023 році. Також варто зауважити, що у 2024 році в програму медичних гарантій вперше буде включено пакет допоміжних репродуктивних технологій з інвестиціями понад 1,5 млрд грн [13].



Джерело: сформовано на основі [10].

Рис. 1. Видатки державного бюджету України на охорону здоров'я, млн грн

Необхідними напрямками подальшого розвитку організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я є: 1) створення чіткого механізму надання та фінансування гарантованих медичних послуг; 2) розширення діяльності НСЗУ в областях для підвищення ефективності фінансування охорони здоров'я; формування комплексу заходів щодо налагодження інформаційно-комунікаційних зв'язків між центральними органами управління з метою фінансування системи охорони здоров'я; розроблення комплексної методики оцінки ефективності фінансової підтримки системи охорони здоров'я в цілому; регулювання на державному рівні порядку використання коштів місцевого бюджету для фінансування закладів охорони здоров'я [14].

Доцільно відзначити, що у зв'язку з інтеграцією України до ЄС та дотриманням всіх правил, визначених ЄС у цьому процесі, слід збільшити частку видатків на охорону здоров'я і тим самим наблизити функціональну структуру видатків з державного бюджету на охорону здоров'я до середнього рівня європейських країн. Необхідно активно спрямовувати зусилля на розвиток страхової медицини, оскільки в світовій практиці цей вид медичних фінансових відносин визнаний найбільш ефективним у сучасних умовах.

Важливим елементом організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я є кадровий потенціал сфери охорони здоров'я. В умовах сьогодення основними кадровими проблемами у сфері охорони здоров'я в Україні є нестача кваліфікованих медичних кадрів, регіональний дисбаланс у забезпеченні населення медичними кадрами та недостатня мотивація медичного персоналу, недосконала система оплати праці, недостатня зайнятість вакансій у лікарській сфері за певними спеціальностями, висока кількість працівників у пенсійному віці, і застаріла нормативно-правова база у сфері кадрової політики, недофінансування сфери охорони здоров'я [15].

Для практичного представлення проблеми доцільно проаналізувати кадровий склад закладів охорони здоров'я в Україні та визначити основні тенденції зміни динаміки цього показника. Так, дані, представлені у таблиці 1 засвідчують, що в 2017-2022 років відбувалося тенденційне скорочення загальної кількості лікарів. У порівнянні із 2017 роком у 2022 році скорочення становило 12,4% (що насамперед зумовлено російсько-українською війною, окупацією територій, масовим знищенням та пошкодженням закладів охорони здоров'я), а у

порівнянні із 2010 роком 27,5%. Відповідно до таких тенденцій у 2022 році скоротився загальний рівень забезпеченості лікарями на 10 тис. населення на 9,7% та 19,3% відповідно порівняно з 2017 та 2010 роками.

Таблиця 1

Кадровий склад закладів охорони здоров'я в Україні

Показники	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всього лікарів	224876	186234	186178	185675	184713	179602	н/д	163033
Забезпеченість на 10 тис. населення	49,3	43,7	44,1	44,2	44,3	43,4	н/д	39,8
в тому числі система МОЗ	197065	161621	159600	156863	154265	147361	143887	137549
Забезпеченість на 10 тис. населення	43,2	38,0	37,8	37,4	37,0	35,6	35,1	33,6
Укомплектованість штатних лікарських посад фізичними особами – всього	80,8	82,1	81,7	81,7	82,1	81,0	80,0	80,6
в т.ч. у лікувально-профілактичних закладах	78,3	78,7	78,2	78,0	78,3	76,9	75,8	76,2
% атестації	68,3	67,5	68,8	68,9	68,8	67,2	67,1	64,3
% осіб пенсійного віку	24,5	24,0	24,5	24,6	24,7	23,6	23,67	23,7
Із загальної кількості лікарів								
- в закладах інших міністерств та відомств	14811	10550	9907	9968	9885	9859	н/д	7903
- лікарі приватної практики	13000	14063	16671	18844	20563	22382	н/д	17581
Кількість середнього медичного персоналу всього	466816	371736	360416	345364	330322	308758	н/д	268231
Забезпеченість на 10 тис. населення	102,4	87,3	85,4	82,3	79,2	74,5	н/д	65,4
в тому числі середнього медичного персоналу система МОЗ	428667	344035	330444	313412	296054	273526	261255	241147
Забезпеченість на 10 тис. населення	94,1	80,8	78,3	74,7	70,9	66,0	63,7	58,8
Укомплектованість штатних посад середнього медичного персоналу фізичними особами – всього	95,2	95,4	93,3	91,1	89,2	88,5	88,2	88,4
в т.ч. в лікувально-профілактичних закладах	90,4	89,9	87,9	86,3	85,2	84,6	84,5	85,2
% атестації	63,7	70,0	71,5	72,5	73,2	72,3	72,68	70,3
% осіб пенсійного віку	15,8	13,2	12,9	12,7	12,5	11,0	10,71	11,1
Із загальної кількості середнього медперсоналу								
- в закладах інших міністерств та відомств	25687	15839	15733	15585	15514	14811	н/д	10687
- в приватних структурах	12462	11862	14239	16367	18754	20421	н/д	16397

Складено автором на основі даних [16].

Що стосується укомплектованості штатних лікарських посад фізичними особами, то протягом аналізованого періоду цей показник знаходився в межах 80,0-82,1%. Стосовно кількості лікарів, які працюють в системі Міністерства охорони здоров'я, то тут тенденція є теж негативною. Відтак, у 2022 році порівняно із 2017 та 2010 роком показник кількості лікарів, що працюють у системі Міністерства охорони здоров'я суттєво скоротився на 13,8% та 30,2% відповідно, а рівень забезпеченості лікарями на 10 тис. населення на 11,1% та 22,2% відповідно.

Про негативні тенденції у динаміці розвитку кадрового забезпечення також свідчать скорочення у 2022 році, порівняно із 2017 та 2010 роками відповідно загальної кількості середнього медичного персоналу на 20,2% та 46,6%; кількості середнього медичного персоналу, що працюють у системі Міністерства охорони здоров'я на 27,0% та 43,7% тощо.

Водночас позитивними тенденціями у динаміці розвитку кадрового забезпечення були у 2022 році, порівняно із 2017 та 2010 роками відповідно зростання кількості лікарів приватної практики на 5,4% та 35,2%.

Для усунення цих проблем в Україні запроваджено регіональні програми розвитку медицини, які спрямовані на вирішення проблеми забезпечення сфери охорони здоров'я кваліфікованими кадрами. Однак ці програми фрагментовані і не вирішують комплексно проблему, тому що на національному рівні відсутній єдиний підхід до підготовки та мотивації медичного персоналу, а також немає єдиної концепції розвитку кадрів у сфері охорони здоров'я. З метою подолання зазначених проблем доцільним є:

- 1) забезпечення оптимального планування та розподілу фінансових ресурсів;
- 2) збільшення охоплення населення послугами сфери охорони здоров'я;
- 3) забезпечення доступності та підвищення рівня якості надання первинної допомоги населенню шляхом оснащення закладів охорони здоров'я сучасним медичним обладнанням та кваліфікованим медичним персоналом;
- 4) підвищення ефективності роботи кадрів сфери охорони здоров'я.

У ході дослідження доцільним є також здійснення аналізу динаміки розвитку мережі закладів охорони здоров'я в Україні. Так, згідно з даними таблиці 2, з'ясовано, що в період 2022-2017 років відбулося значне скорочення кількості лікарняних закладів на 309 одиниць, а порівняно із 2010 роком показник зниження становив 1358 одиниць. Щодо динаміки розвитку лікарняних закладів, що належать до системи Міністерства охорони здоров'я, то таке зниження становило відповідно 325 та 1292 одиниць у 2022 році порівняно із 2017 та 2010 роками.

Таблиця 2

Мережа закладів охорони здоров'я в Україні

Показники	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всього лікарняних закладів	2763	1775	1714	1671	1640	1578	н/д	1405
в тому числі: системи МОЗ	2442	1539	1475	1416	1377	1302	1229	1150
інших міністерств та відомств	229	152	135	124	116	114	н/д	97
приватної форми власності	92	84	104	131	147	162	н/д	158
Самостійні заклади та структурні підрозділи, які надають амбулаторно-поліклінічну допомогу	8993	9962	10373	10502	10567	10561	н/д	9457
в тому числі: системи МОЗ	6869	8034	8318	8437	8392	8370	8240	7750
інших міністерств та відомств	550	227	207	201	203	205	н/д	166
приватної форми власності	1574	1701	1848	1864	1972	1986	н/д	1541
крім того, приватні кабінети	5510	4986	5344	5537	6055	6397	н/д	4236

Джерело: складено автором на основі даних [16].

Аналізуючи показники динаміки розвитку самостійних закладів та структурних підрозділів, які надають амбулаторно-поліклінічну допомогу, то як видно з таблиці 2, у 2022 році кількість таких закладів суттєво скоротилася порівняно із 2017 роком на 916 одиниць. Щодо самостійних закладів та структурних підрозділів, які надають амбулаторно-поліклінічну допомогу, що належать до системи Міністерства охорони здоров'я, то показник кількості таких закладів теж знизився на 568 одиниць у 2022 році у порівнянні із 2017 роком.

Підсумовуючи, зазначимо, що хоча стан кадрового потенціалу сфери охорони здоров'я в Україні можна визначати як задовільний, оскільки у цій сфері спостерігаються деякі негативні тенденції, які найближчим часом можуть стати серйозними проблемами. Зокрема, динаміка зайнятості та забезпеченості кадрами населення є негативною, а також необґрунтованим є співвідношення кількості лікарів до середнього медичного персоналу. Зважаючи на це, особливого значення набувають питання розвитку кадрового потенціалу сфери охорони здоров'я в Україні. Варто також зауважити, що розвиток кадрового забезпечення сфери охорони здоров'я має орієнтуватися першочергово на задоволення потреб у спеціалістах відповідної кваліфікації та професійності, здатних оволодіти та використовувати інноваційні медичні технології.

Висновки. У ході проведеного дослідження проаналізовано особливості організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я, на підставі чого, виявлено, що суттєві проблеми, що пов'язані з недофінансуванням сфери охорони здоров'я та зниженням рівня кадрового потенціалу негативно впливають на сферу охорони здоров'я в цілому. На практиці це свідчить про вкрай недостатній рівень задоволення потреб населення у рівному доступі до своєчасної, якісної та безпечної медичної допомоги. Підсумовуючи, доцільно відзначити, що достатній обсяг фінансування сфери охорони здоров'я та вирішення проблем кадрового забезпечення, що дозволить підвищити кадровий потенціал у сфері охорони здоров'я, будуть основними напрямками удосконалення організаційно-економічного механізму у сфері охорони здоров'я. Це дасть можливість підвищити якість надання медичних послуг населенню та, у підсумку, виконати одну із основних вимог щодо вступу України до ЄС.

References

Література

- | | |
|---|--|
| <p>1. Dubyna, M., Serdyuk, D. (2023). Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm rozvytku sfery okhorony zdorov"ya: sutnist', morfolohiya ta spetsyfichni osoblyvosti funktsionuvannya [Organizational and economic mechanism of development of the health care sphere: essence, morphology and specific features of functioning]. <i>Naukovyy visnyk Polissya = Polissya scientific bulletin</i>, № 1 (26), P. 238–254 [in Ukrainian].</p> <p>2. Borshch, V. I. (2020). Doslidzhennya funktsional'noyi systemy upravlinnya finansovymy mekhanizamy v sferi okhorony zdorov"ya Ukrayiny [Study of the functional management system of financial mechanisms in the sphere of health care of Ukraine]. <i>Rynkova ekonomika: suchasna teoriya i praktyka upravlinnya = Market economy: modern management theory and practice</i>, Vol. 19, Iss. 2 (45), P. 144–168 [in Ukrainian].</p> | <p>1. Дубина М., Сердюк Д. Організаційно-економічний механізм розвитку сфери охорони здоров'я: сутність, морфологія та специфічні особливості функціонування. <i>Науковий вісник Полісся</i>. 2023. № 1 (26). С. 238–254.</p> <p>2. Борщ В. І. Дослідження функціональної системи управління фінансовими механізмами в сфері охорони здоров'я України. <i>Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління</i>. 2020. Том 19. Вип. 2 (45). С. 141–68.</p> |
|---|--|

3. Rohovyy, A. V., Dubyna, M. V., Zabashtanska, T. V. (2020). Stratehichni priorytety rozvytku sfery okhorony zdorovya v Ukraini: finansovi aspekty [Strategic priorities for the development of health care in Ukraine: financial aspects]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya = Problems and prospects of economics and management*, № 3 (23), P. 158–165 [in Ukrainian].
3. Роговий А. В., Дубина М. В., Забаштанська Т. В. Стратегічні пріоритети розвитку сфери охорони здоров'я в Україні: фінансові аспекти. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 3 (23). С. 158–165.
4. Sabetska, T. (2021). Problemy ta perspektyvy finansovoho zabezpechennya sfery okhorony zdorovya Ukrainy [Problems and prospects of financial support of the sphere of health care of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 27. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/466> [in Ukrainian].
4. Сабецька Т. Проблеми та перспективи фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я України. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/466>.
5. Volosovets, O. P., Zabolotko, V. M., Volosovets, A. O. (2020). Kadrove zabezpechennya haluzi okhorony zdorovya v Ukraini ta sviti: suchasni vyklyky [Staffing of the health care industry in Ukraine and the world: modern challenges]. *Ukrayinski medychni visti = Ukrainian medical news*, № 1, P. 20–26 [in Ukrainian].
5. Волосовець О. П., Заболотько В. М., Волосовець А. О. Кадрове забезпечення галузі охорони здоров'я в Україні та світі: сучасні виклики. *Українські медичні вісті*. 2020. № 1. С. 20–26.
6. Kis, S., Zapukhlyak, I., Yatsyuk, O., Malynovska, H. (2019). Kadrove zabezpechennya sfery okhorony zdorovya Ukrainy: novyy pidkhid do rozvytku upravlinskoho personalu [Staffing of the healthcare sector of Ukraine: a new approach to the development of management personnel]. *Ekonomichnyy analiz = Economic analysis*, № 29(4), P. 17–27 [in Ukrainian].
6. Кісь С., Запукхляк І., Яцюк О., Малиновська Г. Кадрове забезпечення сфери охорони здоров'я України: новий підхід до розвитку управлінського персоналу. *Економічний аналіз*. 2019. № 29(4). С. 17–27.
7. Proekt Planu vidnovlennya Ukrainy. Materialy robochoyi hrupy "Okhорона zdorovya" [Project of the Recovery Plan of Ukraine. Materials of the working group "Health care"]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.
7. Проект Плану відновлення України. *Матеріали робочої групи "Охорона здоров'я"*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.
8. Proyeckt Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrainy "Pro skhvalennya Stratehiyi rozvytku systemy okhorony zdorovya do 2030 roku ta zatverdzhennya operatsiynoho planu yiyi realizatsiyi u 2023 rotsi" [Draft Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On the approval of the Strategy for the development of the health care system until 2030 and the approval of the operational plan for its implementation in 2023"]. URL: <https://moz.gov.ua/strategija> [in Ukrainian].
8. Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Стратегії розвитку системи охорони здоров'я до 2030 року та затвердження операційного плану її реалізації у 2023 році". URL: <https://moz.gov.ua/strategija>.
9. Osnovy zakonodavstva Ukrainy pro okhoronu zdorovya: Zakon Ukrainy vid 19.11.1992 № 2801-XII [Fundamentals of Ukrainian legislation on health care: Law of Ukraine dated 11/19/1992 No. 2801-12]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>.
9. Основи законодавства України про охорону здоров'я: Закон України від 19.11.1992 № 2801-XII. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12)

- XII]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text> [in Ukrainian].
10. Vydatky derzhbyudzhetu Ukrayiny [Expenditures of the state budget of Ukraine]. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/> [in Ukrainian].
11. Minfin: U 2022 rotsi vydatky na okhoronu zdorov"ya stanovyly 215,3 mlrd hrn [Ministry of Finance: In 2022, health care expenditures amounted to UAH 215.3 billion]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-u-2022-rotsi-vydatky-na-okhoronu-zdorovia-stanovyly-2153-mlrd-hrn> [in Ukrainian].
12. Byudzhет-2023: Na finansuvannya okhorony zdorovya peredbacheno 207 mlrd hryven [Budget-2023: 207 billion hryvnias are provided for health care financing]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/biudzhет-2023-na-finansuvannia-okhorony-zdorovia-peredbacheno-207-mlrd-hryven> [in Ukrainian].
13. V proyektі byudzhetu na 2024 rik uryad zaklav zbilshennya vydatkiv na okhoronu zdorovya na 24.4 mlrd hrn – Viktor Lyashko [In the draft budget for 2024, the government laid down an increase in spending on health care by 24.4 billion hryvnias – Viktor Lyashko]. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/v-proekti-bjudzhetu-na-2024-rik-urjad-zaklav-zbilshennja-vidatkiv-na-okhoronu-zdorov%e2%80%99ja-na-244-mlrd-grn-%e2%80%93-viktor-ljashko> [in Ukrainian].
14. Havrychenko, D., Kozyryeva, O., Popova, T., Serhiyenko, L. (2020). Mekhanizm finansuvannya okhorony zdorovya Ukrayiny v umovakh transformatsiy [Mechanism of funding of health care of Ukraine in conditions of transformations]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice = Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, № 1(42), P. 125–133, <https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.42.2022.3674> [in Ukrainian].
15. Vlasenko, R. V. (2021). Shchodo kadrovoho zabezpechennya haluzi okhorony zdorovya [Regarding personnel support in the field of health care]. *Natsionalnyy instytut stratehichnykh doslidzhen = National Institute of Strategic Studies*. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-09/ohorona-zdorovya.pdf> [in Ukrainian].
16. Pokaznyky zdorovya naseleння ta vykorystannya resursiv okhorony zdorovya v Ukrayini (zahalnyy) [Indicators of population health and use of health care resources in Ukraine (general)]. URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/MMXXII.html> [in Ukrainian].
- 12#Text.
10. Видатки держбюджету України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/>
11. Мінфін: У 2022 році видатки на охорону здоров'я становили 215,3 млрд грн. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-u-2022-rotsi-vydatky-na-okhoronu-zdorovia-stanovyly-2153-mlrd-hrn>.
12. Бюджет-2023: На фінансування охорони здоров'я передбачено 207 млрд гривень. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/biudzhет-2023-na-finansuvannia-okhorony-zdorovia-peredbacheno-207-mlrd-hryven>.
13. В проєкті бюджету на 2024 рік уряд заклав збільшення видатків на охорону здоров'я на 24,4 млрд грн – Віктор Ляшко. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/v-proekti-bjudzhetu-na-2024-rik-urjad-zaklav-zbilshennja-vidatkiv-na-okhoronu-zdorov%e2%80%99ja-na-244-mlrd-grn-%e2%80%93-viktor-ljashko>.
14. Гавриченко Д., Козирєва О., Попова Т., Сергієнко Л. Механізм фінансування охорони здоров'я України в умовах трансформацій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2020. № 1(42). С. 125–133. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.42.2022.3674>.
15. Власенко Р. В. Щодо кадрового забезпечення галузі охорони здоров'я. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2021. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-09/ohorona-zdorovya.pdf>.
16. Показники здоров'я населення та використання ресурсів охорони здоров'я в Україні (загальний). URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/MMXXII.html>.

УДК 336.743

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.5

Дмитро О. Красніков, Олександр В. Бекетов

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ КОНТРАКТИ: ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ

Зовнішньоекономічні контракти є юридичними угодами або договорами, які укладаються між суб'єктами господарювання (компаніями, підприємствами, державами тощо) з різних країн з метою здійснення міжнародних торговельних та економічних операцій. Зовнішньоекономічні контракти можуть мати різні форми та структури в залежності від типу угоди та її цілей, але основна мета полягає в регулюванні міжнародних відносин у сфері торгівлі товарами, послугами, інвестиціями та іншими видами економічної співпраці. Метою представленої роботи є розгляд основних особливостей здійснення контрактної зовнішньоекономічної діяльності з урахування особливостей фінансового інструментарію. Основними методами представленого дослідження є: аналіз та синтез – для відображення сутності зовнішньоекономічних контрактів та виділення дієвих фінансових інструментів; індукції та дедукції – для визначення основних складових зовнішньоекономічних контрактів, визначити особливості фінансового інструментарію; графічний метод - для наочного представлення отриманих результатів. До основних результатів дослідження можливо віднести наступні висновки, що основні характеристики та аспекти зовнішньоекономічних контрактів включають: зовнішньоекономічні контракти можуть стосуватися різних об'єктів, включаючи товари, послуги, інвестиції, інтелектуальну власність, технології тощо; вони можуть бути укладені між суб'єктами господарювання з різних країн, включаючи приватні компанії, державні органи, міжнародні організації тощо; зовнішньоекономічні контракти визначають умови оплати, включаючи валюту платежу, терміни платежу, умови кредиту тощо; вони можуть містити відомості про ціни на товари чи послуги, а також механізми зміни цін на основі певних факторів; зовнішньоекономічні контракти визначають тривалість угоди, умови доставки, якість товарів, стандарти та інші аспекти, що регулюють взаємодію сторін; вони можуть бути підпорядковані міжнародним або національним правилам та нормам, таким як міжнародні торгові угоди, торговельні санкції та інші регуляторні акти; зовнішньоекономічні контракти можуть містити умови страхування або банківських гарантій для забезпечення виконання угоди; вони можуть містити положення щодо вирішення спорів, такі як арбітраж, судове розгляд тощо. Зовнішньоекономічні контракти відіграють важливу роль у підтримці міжнародних відносин, створенні можливостей для міжнародної торгівлі, інвестицій та економічної співпраці, а також у регулюванні та забезпеченні стабільності в міжнародних економічних відносинах.

Ключові слова: міжнародні угоди; співробітництво; фінансове регулювання; зовнішньоекономічна діяльність; міжнародна торгівля.

Dmytro O. Krasnikov, Olexander V. Biekietov

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

FOREIGN ECONOMIC CONTRACTS: FINANCIAL INSTRUMENTS

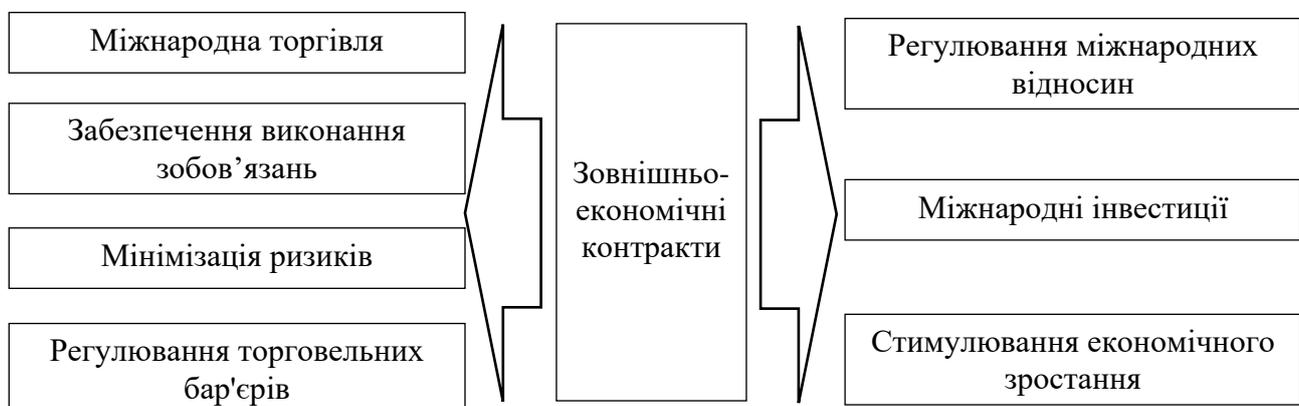
Foreign economic contracts are legal agreements or contracts concluded between business entities (companies, enterprises, states, etc.) from different countries for the purpose of international trade and economic transactions. Foreign economic contracts can have different forms and structures depending on the type of agreement and its goals, but the main purpose is to regulate international relations in the field of trade in goods, services, investments and other types of economic cooperation. The purpose of the presented work is to consider the main features of the implementation of contractual foreign economic activity, taking into account the features of

financial instruments. The main methods of the presented research are: analysis and synthesis - to reflect the essence of foreign economic contracts and highlight effective financial instruments; induction and deduction – to determine the main components of foreign economic contracts, to determine the features of financial instruments; graphic method - for visual representation of the obtained results. The following conclusions can be attributed to the main results of the research, that the main characteristics and aspects of foreign economic contracts include: foreign economic contracts can relate to various objects, including goods, services, investments, intellectual property, technologies, etc.; they can be concluded between business entities from different countries, including private companies, state bodies, international organizations, etc.; foreign economic contracts determine the terms of payment, including the currency of payment, terms of payment, terms of credit, etc.; they may contain information about the prices of goods or services, as well as price change mechanisms based on certain factors; foreign economic contracts determine the duration of the agreement, terms of delivery, quality of goods, standards and other aspects regulating the interaction of the parties; they may be subject to international or national rules and regulations, such as international trade agreements, trade sanctions and other regulatory acts; foreign economic contracts may contain terms of insurance or bank guarantees to ensure the execution of the agreement; they may contain provisions for dispute resolution, such as arbitration, litigation, etc. Foreign economic contracts play an important role in maintaining international relations, creating opportunities for international trade, investment and economic cooperation, as well as in regulating and ensuring stability in international economic relations.

Keywords: *international agreements; cooperation; financial regulation; foreign economic activity; international trade.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток економічних відносин орієнтован на прискорення всіх економічних процесів. Це передусім пов'язано з формування інформаційного суспільства, провадження економіки знань та збільшення впливу глобалізації та інтеграції. За таких змінних умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності набуває нових характеристик та особливостей, що обумовлює зміни фінансових, управлінських та маркетингових інструментів. Представлені зміни торкаються також і договірної діяльності.

Зовнішньоекономічні контракти є угодами або угодами між суб'єктами господарювання різних країн з метою здійснення міжнародної торгівлі товарами, послугами, капіталом або іншими активами. Сутність зовнішньоекономічних контрактів полягає в окремих характеристиках, що представлено на рис. 1.



Джерело: складено авторами на основі джерел [3, 6–8].

Рис. 1. Сутність зовнішньоекономічних контрактів

Зазначимо, що представлені характеристики дозволуть оптимізувати економічні процеси пов'язані з договірною діяльністю та полягають в наступному:

- зовнішньоекономічні контракти дозволяють країнам обмінюватися товарами і послугами на міжнародному рівні. Вони регулюють умови поставок, ціноутворення, якість товарів та інші аспекти торгівлі;
- зовнішньоекономічні контракти можуть містити умови, що гарантують виконання зобов'язань сторонами. Наприклад, вони можуть включати умови страхування, банківські гарантії або інші механізми для забезпечення доставки товарів або оплати;
- зовнішньоекономічні контракти можуть містити положення, що визначають права та обов'язки сторін, а також процедури вирішення спорів. Вони можуть бути укладені на комерційних умовах або мати господарську, торговельну, або політичну спрямованість;
- зовнішньоекономічні контракти можуть охоплювати інвестиційні аспекти, зокрема, інвестиційні проекти, спільні підприємства та інші форми співпраці між компаніями різних країн;
- зовнішньоекономічні контракти можуть містити умови, що регулюють митні, квотові та інші торговельні обмеження, спрямовані на забезпечення вільного доступу до ринків інших країн;
- зовнішньоекономічні контракти можуть бути інструментом для зменшення ризиків, пов'язаних зі змінами валютних курсів, цін на сировину та іншими факторами ринкового середовища;
- зовнішньоекономічні контракти сприяють розвитку міжнародної торгівлі, інвестицій та технологічного обміну між країнами, що може сприяти економічному зростанню та створенню робочих місць.

Отже, зовнішньоекономічні контракти є важливим інструментом управління міжнародними економічними зв'язками та сприяють розвитку глобальної економіки. Вони сприяють розширенню можливостей для компаній, підприємців та інвесторів у здійсненні міжнародних операцій і співпраці з партнерами з інших країн.

Контракти з забезпечення зовнішньоекономічної діяльності можуть бути укладені на різних рівнях економічної діяльності, включаючи державні угоди, угоди між компаніями та інші види міжнародних договорів. Вони можуть мати різний характер та спрямованість, включаючи торговельні, інвестиційні, фінансові та інші аспекти.

Сутність зовнішньоекономічних контрактів полягає у тому, що вони визначають умови міжнародної співпраці та сприяють розвитку міжнародних відносин у сфері торгівлі, інвестицій та економічного обміну між країнами. Вони допомагають підтримувати стабільність та предсказуваність в міжнародних відносинах та сприяють економічному зростанню та розвитку.

На укладання міжнародних контрактів та здійснення зовнішньоекономічної діяльності мають вплив наступні фінансові установи:

- рейтингові агентства. Інвестори та кредитори часто користуються рейтинговими агентствами для оцінки кредитоспроможності компаній та держав, з якими вони планують укласти зовнішньоекономічні контракти. Рейтингові агентства надають оцінку ризику та надійності валютних операцій та цінних паперів;
- інвестиційні банки. Інвестиційні банки можуть надавати консультаційні послуги щодо фінансових інструментів та допомагати укладати фінансові угоди. Вони також можуть брати участь у структуруванні фінансових операцій та забезпечувати фінансування для міжнародних операцій;

- спеціалізовані інвестиційні фонди. Деякі інвестиційні фонди спеціалізуються на міжнародних інвестиціях і можуть надавати доступ до різних ринків та активів, включаючи іноземні валюти, облігації та акції;
- індексні фонди (ETF). ETF, що відображають рухи індексів різних країн і регіонів, дозволяють інвесторам легко диверсифікувати свої портфелі та інвестувати в зовнішні активи;
- кредитні лінії. Кредитні лінії можуть бути укладені між банками, компаніями та державами для забезпечення фінансової підтримки та легкості виконання міжнародних контрактів;
- державні фінансові програми. Деякі країни надають підтримку своїм компаніям та інвесторам у міжнародних операціях через різні державні програми та ініціативи.

Ці фінансові установи грають важливу роль у розвитку міжнародної торгівлі та інвестицій та сприяють зміцненню глобальних економічних зв'язків. Також використання правильних фінансових інструментів може допомогти підвищити ефективність та стабільність міжнародних операцій та зменшити фінансові ризики. Саме тому представлене дослідження є актуальним та своєчасним.

Аналіз сучасної літератури. Проблематика міжнародних економічних відносин є сьогодні актуальною та своєчасною. Це передусім пов'язано з зростаючим впливом глобалізації та інтеграції. Саме тому питання зовнішньоекономічної діяльності та різних її складових знайшли відображення у роботах багатьох дослідників, вчених, політиків та економістів. Так фінансовий аспект зовнішньоекономічної діяльності представлено в роботах таких вчених, як: Пол Кругман, Перар Жозет, Сурен Лізелотт, Максимо Енг, Леві Мауріс, Ендрю Крокетт, Морріс Голдстайн, Майкл Мусса, Пол Массон, Джон Вільямсон та інші.

Сучасні вітчизнані вчені та економісти також розглядають зовнішньоекономічну діяльність всебічно та представлені роботами наступних дослідників: А.С. Гальчинського, В.М. Галь, В.М. Гейця, С.Ю. Михайличенка, В.І. Міщенко, А.М. Мороза, Л.О. Примостки, О.М. Сохацької, В.М. Федосова, В.А. Юценка, С.О. Яременка та інших.

Представлена проблематика поданого питання постійно змінюється та є актуальною та потребує постійних досліджень.

Метою представленої роботи є визначення основного фінансового інструментарію, що допомагає в здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та особливо в договірній діяльності, а також визначення основних характеристик зовнішньоекономічних контрактів.

Результати дослідження. Законодавча база регулювання зовнішньоекономічних контрактів різних країн може значно відрізнятися, але в основі регулювання зазвичай лежать наступні елементи:

- конституційні та загальні правові принципи. Відомі конституційні та загальні правові принципи, що захищають права та свободи громадян, можуть бути використані для захисту прав та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічних контрактів;
- торговельне законодавство. Багато країн мають спеціальне торговельне законодавство, яке регулює міжнародну торгівлю, включаючи укладання, виконання та врегулювання зовнішньоекономічних контрактів;
- валютне та фінансове законодавство. Валютні та фінансові аспекти зовнішньоекономічних контрактів можуть бути регульовані законодавством, що стосується обміну валюти, курсів валют, банківських операцій та ін.;
- податкове законодавство. Податкові аспекти зовнішньоекономічних контрактів можуть бути визначені відповідними податковими законами та правилами;

- законодавство щодо митних операцій. Питання митного оформлення та оподаткування митних операцій можуть бути регульовані законодавством про митні операції;
- інвестиційна діяльність. Зовнішньоекономічні контракти, які включають інвестиції, можуть підпадати під законодавство, що регулює інвестиції та захищає права інвесторів;
- міжнародні угоди і договори. Важливо враховувати міжнародні договори та угоди, до яких країна є стороною, оскільки вони можуть мати пріоритет перед національним законодавством;
- антикорупційне законодавство. Закони про боротьбу з корупцією можуть мати важливе значення при укладанні та виконанні зовнішньоекономічних контрактів;
- законодавство про конфіденційність і захист даних. Вимоги щодо конфіденційності та захисту особистих даних сторін контракту можуть бути встановлені відповідним законодавством.
- законодавство про споживачів і права покупців. Якщо зовнішньоекономічний контракт стосується до споживчої сфери, то законодавство про права споживачів може мати важливе значення;
- законодавство про інтелектуальну власність: Угоди, які стосуються інтелектуальної власності (наприклад, ліцензійні угоди), підпадають під відповідне законодавство про авторські права, патенти та інтелектуальну власність;
- антимонопольне законодавство. Законодавство, що регулює конкуренцію та запобігає антимонопольним практикам, також може бути важливим при укладанні зовнішньоекономічних контрактів;
- законодавство щодо забезпечення виконання контрактів. Деякі країни мають спеціальне законодавство, що регулює засоби забезпечення виконання контрактів, такі як літери кредиту та гарантії;
- міжнародне право. При укладанні міжнародних зовнішньоекономічних контрактів важливо враховувати міжнародне право, зокрема міжнародні угоди та конвенції, до яких країна є стороною;
- інші спеціалізовані законодавчі акти. Деякі країни можуть мати спеціалізовані закони, що регулюють певні аспекти зовнішньоекономічних контрактів, такі як технічні норми та стандарти.

Це лише загальні напрямки законодавчої бази, яка може регулювати зовнішньоекономічні контракти. Кожна країна може мати власну систему правил та законів, які визначають умови укладання, виконання та регулювання таких контрактів. Також важливо враховувати міжнародні зобов'язання та угоди, до яких країна може бути причетною, оскільки вони можуть мати важливе вплив на укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів.

Зовнішньоекономічні контракти є важливою частиною міжнародної торгівлі та фінансів. Фінансові інструменти використовуються для забезпечення виконання таких контрактів та управління ризиками, пов'язаними з міжнародними операціями. Представимо деякі фінансові інструменти, що застосовуються у зовнішньоекономічних контрактах [1, 2, 4]:

- валютні операції. Один з основних фінансових інструментів у зовнішньоекономічних контрактах – це валютний обмін. Учасники міжнародної торгівлі повинні конвертувати свої валюти в валюту платежу, що приймається угодою, для здійснення оплати за товари та послуги;

- літери кредиту (Letter of Credit, LC). Цей фінансовий інструмент використовується для гарантування оплати угоди між імпортером та експортером. Банк емітує LC, який обіцяє оплатити експортеру вартість товару, якщо він відповідає умовам угоди;

- гарантії (Guarantees). Гарантії використовуються для забезпечення виконання контракту або відшкодування шкоди в разі невиконання. Вони можуть бути видані банками або іншими фінансовими установами;

- форфейтинг (Forfaiting). Форфейтинг використовується для фінансування міжнародних торгових операцій. Експортер може продати свій право на отримання платежу за своїми кредитами форфейтеру, отримуючи готівку відразу;

- валютні опціони і ф'ючерси. Валютні опціони та ф'ючерси дозволяють захистити себе від валютного ризику, забезпечуючи можливість обміну валюти за фіксованим обмінним курсом у майбутньому;

- Trade Finance. Це включає в себе різні фінансові інструменти, такі як кредити на експорт, кредити на імпорт, факторинг і вексельні операції, які допомагають учасникам зовнішньої торгівлі фінансувати свої операції;

- інвестиційні фонди та портфельні інвестиції: Інвестори також можуть використовувати інвестиційні фонди та портфельні інвестиції для вкладання коштів в іноземні активи та цінні папери [5];

- спеціалізовані фінансові інструменти для сировинних ринків (Commodity Finance). Для операцій, пов'язаних з сировиною, такою як нафта, метали або сільськогосподарські продукти, використовуються спеціалізовані фінансові інструменти, які дозволяють фінансувати закупівлю і транспортування цих товарів;

- експортні та імпорتنі кредити. Уряди часто надають фінансову підтримку експортерам та імпортерам через спеціальні кредитні програми та гарантії для сприяння зовнішньоекономічній діяльності [10];

- спот і форвардні угоди. Учасники міжнародної торгівлі можуть укласти спот-угоди (безпосереднє купівля-продаж валюти або товарів) і форвардні угоди (угода на купівлю-продаж у майбутньому за фіксованим курсом).

Ці фінансові інструменти грають важливу роль у забезпеченні стабільності та безпеки міжнародних торгових операцій, а також допомагають учасникам ринку керувати різноманітними фінансовими ризиками, такими як валютний ризик, кредитний ризик і ризик зміни цін на сировину. Ефективне використання цих інструментів дозволяє компаніям та інвесторам здійснювати успішні операції на міжнародних ринках та розширювати свій бізнес в глобальному масштабі.

Для здійснення договірної діяльності також важливим є врахування наступних особливостей:

- страхування ризику валютних коливань (Currency Risk Insurance). У разі великих коливань валютних курсів страхування ризику може допомогти захистити сторони контракту від втрат, пов'язаних зі зміною валютних курсів;

- сукупні операції (Bundled Transactions). У деяких випадках контракти можуть бути укладені в комбінації з іншими фінансовими інструментами або угодами, що дозволяє сторонам зменшити ризики та забезпечити більш ефективне фінансування та забезпечення виконання угоди;

- валютні операційні рахунки. Спеціальні валютні рахунки у банку можуть використовуватися для здійснення валютних операцій та забезпечення оплати зовнішньоекономічних контрактів [9];

- механізми зниження ризику інших факторів. Важливим аспектом фінансового інструментарію є здатність знижувати ризики, пов'язані з іншими факторами, такими як

політичний ризик, ризик втрати природних ресурсів, ризик кредитної неплатоспроможності тощо;

- фінансування інвестицій. Для міжнародних проектів та інвестиційних операцій можуть використовуватися різні види фінансування, включаючи кредити, емісію облігацій, приватні позики та інші джерела капіталу.

Представлені особливості здійснення зовнішньоекономічної та договірної діяльності дозволяє сторонам договірних відносин управляти різними фінансовими та валютними ризиками, забезпечувати виконання угоди та створювати сприятливі умови для міжнародної торгівлі та інвестицій. Розумне використання та врахування зазначених особливостей може допомогти зменшити витрати та ризики, пов'язані з міжнародними операціями.

Таким чином, фінансовий інструментарій, пов'язаний з зовнішньоекономічними контрактами, включає різні фінансові інструменти і механізми, які допомагають сторонам контракту забезпечити виконання угоди та управляти ризиками, пов'язаними з міжнародною торгівлею товарами, послугами та інвестиціями. Також фінансовий інструментарій допомагає сторонам зовнішньоекономічних контрактів забезпечити виконання угоди, зменшити ризики та забезпечити фінансову стабільність у міжнародних торговельних операціях. Використання відповідних фінансових інструментів може сприяти успішному веденню бізнесу на міжнародному ринку.

References

Література

- | | |
|---|--|
| <p>1. Krysovaty, A. et al. (2018). The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph. Ternopil: Yu.V. Osadtsa. 478 p.</p> <p>2. Bohdan, T. P. (2014). Trendy hlobalnoho finansovoho rynku pid vplyvom borhovykh protsesiv u rozvynutykh krainakh [Global financial market trends under the influence of debt processes in developed countries]. <i>Finansy Ukrainy = Finances of Ukraine</i>, No. 7, P. 31–48 [in Ukrainian].</p> <p>3. Butynets, F. F., Zhyhlei, I. V., Parkhomenko, V. M. (2012). <i>Oblik i analiz zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navch. posib.</i> [Accounting and analysis of foreign economic activity: study guide]. Zhytomyr: Ruta. 462 p. [in Ukrainian].</p> <p>4. Vasylenko, N. K. (2012). <i>Oblik i analiz finansovykh instrumentiv khedzhuvannia hroshovykh potokiv pidpriemstv: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stup. kand. ekon. nauk, spets.: 08.00.09</i> [Accounting and analysis of financial instruments for hedging cash flows of enterprises: abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree Candidate of Economic Sciences, specialty: 08.00.09]. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics. 21 p. [in Ukrainian].</p> <p>5. Hryshko, N. V., Lubenchenko, O. E. (2013). <i>Rehuliuвання zovnishnoekonomichnoi diialnosti v Ukraini ta nezaleznyi audyt</i> [Regulation of foreign economic activity in Ukraine and independent audit].</p> | <p>1. Krysovaty A. et al. The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph. Ternopil: Yu.V. Osadtsa, 2018. 478 p.</p> <p>2. Богдан Т. П. Тренди глобального фінансового ринку під впливом боргових процесів у розвинутих країнах. <i>Фінанси України</i>. 2014. № 7. С. 31–48.</p> <p>3. Бутинець Ф. Ф., Жиглей І. В., Пархоменко В. М. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Житомир: Рута, 2012. 462 с.</p> <p>4. Василенко Н. К. Облік і аналіз фінансових інструментів хеджування грошових потоків підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук, спец.: 08.00.09. К.: Київський нац. торговельно-екон. ун-т, 2012. 21 с.</p> <p>5. Гришко Н. В., Лубенченко О. Е. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та незалежний аудит. <i>Вісник Чернігівського державного</i></p> |
|---|--|

- Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu = Bulletin of the Chernihiv State University of Technology*, No. 2 (66), P. 377–385 [in Ukrainian].
6. Ozel, D. M. Ryzyky u zovnishnii torhivli ta yikh vplyv na orhanizatsiiu ta zdiisnennia mizhnarodnykh rozrakhunkiv [Risks in foreign trade and their impact on the organization and implementation of international settlements]. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/34876/111-Ozel.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
7. Ptashchenko, O., Pastushenko, A., Imnadze, I., Soldatova, A. (2021). Tendentsii rozvytku hlobalnykh rynkiv v umovakh tsyfrovizatsii [Trends in the development of global markets in conditions of digitalization]. *Visnyk Skhidno-ukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, Vol. 6 (270), P. 125–128. DOI: 10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26> [in Ukrainian].
8. Sviderska, A. V. (2016). Upravlinnia ryzykamy zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva: dysertatsiia na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata ekonomichnykh nauk; spetsialnist 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy diialnosti) [dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of Economic Sciences; specialty 08.00.04 – economics and enterprise management (by type of activity)]. Khmelnytskyi. 290 p. [in Ukrainian].
9. Sysiuk, S. V. (2015). Otsinka ta strakhuvannia ryzykiv u zovnishnoekonomichnii diialnosti: oblikovyi aspekt [Assessment and insurance of risks in foreign economic activity: accounting aspect]. *Visnyk ZhDTU = Bulletin of ZHTU, Zhytomyr*, No. 2 (72), P. 86–90 [in Ukrainian].
10. Tiurina, N. M., Karvatska, N. S. (2012). Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva: navch. posib. [Foreign economic activity of the enterprise: study guide]. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury. P. 395–419 [in Ukrainian].
- технологічного університету*. 2013. № 2 (66). С. 377–385.
6. Озель Д. М. Ризики у зовнішній торгівлі та їх вплив на організацію та здійснення міжнародних розрахунків. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/34876/111-Ozel.pdf?sequence=1>.
7. Птащенко О., Пастушенко А., Імнадзе І., Солдатова А. Тенденції розвитку глобальних ринків в умовах цифровізації. *Вісник Східно-українського національного університету ім. В. Даля*. 2021. Вип. 6 (270). С. 125-128. DOI: 10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26>.
8. Свідерська А. В. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук; спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами діяльності). Хмельницький, 2016. 290 с.
9. Сисюк С. В. Оцінка та страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності: обліковий аспект. *Вісник ЖДТУ*. Житомир, 2015. № 2 (72). С. 86–90.
10. Тюріна Н. М. Карвацька Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. С. 395–419.

УДК 339

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.6

Олена А. Приятельчук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

ЦИФРОВА ТОРГІВЛЯ НА ГЛОБАЛЬНИХ РИНКАХ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

Дослідження присвячено висвітленню тенденцій та викликів пов'язаних з розвитком цифрової торгівлі на глобальних ринках. Мета дослідження полягає у виокремленні тенденцій та викликів пов'язаних з розвитком цифрової торгівлі на глобальних ринках з урахуванням можливості забезпечення економічного зростання та досягнення Цілей сталого розвитку. Пандемія Covid-19 суттєво змінила торговельні структури та сприяла зростанню онлайн-покупок і послуг на глобальних ринках. Прискорена тенденція до розвитку цифрової торгівлі зумовили ряд питань, які необхідно вирішити за для економічного відновлення. Технологічні інновації та способи цифрової торгівлі надають підприємствам будь-якого розміру можливість брати участь у глобальній торгівлі через адаптовані ланцюги поставок, зниження витрат і розширення охоплення ринку. Для успішного розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках необхідно врахувати як тенденції так і виклики. В рамках поточного дослідження, автором визначено певні ключові тенденції розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. Визначено негативні сторони, які зазначала економічна система світу від пандемії в розрізі цифрової торгівлі на глобальних ринках. Окреслюючи негативні тенденції, з'ясовано, що цифрова торгівля потребує відновлення та розвитку. Незважаючи на можливості для зростання, які пропонує цифрова торгівля, пандемія оголила кілька значних і давніх перешкод для реалізації переваг цифрового переходу. Запропоновано систему розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. Успішний розвиток цифрової торгівлі на глобальних ринках можливий завдяки взаємодії державної політики та бізнесу. Побудова правильної та оптимальної стратегії з урахуванням цифровізації дасть змогу забезпечити економічне зростання та досягнення Цілей сталого розвитку.

Ключові слова: цифровізація; цифрова економіка; пандемія; сталий розвиток; інформаційні технології.

Olena A. Pryiatelchuk

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

DIGITAL TRADE IN GLOBAL MARKETS: TRENDS AND CHALLENGES

The study is dedicated to highlighting trends and challenges related to the development of digital trade in global markets. The purpose of the study is to highlight the trends and challenges associated with the development of digital trade in global markets, taking into account the possibility of ensuring economic growth and achieving the Sustainable Development Goals. The Covid-19 pandemic has significantly changed trade structures and contributed to the growth of online shopping and services in global markets. The accelerated trend towards the development of digital trade led to a number of issues that must be resolved for economic recovery. Technological innovations and digital trade methods are enabling businesses of all sizes to participate in global trade through adaptive supply chains, lower costs and increased market reach. For the successful development of digital trade in global markets, it is necessary to take into account both trends and challenges. As part of the current research, the author has identified certain key trends in the development of digital trade in global markets. The negative sides that the economic system of the world has had since the pandemic in terms of digital trade on global markets have been identified. Outlining the negative trends, it became clear that digital trade needs recovery and development. Despite the growth opportunities offered by digital commerce, the pandemic has exposed several significant and long-standing barriers to realizing the benefits of digital transformation. A system

for the development of digital trade on global markets is proposed. The successful development of digital trade in global markets is possible thanks to the interaction of government policy and business. Building the right and optimal strategy, taking into account digitalization, will make it possible to ensure economic growth and the achievement of the Sustainable Development Goals.

Keywords: *digitalization; digital economy; pandemic; sustainable development; information technology.*

Постановка проблеми. В контексті уповільнення економічної активності спричиненої пандемією COVID-19 цифрова торгівля зазнала швидкого розвитку.

Цифрова економіка в цілому та цифрова торгівля відіграють все більшу роль у зусиллях щодо досягнення Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР), створюючи нові тенденції та виклики.

У цифровій економіці країни, які використовують потенціал цифрової торгівлі, матимуть кращі можливості для використання переваг глобальних ринків. Незважаючи на цифровізаційний прогрес, досягнутий за останні роки, цифровий розрив між країнами залишається значним. Майже половина населення світу не має доступу до Інтернету, в той час як населення, що впровадили в своє життя цифрову торгівлю, залишається невеликою часткою.

З початку 2020 року пандемія Covid-19 домінувала у світовій економічній ситуації. Обмеження на подорожі та інші заходи, спрямовані на охорону здоров'я населення, призвели до зниження економічної активності в більшості секторів і країн, що мало значний вплив на виробництво, розподіл і споживання. У результаті світова економіка скоротилася, а світова торгівля постраждала ще сильніше.

Водночас пандемія призвела до подальшого прискорення цифрових трансформацій. Цифрові рішення стали необхідними для забезпечення життя. Економічна та соціальна діяльність почала реалізовуватись віддалено. Це призвело до розвитку цифрової торгівлі.

Технологічні інновації та способи цифрової торгівлі надають підприємствам будь-якого розміру можливість брати участь у глобальній торгівлі через адаптовані ланцюги поставок, зниження витрат і розширення охоплення ринку.

Пандемія Covid-19 суттєво змінила торговельні структури та сприяла зростанню онлайн-покупок і послуг на внутрішніх ринках, де контроль пересування та занепокоєння споживачів перешкоджають фізичним транзакціям. Прискорена тенденція до розвитку цифрової торгівлі, яка спостерігалася під час пандемії, ймовірно, продовжиться під час економічного відновлення. Результати такого розвитку будуть важливими для майбутнього економічного зростання та досягнення ЦСР.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Проводячи аналіз праць за тематикою дослідження, автором зроблено висновок, що за останні роки з'явилась велика кількість дослідження пов'язаних з цифровою економікою, цифровою торгівлею та цифровізацією, це є наслідком тенденції до розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. Проте автором, здаються найбільш ґрунтовними праці таких вчених як: О. Десятнюк, В. Муравський, О. Шевчук, М. Олексіїв [1], присвятили своє дослідження розкриттю питання використання технології Інтернету речей в автоматизації бухгалтерського обліку та кібербезпеці. В той час, як Л. Ганущак-Єфименко, О. Ніфатова, Н. Фастовець, Г. Плисенко, Л. Лутай, В. Ткачук, В. Щербак, О. Птащенко [2] досліджували використання ключових показників для моніторингу сталого розвитку, що для поточного дослідження є вкрай актуальним через зв'язок з Цілями сталого розвитку. М. Науменко, Н. Валявська, М. Саєнсус, В. Нікітюк, О. Птащенко, А. Салюк [3] запропонували модель оптимізації логістичної системи підприємства з використанням інформаційних технологій що дає змогу впевнитись у

необхідності цифровізаційних процесів та підкреслює їх взаємозв'язок з розвитком цифрової торгівлі. О. Okogieas, J. Russellb, R. Cherringtonc, O. Fisherd та F. Charnleyc [4] розглядають цифрову трансформацію через призму створення конкурентної переваги від переходу до чистого нульового виробництва. С.Т. Пілецька та Є.В. Ткаченко [5] в дослідженні зробили спробу сформуванню стратегію інноваційного розвитку підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що на сьогодні існує велика кількість праць проте, недостатньо розкрито питання розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках, а особливо визначення його тенденцій та викликів.

Мета дослідження полягає у виокремленні тенденцій та викликів пов'язаних з розвитком цифрової торгівлі на глобальних ринках з метою забезпечення економічного зростання та досягнення ЦСР.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Розуміння траєкторії цифрової торгівлі має важливе значення для розробки належної політики урядів і планування діяльності комерційних підприємств. У той же час більшості політиків не вистачає відповідних статистичних даних для моніторингу розвитку подій у цій сфері, що посилюється під час пандемії. Короткий проміжок часу з моменту глобального поширення коронавірусу, яке почалося в першому кварталі 2020 року, також означає, що для аналізу доступні лише часткові та обмежені дані, причому найбільш суттєві дані зосереджені в перші місяці та в обмеженій кількості розроблених і країни з високим рівнем доходу, що розвиваються. На сьогодні залишається велика невизначеність щодо траєкторії політичних заходів у відповідь на пандемію. Тим не менш, на основі наявної інформації можна визначити певні ключові тенденції:

1. Криза глобальної економічної активності призвела до розвитку цифрової торгівлі шляхом застосування онлайн-комерції та онлайн-покупок. Крім споживчих товарів, значне зростання спостерігалось в онлайн-конференціях, іграх і розвагах.

2. Розвиток цифрового маркетингу шляхом впровадження цифровізаційного аспекту до діяльності традиційних підприємств. Комунікаційні мережі в основному вистояли під час пандемії, але значні проблеми виникли в торговій логістиці та транспортуванні, особливо для міжнародних операцій.

3. Зростання електронної комерції шляхом здійснення транзакцій як між підприємствами, так і між підприємствами та споживачами, по всьому світу. Внутрішню електронну комерцію сприяли національні карантинні заходи, обмеження пересування та обов'язкове закриття роздрібних магазинів не першої необхідності, що вплинуло на поведінку споживачів.

4. Розвиток внутрішньої електронної комерції відбувся за допомогою переходу до роботи з дому та закриття громадських розважальних закладів. Це призвело до значного збільшення використання дистанційної роботи, дистанційного навчання та онлайн-розваг та мережевих сайтів. Вплив цього розвитку різниться від країни до країни та навіть у деяких країнах, оскільки цифрові альтернативи легше доступні людям із кращим зв'язком, офісною роботою та вищими доходами. Міжнародна торгівля товарами, більша частина якої тепер залежить від цифрових замовлень і транскордонної логістики, постраждала від зниження попиту, контролю над поїздками та обмежень пересування, запроваджених для пом'якшення та обмеження поширення інфекції.

5. Вплив на бізнес з боку цифровізації. Підприємства з наявною присутністю в Інтернеті були краще підготовлені, щоб скористатися збільшенням попиту, як і традиційні підприємства, які були достатньо гнучкими та мали достатньо ресурсів для адаптації до цифрової трансформації.

Багато викликів, з якими стикається світ щодо економічного розвитку, пандемії Covid-19 і розвитку цифрової торгівлі, мають велику схожість у різних регіонах. Проте існують значні відмінності між країнами залежно від їхніх економічних характеристик, ступеня цифрової готовності та рівня розвитку. Пандемія підкреслила необхідність усунути існуючі бар'єри на шляху розвитку електронної комерції, щоб скористатися перевагами, які можна отримати від цифрової трансформації, і усунути її можливі недоліки.

Ступінь, до якого тенденції, які спостерігалися під час кризи, збережуться під час відновлення та після нього, є невизначеним. Він залежить від темпів відновлення та характеру та масштабу заходів, вжитих для його сприяння. Багато споживачів планують і надалі витратити в Інтернеті більше, ніж до кризи. Той факт, що певна кількість людей пододала бар'єри входу, ймовірно, підтримуватиме вищий рівень використання для них. Тому очікується, що платформи онлайн-комерції збережуть значну частину, але, можливо, не всю, частки ринку, які вони здобули під час пандемії, порівняно з традиційними ринками.

На думку автора, в рамках поточного дослідження, варто вказати негативні сторони, які зазначала економічна система світу від пандемії в розрізі цифрової торгівлі на глобальних ринках:

1. Посилений прикордонний контроль, характерний для багатьох країн під час пандемії, вплинув на судноплавство та транспортування, спричинивши серйозні збої в ланцюгах постачання у всій торгівлі, як традиційній, так і електронній.

2. Скорочення темпів світової торгівлі та промислового виробництва.

3. Різке зниження транскордонної поштової торгівлі за перші п'ять місяців 2020 року та закриття кордонів різного розміру – з послідовним падінням експорту. Значна частина цього експорту складається з операцій, які були здійснені завдяки електронній комерції.

4. Найсуттєвішим чинником, що вплинув на міжнародну торгівлю в регіоні, було порушення повітряного та морського транспорту. Хоча кількість вантажних рейсів істотно не зменшилася, кількість пасажирських рейсів, які перевозять велику частину товарів, замовлених онлайн, зменшилася.

5. Туризм. До пандемії він становив 24% світового експорту комерційних послуг і до 50% у випадку з НРС. Міжнародні туристичні прибуття в усьому світі зменшилися.

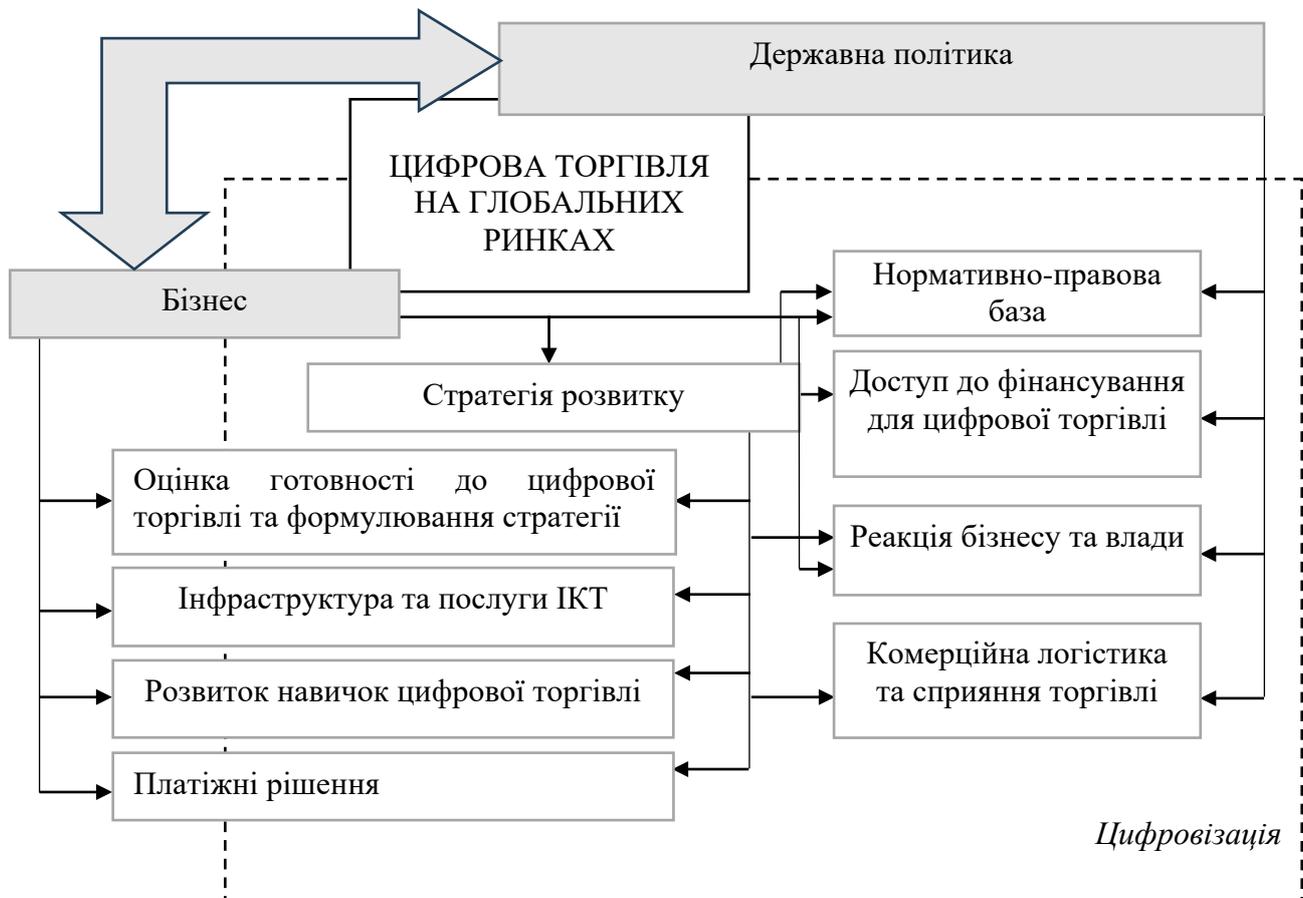
Окреслюючи вище зазначені негативні тенденції, можна зробити висновок, що цифрова торгівля потребує відновлення та розвитку. Незважаючи на можливості для зростання, які пропонує цифрова торгівля, пандемія оголила кілька значних і давніх перешкод для реалізації переваг цифрового переходу.

Пандемія загострила необхідність оцінити стан підготовки країн до цифрової торгівлі та сформулювати відповідні стратегії підтримки. Країни, уряди яких добре поінформовані про цифрову торгівлю та які запровадили узгоджені стратегії, змогли швидше та ефективніше реагувати на потреби цього сектора перед лицем пандемії Covid-19.

Уряди, які надали пріоритет розвитку цифрової торгівлі шляхом скоординованих дій, змогли прийняти нові заходи та змінити правила з більшою впевненістю та швидкістю.

Визначення тенденцій та викликів дало змогу автору зробити спробу побудувати систему розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках з урахуванням взаємозв'язку державної політики та бізнесу (рис. 1).

Таким чином, автор дослідження робить акцент на тому що, для успішного розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках необхідно врахувати як тенденції так і виклики. Як видно, з рис.1 успішний розвиток цифрової торгівлі на глобальних ринках можливий завдяки взаємодії державної політики та бізнесу. Побудова правильної та оптимальної стратегії з урахуванням цифровізації дасть змогу забезпечити економічне зростання та досягнення ЦСР.



Джерело: складено автором на основі джерел [1, 6, 7, 8, 9, 10].

Рис. 1. Система розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках (авторське бачення)

Для успішної реалізації стратегії розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках, автором вважається за доцільне дотримуватись певних аспектів, а саме:

1. Оцінювати вплив політики та комерційної практики на розвиток цифрової економіки в цілому та цифрової торгівлі зокрема;
2. Визначати значні прогалини, ризики та виклики які потребують вирішення;
3. Інтеграція в національний розвиток глобальної стратегії;
4. Посилення міжвідомчого діалогу та міжвідомчої діяльності для ефективної координації;
5. Взаємодіяти державі, підприємцям та представниками споживачів для успішної реалізації торгівлі на глобальних ринках;
6. Сприяти партнерству для підвищення інвестицій в країну.

Висновки. Дійсно пандемія назавжди змінила життя світу. Наслідки торкнулись абсолютно всіх сфер життя, економіка не стала винятком. Певні події, які є наслідком пандемії зумовили розвиток цифрової економіки і як наслідок цифрової торгівлі. Цифрова трансформація торкнулась підприємств, приватного бізнесу та держави.

Інтернет та цифрові платформи відіграють важливу роль у впливі на можливості для отримання прибутку від цифрової торгівлі або використання її для зменшення збитків, пов'язаних із бізнес-моделями.

Саме тому, напрямом подальших досліджень варто вказати розробку стратегії розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. Мета розробки стратегії розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках полягає в можливості побудови ефективної системи

цифрової торгівлі з урахуванням взаємодії уряду та бізнесу за для сприяння сталому розвитку та економічному зростанню.

Стратегія мають ґрунтуватися на досвіді та розумінні ролі цифрової торгівлі в розвитку як рушійної сили економічного зростання, інклюзивної торгівлі та створення робочих місць, що може покращити як економічне процвітання, так і соціальне благополуччя. Диверсифікація через цифрову торгівлю в поєднанні з більш ефективною прикордонною інфраструктурою та регуляторними змінами може стимулювати місцеве виробництво та транскордонну торгівлю.

References

1. Desyatnyuk, O., Muravskiy, V., Shevchuk, O., Oleksiiv, M. (2022). Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT)*, pp.360–363. DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080, URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
2. Ganushchak-Yefimenko, L., Nifatova, O., Fastovets, N., Plysenko, H., Lutay, L., Tkachuk, V., Shcherbak, V., Ptashchenko, O. (2020). Use of key indicators to monitor sustainable development of rural areas. *Global journal of environmental science and management (GJESM)*, 6(2), 175–190. URL: https://www.gjesm.net/article_37320.html.
3. Naumenko, M., Valiavska, N., Saiensus, M., Ptashchenko, O., Nikitiuk, V., Saliuk, A. (2020). Optimization Model of the Enterprise Logistics System Using Information Technologies. *International Journal of Management*, 11 (5), 54–64. URL: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=5>
4. Okorieac, O., Russellb, J., Cherringtonc, R., Fisherd, O., Charnleyc, F. (2022, February). Digital transformation and the circular economy: Creating a competitive advantage from the transition towards Net Zero Manufacturing. *Resources, Conservation and Recycling*, Vol. 189. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344922005882#preview-section-snippets>.

Література

1. Desyatnyuk O., Muravskiy V., Shevchuk O., Oleksiiv M. Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT)*. 2022. P. 360–363. DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
2. Ganushchak-Yefimenko L., Nifatova O., Fastovets N., Plysenko H., Lutay L., Tkachuk V., Shcherbak V., Ptashchenko O., Use of key indicators to monitor sustainable development of rural areas. *Global journal of environmental science and management (GJESM)*. 2020. № 6 (2). P. 175–190. URL: https://www.gjesm.net/article_37320.html.
3. Naumenko M., Valiavska N., Saiensus M., Ptashchenko O., Nikitiuk V., Saliuk A. Optimization Model of the Enterprise Logistics System Using Information Technologies. *International Journal of Management*. 2020. No. 11 (5). P. 54–64. URL: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=5>
4. Okorieac O., Russellb J., Cherringtonc R., Fisherd O., Charnleyc F. Digital transformation and the circular economy: Creating a competitive advantage from the transition towards Net Zero Manufacturing. *Resources, Conservation and Recycling*, February 2022. Vol. 189. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344922005882#preview-section-snippets>.

5. Piletska, S. T., Tkachenko, E. V. (2020). Formuvannia stratehii innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva [Formation of the innovative development strategy of the enterprise]. *Ekonomichni studii = Economic studies*, Vol. 1 (27), 146–150. URL: [http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/1\(27\)_2020.pdf](http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/1(27)_2020.pdf) [in Ukrainian].
6. Rosyihuddin, M. (2023). Analysis of New Terms in Digital Marketing Innovation Research Themes: Bibliometric Analysis. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, Vol. 3 (2), P. 409–422. URL: <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ijba/article/download/3341/3610>.
7. Sustainable Development Goals. *The Sustainable Development Agenda*. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
8. Mozghova, V. H. (2020). Instrumenty Internet-marketynhu ta yikh perevahy dlia suchasnykh ukrainskykh pidpriemstv [Internet marketing tools and their advantages for modern Ukrainian enterprises]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, No. 14, P. 112–119 [in Ukrainian].
9. Oklander, M. A. et al. (2017). Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu KhKhI storichchia: monohrafiia [Digital marketing is a marketing model of the 21st century: a monograph]. Ed. M. A. Oklander. Odesa. 292 p. [in Ukrainian].
10. Oklander, M. A. et al. (2019). Rozvytok marketynhu v umovakh informatyzatsii suspilstva: monohrafiia [Development of marketing in the conditions of informatization of society: monograph]. Ed. V. P. Pylypchuko. Kyiv. 463 p. [in Ukrainian].
5. Пілецька С. Т., Ткаченко Є. В. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. *Економічні студії*. 2020. № 1 (27). С. 146–150. URL: [http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/1\(27\)_2020.pdf](http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/1(27)_2020.pdf).
6. Rosyihuddin M. Analysis of New Terms in Digital Marketing Innovation Research Themes: Bibliometric Analysis. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*. 2023. Vol. 3 (2). P. 409–422. URL: <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ijba/article/download/3341/3610>.
7. Sustainable Development Goals. *The Sustainable Development Agenda*. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
8. Мозгова В. Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 14. С. 112–119.
9. Окландер М. А. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія. За ред. М. А. Окландера. Одеса, 2017. 292 с.
10. Окландер М. А. та ін. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія. За ред. В. П. Пилипчука. Київ, 2019. 463 с.

УДК 336.76

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.7

Olena V. Ptashchenko

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

EXCHANGE ACTIVITY: CURRENT STATE AND TRENDS

Modern exchange activity remains a complex and dynamic industry that depends on many factors. Innovation, technological development, globalization and regulation determine the current state of exchange activity. Investors and companies should be aware of these factors and take them into account when making investment decisions and managing risks. In general, the current state of exchange activity is characterized by high complexity, technological development and globalization. It continues to change under the influence of innovation, regulatory policies and global events. Investors and traders must be well aware of these factors and be able to adapt to changes in order to achieve their financial goals. The purpose of the presented work is to determine the main vectors of the development of stock market activity and the features of its current state. The methods of current research are: analysis and synthesis to determine the main trends in the development of modern stock market activity, induction and deduction – to determine the main factors influencing stock market activity and to assess its current state. The following conclusions can be considered the main results of the work: high-frequency trading and automated trading algorithms have become an important part of stock exchange activity. These algorithms can lead to significant price fluctuations and affect market liquidity; The Internet and social networks have become a source of information and advice for investors. Consumers and traders use them to conduct research and discuss investment opportunities; the cryptocurrency market and blockchain technology are developing at a rapid pace and impacting stock market activity. Exchanges specialized in the trading of cryptocurrencies appeared, and this new activity became an important part of the financial markets; many countries promote regulatory harmonization and cooperation between regulators to ensure the stability and transparency of stock markets. This helps to avoid financial crises and scandals; investment banks play an important role in stock market activity, providing trading, analysis and financial advisory services to clients; investors use various investment strategies, including long-term investments, day trading, money management, and others. A modern investor can choose from a wide range of approaches; companies are increasingly taking environmental and social responsibility into account in their investment strategies, which can influence market trends.

Keywords: *stock exchange; financial risks; market; digital technologies; blockchain; financial instruments; financial regulation; financial architecture.*

Олена В. Птащенко

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Сучасна біржова діяльність залишається складною та динамічною галуззю, яка залежить від багатьох факторів. Інновації, технологічний розвиток, глобалізація та регуляція визначають сучасний стан біржової діяльності. Інвестори та компанії повинні бути свідомі цих факторів і враховувати їх при прийнятті інвестиційних рішень та управлінні ризиками. Загалом, сучасний стан біржової діяльності відзначається високою комплексністю, технологічним розвитком і глобалізацією. Він продовжує змінюватися під впливом інновацій, регуляторної політики та глобальних подій. Інвестори та трейдери повинні бути добре обізнані з цими факторами та вміти адаптуватися до змін, щоб досягти своїх фінансових цілей. Метою представленої роботи є визначення основних векторів розвитку біржової діяльності та особливостей сучасного його стану. Методами поточного дослідження є: аналіз та синтез для визначення основних тенденцій розвитку сучасної біржової діяльності, індукції та дедукції – для визначення основних факторів впливу на біржову діяльність та оцінка

сучасного її стану. Основними результатами роботи можливо вважати наступні висновки: високочастотна торгівля та автоматизовані торговельні алгоритми стали важливою частиною біржової діяльності. Ці алгоритми можуть призводити до значних коливань цін та впливати на ринкову ліквідність; Інтернет та соціальні мережі стали джерелом інформації та порад для інвесторів. Споживачі та трейдери використовують їх для здійснення досліджень та обговорення інвестиційних можливостей; ринок криптовалют і технологія блокчейну розвивається швидкими темпами і впливає на біржову діяльність. З'явилися біржі, спеціалізовані на торгівлі криптовалютами, і ця нова активність стала важливою частиною фінансових ринків; багато країн сприяють регуляторній гармонізації та співпраці між регуляторами для забезпечення стабільності та прозорості біржових ринків. Це допомагає уникнути фінансових криз та скандалів; інвестиційні банки грають важливу роль у біржовій діяльності, надаючи клієнтам послуги з торгівлі, аналізу та фінансового консультування; інвестори застосовують різні стратегії інвестування, включаючи довгострокові інвестиції, денне трейдинг, грошовий управління і інші. Сучасний інвестор може вибрати з широкого спектру підходів; компанії все частіше враховують питання екологічної та соціальної відповідальності в своїх інвестиційних стратегіях, що може впливати на ринкові тенденції.

Ключові слова: біржа; фінансові ризики; ринок; цифрові технології; блокчейн; фінансові інструменти; фінансова регуляція; фінансова архітектура.

Introduction. The formation of stock market activity is a long and evolutionary process that reflects changes in the economy, technology and regulation. Modern exchange activity is characterized by high technological complexity, globalization and a variety of financial instruments, and it continues to develop and change in accordance with the needs of market participants and changes in the economic environment.

Exchange activity is the process of buying and selling financial instruments, such as shares, bonds, commodity futures, options and other assets, on specialized trading platforms, which are called exchanges [1, 10, 11]. This activity takes place according to certain rules and regulations, and it plays an important role in the global financial system.

The main aspects of exchange activity include:

- trading platform. A stock exchange is a specialized trading platform where financial instruments are bought and sold. The most famous exchanges include the New York Stock Exchange (NYSE), NASDAQ, the London Stock Exchange (LSE), and many others;
- financial instruments. Various types of financial instruments are traded on the exchange, including company shares, bonds, commodity futures, options, currency pairs and other assets. These instruments may represent ownership, debt or rights to certain assets;
- brokers and traders. Investors and companies wishing to trade on the stock market usually do so through financial intermediaries called brokers. Brokers execute investors' orders and provide access to the market. Traders are individuals or companies that actively buy and sell financial instruments in an effort to make a profit;
- prices and market dynamics. Prices for financial instruments on the stock exchange are determined in accordance with the laws of supply and demand. Market dynamics include price changes, trade volumes and other factors affecting the market;

Regulation system. Exchange activity is strictly regulated by financial regulators and supervisory bodies. The purpose of regulation is to ensure the integrity and stability of the market, as well as to protect investors.

- liquidity and volatility. The level of liquidity indicates how easily an asset can be bought or sold in the market. Volatility describes the degree of change in prices. Markets can be liquid and low-volatility or, on the contrary, low-liquidity and high volatility;

- trading sessions. Exchanges usually operate on a specific schedule that includes trading sessions and business hours. Different exchanges may have their own working hours.

Stock market activity is an important component of the financial system, where companies can raise capital, investors can place their savings, and market dynamics can reflect the state of the investment climate. It can also be a complex and risky activity that requires knowledge and caution from the participants.

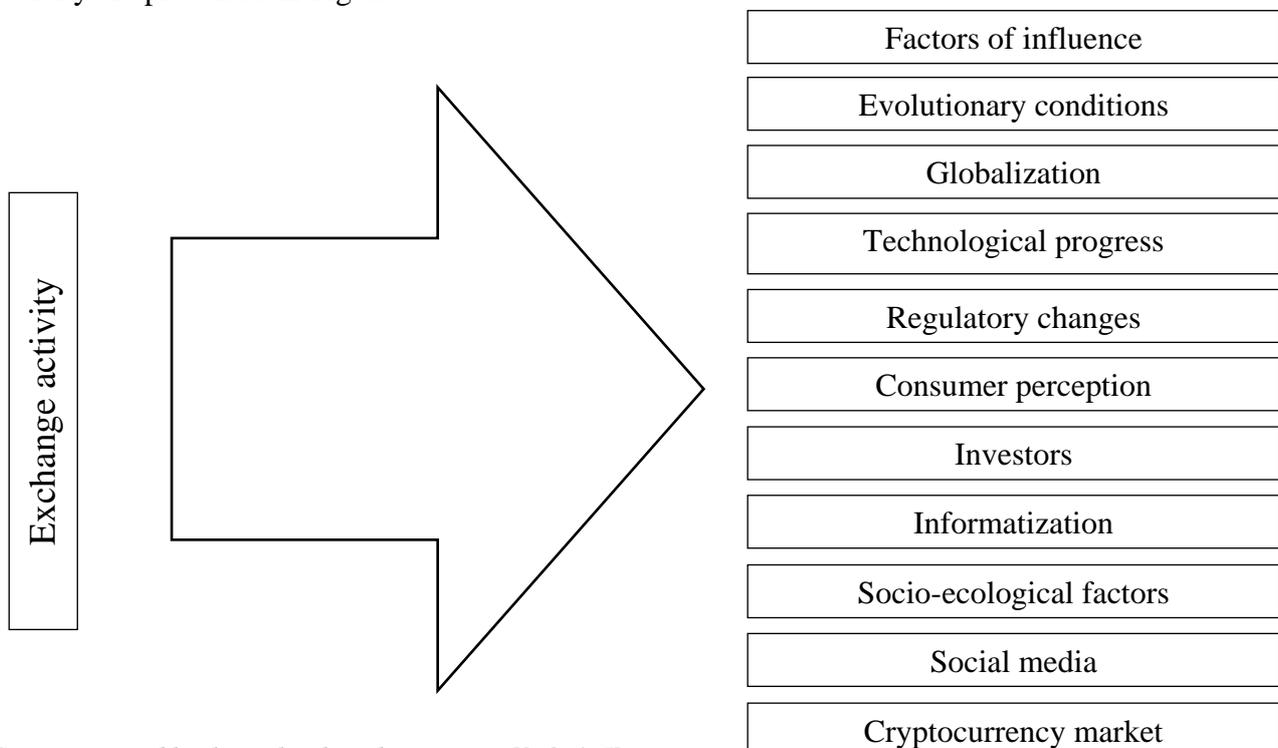
Thus, for many years, the question of the development of stock market activity has been relevant and timely. Consideration of the specifics of stock exchange activity in modern conditions of globalization, integration and innovative changes is a relevant topic for current research and outlines its subject area.

Analysis of literary sources. The issue of the development of stock market activity was reflected in the works of such scientists and economists as: F. Allen, V. Berg, E. Brady, S. Vaine, J. Willey, J. Dolan, J. M. Keynes, J. Lerner, E. . Lefebvre, A. Marshall, D. Montano, E. Neyman, P. Tufano, K. Forbes, J. K. Hull, J. Hicks, U. Sharp, O. Shtyllykh, V. Hnylyak, O. Maslaka, A. Maslo, Yu. Rubana, O. Sokhatska and others.

The variability of the process of carrying out exchange activities and global digitalization provide an opportunity to update the issues for consideration in the presented subject area and to identify new vectors for research.

Aims. The purpose of the presented work is to determine the peculiarities of the activity of stock exchange institutions in modern conditions of globalization and innovative changes, as well as to determine the vector of further development of stock exchange activity.

Research results. The development of exchange activity is determined by numerous factors that affect its nature and volumes. The main factors influencing the development of stock market activity are presented in Fig. 1.



Source: created by the author based on sources [2, 3, 4, 5]

Fig. 1. The main factors influencing stock market activity

Based on Fig. 1, we will present a detailed description of the specified influencing factors:

- the state of the country's or region's economy has a huge impact on stock market activity. A growing economy can support demand for stocks and other financial instruments, while a recession can cause a market downturn;

- growing globalization contributes to the increase in the volume and diversity of stock market activity. Investors can trade assets on exchanges in different countries and regions, which expands their opportunities;

- the development of technologies, including electronic trading platform, high-frequency trading and blockchain technology, is changing the way of trading and making it faster and more accessible;

- regulatory changes and regulations affecting the financial industry and exchange activities can have a significant impact on the market. Regulators establish rules and standards governing the behavior of market participants;

- psychological factors, such as investors' mood, fears and expectations, can affect price dynamics and market volatility;

- the activities of institutional investors, such as mutual funds and pension funds, have a huge impact on the market. They carry out significant volumes of trade and can influence asset prices [12];

- global events such as political changes, geopolitical conflicts, natural disasters and other news can significantly affect stock market activity and asset prices;

- growing attention to environmental and social issues may influence investment decisions and consumer demand for shares of companies that adhere to sustainable development standards;

- the Internet and social media provide investors with access to exchange information, as well as publish analytical reviews and investment advice;

- the cryptocurrency market, such as Bitcoin and Ethereum, has opened up new opportunities for investors and changed the landscape of financial markets.

These factors interact with each other, determining the development of stock market activity and creating conditions for various investment strategies and market opportunities. Investors, traders and financial professionals should consider these factors when making investment and portfolio management decisions. Changes in any of these factors can have a significant impact on market dynamics and investor benefits.

As of 2021–2022, it is possible to note the following features of the current state of exchange activity in the world. Thus, the state of exchange activity may change depending on market conditions and economic events. So, a general overview of the current state of exchange activity is reduced to the following:

- growth of markets. Various stock indices such as the S&P 500 in the United States, the FTSE 100 in the United Kingdom and the Nikkei 225 in Japan have been observed to rise over the years to 2021. This indicated a positive market atmosphere;

- increasing the role of the latest technologies. Technological innovations such as artificial intelligence, blockchain and high speed trading have become key factors in exchange activity. High-frequency algorithmic trading has become increasingly common;

- speculative booms and busts. Equity markets are periodically subject to speculative booms, as well as corrections or collapses;

- electronic commerce. The development of e-commerce and online trading contributes to the growing interest in exchanges and stocks in an online format. Many investors now have access to exchanges through online brokerage platforms;

- regulatory policy. Regulators have a significant impact on the functioning of stock exchanges and trading platforms. Changes in rules and regulations can affect the stability of markets;

- specifics of exchanges in each country. Exchange activity has its own characteristics in different countries. For example, exchanges in developed countries may be more liquid and stable compared to exchanges in emerging markets;
- economic events and geopolitics. World events, such as economic crises, geopolitical conflicts and global crises, can strongly affect stock market activity and market stability;
- variety of financial instruments. Stock markets offer a variety of financial instruments, including stocks, bonds, commodity futures, options, and others. This allows investors to diversify their capital;
- growing interest in sustainable investing. Sustainable investing (ESG - Environmental, Social, and Governance) is gaining popularity among investors, and many companies are emphasizing the environmental and social aspects of their operations to meet these goals. This may influence consumers and investors who prefer companies with higher standards of social responsibility;
- impact of the COVID-19 pandemic. The COVID-19 pandemic caused significant changes in financial markets in 2020. Many companies were forced to adapt their activities to new conditions, and this was also reflected in stock indices and shares [8, 11];
- cryptocurrencies and blockchain. Cryptocurrencies and blockchain technology have gained significant influence on financial markets. Exchanges specialized in cryptocurrency trading appeared, and this new activity became an important part of exchange activity;
- growing role of robots and artificial intelligence. The automation of trading and the use of artificial intelligence for decision making are becoming more and more common. Algorithms can perform trading operations at high speeds, which can affect market liquidity;
- changes in reporting and information disclosure. Regulators are imposing more reporting and disclosure requirements on publicly traded companies. This contributes to greater transparency and openness;
- international cooperation and globalization. Financial markets are becoming increasingly global, and international cooperation between regulators and exchanges is increasingly important to ensure stability;
- change in consumer behavior and the influence of social networks. Social networks and media have become important sources of information for investors and traders. Changes in consumer behavior can affect market dynamics.

That is why we note that stock market activity remains a complex and dynamic industry that depends on many factors. Innovation, technological development and globalization play an important role in shaping the current state of exchange activity, and regulators establish roles in ensuring the stability and transparency of markets. Investors and companies should carefully study information and monitor market events to make informed investment and financial management decisions.

The current state of stock exchange activity emphasizes the need for constant adaptation to changes and readiness for risks associated with investing in financial markets. Understanding the key factors and trends affecting stock markets helps investors and financial professionals make informed decisions and achieve their financial goals.

In the modern market, there are numerous trends that affect the development of stock exchange activity. Some of them include:

- digital transformation. Exchange activity is becoming increasingly digital, with the use of electronic trading platforms and blockchain technologies. This contributes to increasing the speed of trade and reducing costs [7];
- high frequency trading. The development of high-frequency trading allows you to trade in milliseconds and use complex algorithms to make decisions;

- expansion of the range of financial instruments. New financial instruments, such as ETFs (exchange-traded funds), cryptocurrency futures, index options, etc., are constantly appearing on the stock exchanges [9];
- social trade. Social trading is growing in popularity, where investors can share tips and strategies on co-investment platforms;
- regulatory changes. Regulators around the world are changing regulations and rules to ensure greater transparency and stability of markets;
- growing attention to sustainable development. Investors are increasingly paying attention to issues of sustainable development and choosing investment strategies that take into account social and environmental responsibility;
- development of the crypto currency market. The cryptocurrency market is growing rapidly, and trading these digital assets is becoming increasingly popular among investors and traders⁴
- regional and geopolitical influences. Geopolitical conflicts and regional factors can affect stock market activity and asset prices in certain regions of the world [6];
- influence of institutional investors. Institutional investors, such as pension funds and investment funds, play an increasingly important role in stock exchanges and can influence market dynamics;
- development of robotic and algorithmic strategies. The use of robots and algorithmic strategies in trading is increasing, which can cause market volatility.

These trends affect the way exchanges operate and the decisions of investors and traders. To be successful in the stock market, it is important to follow these trends, adapt to them and take them into account when making financial decisions.

In general, stock exchange activity remains a complex and dynamic industry that develops in accordance with modern technological and social trends. Investors and traders must be ready to adapt to these changes and take them into account when forming their strategies and making financial decisions. It is also important to be aware of risks and be able to manage them, especially in conditions of increasing market volatility.

The main features of modern exchange activity are:

- given the digital nature of stock trading, cyber security becomes extremely important. Exchanges and companies that provide services for exchange participants are actively working on protection against cyber threats and cyber attacks;
- investors are increasingly using analytical tools and market research to make informed investment decisions;
- companies and investors actively pay attention to issues of environmental and social responsibility, which is reflected in the choice of assets for investment;
- the growing complexity of the market requires investors and traders to have up-to-date knowledge and skills. Education and training become essential for success.

References

Література

- | | |
|--|--|
| 1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. [Economic Code of Ukraine dated January 16, 2003]. <i>Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy = Information of the Verkhovna Rada of Ukraine</i> , 2003, No. 18, No. 19–20, No. 21–22, Art. 144 [in Ukrainian]. | 1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. <i>Відомості Верховної Ради України</i> . 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144. |
| 2. Zghurska, O. M., Somkina, T. V., Huzhavina, I. V. (2020). <i>Fundamentalni trendy rozvytku svitovoi birzhovoi torhivli</i> [Fundamental trends in the | 2. Згурська О. М., Сьомкіна Т. В., Гужавіна І. В. <i>Фундаментальні тренди розвитку світової біржової торгівлі</i> . |

- development of world stock trading]. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, No. 24, P. 5–9, DOI: 10.32702/2306-6814.2020.24.5 [in Ukrainian].
3. Karpenko, L. F. (2016). Normatyvno-pravove zabezpechennia birzhovoi torhivli v Ukraini [Regulatory and legal support of exchange trading in Ukraine]. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/9-2016/25.pdf> [in Ukrainian].
4. Kukharets, V. V., Bului, O. H., Levkivska, L. M. (2021). Tendentsii rozvytku birzhovoho rynku v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky [Trends in the development of the stock market in the conditions of globalization of the world economy]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, No. 4, DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.90. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8795> [in Ukrainian].
5. Malysko, V. M., Prysiazhniuk, I. O. (2014). Vynyknennia instytutiv birzhovoi torhivli v Ukraini [Emergence of institutions of exchange trading in Ukraine]. *Yurydychnyi visnyk = Legal Bulletin*, No. 1, P. 116–120 [in Ukrainian].
6. Mashlii, H., Sorokivska, O., Ziailyk, M. (2022). Stan ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli na suchasnomu etapi [The state and trends of the development of stock trading at the current stage]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava = Socio-economic problems and the state*, Vol. 2 (27), P. 72–84. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbnse.pdf> [in Ukrainian].
7. Naumenko, N. S., Khirova, V. Yu. (2019). Suchasni trendy elektronnoi birzhovoi torhivli: perspektyvy ta vektory rozvytku avtomatyzatsii [Modern trends of electronic stock trading: prospects and vectors of automation development]. *Prychornomorski ekonomichni studii = Black Sea Economic Studies*, Vol. 48, Part 1, P. 41–45. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/48_1_2019/9.pdf [in Ukrainian].
8. Ofitsiynyi sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Committee of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
9. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi komisii z tsinnykh paperyv ta fondovoho rynku [Official website of the State Securities and Stock Market Commission]. URL: <http://www.ssmc.gov.ua> [in Ukrainian].
10. Pro tovarnu birzhu: Zakon Ukrainy vid 10.12.1991 № 1956-XII [On the commodity exchange: Law of Ukraine]. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1956-12:2019>
- Инвестиції: практика та досвід*. 2020. № 24. С. 5–9. DOI: 10.32702/2306-6814.2020.24.5.
3. Карпенко Л. Ф. Нормативно-правове забезпечення біржової торгівлі в Україні. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/9-2016/25.pdf>.
4. Кухарець В. В., Булуй О. Г., Левківська Л. М. Тенденції розвитку біржового ринку в умовах глобалізації світової економіки. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.90. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8795>.
5. Малишко В. М., Присяжнюк І. О. Виникнення інститутів біржової торгівлі в Україні. *Юридичний вісник*. 2014. № 1. С. 116–120.
6. Машлій Г., Сороківська О., Зяйлик М. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі на сучасному етапі. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2 (27). С. 72–84. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbnse.pdf>.
7. Науменко Н. С., Хірова В. Ю. Сучасні тренди електронної біржової торгівлі: перспективи та вектори розвитку автоматизації. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48, Ч. 1. С. 41–45. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/48_1_2019/9.pdf.
8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Офіційний сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.ssmc.gov.ua>.
10. Про товарну біржу: Закон України від 10.12.1991 № 1956-XII. *Відомості*

- Ukraine dated 10.12.1991 No. 1956-XII]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy = Information of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 1992, No. 10, Art. 139 [in Ukrainian].
11. Stanovlennia i rozvytok birzhovoi diialnosti v sviti i v Ukraini [Formation and development of exchange activity in the world and in Ukraine]. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/birzhova-diyalnist/2387-stanovlennya-i-rozvitokbirzhovoji-diyalnosti-v-sviti-i-v-ukrajini.html> [in Ukrainian].
12. Shcherbyna, A. H. (2013). *Birzhova torhivlia finansovymy instrumentamy v Ukraini: tendentsii rozvytku: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk* [Exchange trading of financial instruments in Ukraine: development trends: abstract of the dissertation of the candidate of economic sciences]. Kyiv. 20 p. [in Ukrainian].
- Верховної Ради України*. 1992. № 10. Ст. 139.
11. Становлення і розвиток біржової діяльності в світі і в Україні. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/birzhova-diyalnist/2387-stanovlennya-i-rozvitokbirzhovoji-diyalnosti-v-sviti-i-v-ukrajini.html>.
12. Щербина А. Г. Біржова торгівля фінансовими інструментами в Україні: тенденції розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2013. 20 с.

УДК 339.1:339

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.8

Олександр М. Розумний, Ельман Ш. Алієв

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ

В роботі представлено аналіз основних тенденцій цифровізації економічних процесів сьогодення, визначено основні особливості процесу цифровізації в умогах глобалізації та інноваційних змін. Визначено сутність поняття «цифровізація». Метою представленої роботи є визначення основних складових цифровізації економічних процесів в умовах сьогодення, а також аналіз сучасного стану цифровізації та визначення основних тенденцій розвитку даного напрямку. Основними методами дослідження є: аналіз та синтез для визначення основних тенденцій розвитку цифровізації економічних процесів, дедукції та індукції для розгляду основних характеристик процесу цифровізації економічних процесів та графічний метод для наочного представлення результатів дослідження. Цифровізація економічних процесів дозволяє підприємствам отримати значні переваги, зокрема: впровадження цифрових технологій дозволяє автоматизувати багато рутинних завдань та процесів, що допомагає зменшити час і зусилля, необхідні для виконання роботи; цифрові інструменти дозволяють отримувати точні та зрозумілі дані про діяльність підприємства, що дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення та забезпечити краще управління ресурсами; цифрові технології сприяють розробці та впровадженню нових інноваційних продуктів та послуг, що дозволяє підприємствам вийти на нові ринки та збільшити свою конкурентоспроможність; цифрові канали спілкування дозволяють підприємствам більше залучати споживачів, реагувати на їхні потреби та вимоги, а також створювати більш особистізований та зручний досвід для клієнтів; цифрові технології дозволяють підприємствам легше працювати на міжнародному ринку, здійснювати ефективний міжнародний бізнес та співпрацювати з партнерами з усього світу; цифрові рішення дозволяють зменшити витрати на інфраструктуру, рекламу, логістику та інші сфери діяльності підприємства. Цифровізація економічних процесів є невід'ємною частиною сучасної економіки, і її розвиток визначає успіх і конкурентоспроможність підприємств у сучасному світі. Впровадження цифрових технологій дозволяє підприємствам оптимізувати свою діяльність, збільшити ефективність та підвищити якість продукції та послуг, що відповідає сучасним вимогам ринку та споживачів.

Ключові слова: цифрова економіка; економічний процес; діджиталізація; тенденції розвитку економіки; розвиток; сталий розвиток.

Oleksandr M. Razumnyy, Elman Sh. Aliev

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

DIGITALIZATION OF ECONOMIC PROCESSES: STATUS AND TRENDS

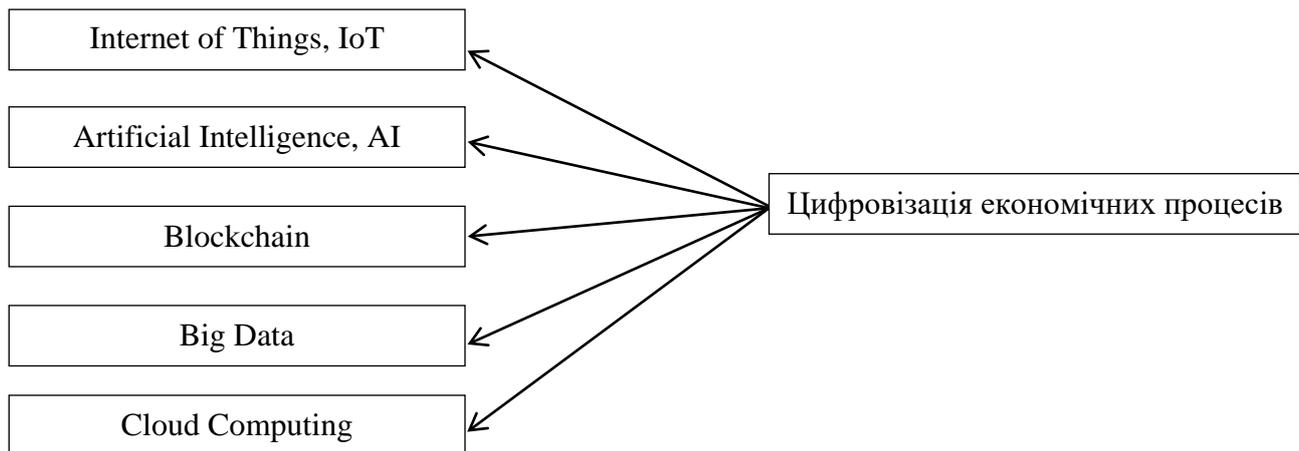
The work presents an analysis of the main trends in the digitalization of economic processes today, and defines the main features of the digitalization process in the context of globalization and innovative changes. The essence of the concept of "digitalization" is determined. The purpose of the presented work is to determine the main components of the digitalization of economic processes in today's conditions, as well as to analyze the current state of digitalization and determine the main trends in the development of this direction. The main methods of research are: analysis and synthesis to determine the main trends in the development of digitalization of economic processes, deduction and induction to consider the main characteristics of the process of digitalization of economic processes, and a graphic method for the direct presentation of research results. Digitization of economic processes allows enterprises to obtain significant advantages, in

particular: the introduction of digital technologies allows the automation of many routine tasks and processes, which helps to reduce the time and effort required to perform work; digital tools make it possible to obtain accurate and understandable data about the company's activities, which allows for more informed decisions and better management of resources; digital technologies contribute to the development and implementation of new innovative products and services, which allows enterprises to enter new markets and increase their competitiveness; digital communication channels allow businesses to engage consumers more, respond to their needs and requirements, and create a more personalized and convenient experience for customers; digital technologies allow enterprises to work more easily in the international market, conduct effective international business and cooperate with partners from all over the world; digital solutions make it possible to reduce costs for infrastructure, advertising, logistics and other areas of the enterprise. Digitization of economic processes is an integral part of the modern economy, and its development determines the success and competitiveness of enterprises in the modern world. The implementation of digital technologies allows enterprises to optimize their activities, increase efficiency and improve the quality of products and services, which meets the modern requirements of the market and consumers.

Keywords: digital economy; economic process; digitalization; economic development trends; development; sustainable development.

Постановка проблеми. Цифровізація економічних процесів є однією з ключових тенденцій сучасного світу, яка значно впливає на розвиток бізнесу, економіки та суспільства в цілому. Вона включає в себе використання цифрових технологій та інновацій для оптимізації бізнес-процесів, поліпшення взаємодії з клієнтами, покращення якості продукції та послуг, забезпечення ефективності виробництва та інші аспекти економічної діяльності.

Цифровізація економічних процесів передбачає впровадження цифрових технологій та інновацій у різні сфери економіки з метою покращення ефективності, забезпечення конкурентоспроможності та збільшення обсягів виробництва та обігу товарів і послуг. Основні складові цифровізації економічних процесів представлені на рис. 1.



Джерело: складено авторами на основі джерел [1, 2, 7, 10].

Рис. 1. Складові цифровізації економічних процесів

Таким чином, цифровізація економічних процесів дозволяє:

- цифрові технології дозволяють підключати різні пристрої та обладнання до Інтернету, що дозволяє збирати та обмінюватися даними. IoT дозволяє оптимізувати

виробничі процеси, зменшити витрати на енергію та ресурси, а також забезпечує зв'язок між різними пристроями;

- застосування штучного інтелекту дозволяє автоматизувати багато процесів, здійснювати аналіз великих обсягів даних, прогнозувати тенденції та поведінку клієнтів, що допомагає підвищити ефективність та точність прийняття рішень;

- цифрова технологія, яка дозволяє зберігати дані у вигляді послідовних блоків, що забезпечує надійність, безпеку та недоступність для змін. Блокчейн може застосовуватися для забезпечення безпеки транзакцій, відстеження походження товарів та послуг, а також управління ланцюгами постачання;

- обробка та аналіз великих обсягів даних дозволяє отримувати нові знання та інсайти, прогнозувати тенденції та зміни на ринку, а також оптимізувати роботу компаній;

- застосування хмарних технологій дозволяє зберігати та обмінюватися даними через Інтернет, забезпечує доступ до інформації з будь-якого пристрою, знижує витрати на обладнання та програмне забезпечення.

Цифровізація економічних процесів сприяє підвищенню продуктивності, збільшенню конкурентоспроможності, оптимізації управління та забезпеченню стійкого росту бізнесу. Впровадження цифрових технологій в економіку вимагає від підприємств гнучкості, адаптивності та навичок у роботі з новими інструментами. Також необхідно забезпечити високий рівень кібербезпеки та захисту даних, оскільки цифрові технології також можуть зазнавати загрози з боку кіберзлочинців. Завдяки цифровізації економічні процеси стають більш доступними, ефективними та зручними як для підприємств, так і для споживачів.

Аналіз сучасної літератури. Процесам цифровізації присвячено багато праць як зарубіжних так і вітчизняних вчених та економістів.

Ф. Котлер в останніх своїх роботах торкається питання всебічної цифровізації економічних процесів для прискорення управлінських і маркетингових рішень [1].

Так відомий маркетинголог М. Окландер в своїх дослідженнях торкається питання цифровізації як економічних процесів, так і маркетингового забезпечення діяльності підприємництва на різних рівнях [7, 8].

О. Птащенко в своїх роботах представляє комплекс інформаційного забезпечення для адаптації управлінських та маркетингових рішень в межах цифровізації економічних процесів [3, 9].

О. Сохацька та В. Рубан в своїх роботах розглядають особливості сучасної трансформації світового економічного простору за умов впровадження цифрових технологій [4, 10].

А. Крисоватий робить акцент на трансформації економічних, фінансових та маркетингових процесів за умов переходу до нового технологічного укладу та формуванні інформаційного суспільства [2].

Але через постійний розвиток та трансформацію представленого питання актуальність представленого дослідження не знижується та потребує уточнення та більш детального розгляду окремих питань.

Метою поточного дослідження є визначення основних трендів розвитку процесів цифровізації економічних процесів сьогодення та визначення особливостей сучасного стану процесу цифровізації, також розглядаються основні складові цифровізації економічних процесів.

Результати дослідження. Цифровізація економічних процесів – це процес впровадження цифрових технологій та інновацій в економіку для поліпшення продуктивності, конкурентоспроможності та сталості бізнесу та галузей. Саме тому представимо деякі особливості цього процесу:

цифрові технології дозволяють компаніям переглянути та перетворити свої бізнес-моделі. Наприклад, перехід від продажу продуктів до надання послуг, використання платформ для обміну ресурсами, розвиток екосистем тощо;

- використання автоматизованих систем та роботів для виконання рутинних операцій. Це зменшує витрати на оплату праці та підвищує точність операцій;

- збір та аналіз великих обсягів даних допомагає компаніям приймати більш обґрунтовані рішення та покращувати стратегії продажів, маркетингу, ланцюжка поставок тощо;

- розвиток онлайн-торгівлі, яка дозволяє компаніям пропонувати свої товари та послуги через Інтернет, залучати клієнтів з різних регіонів і навіть країн;

- створення цифрових платформ для об'єднання різних учасників ринку (постачальників, споживачів, партнерів) для обміну ресурсами, послугами та даними;

- цифровізація дозволяє компаніям звертати більше уваги на потреби та вимоги клієнтів, створюючи персоналізовані рішення та послуги;

- з огляду на зростання кількості цифрових даних, важливо забезпечити їх захист від кіберзагроз та зловживань [6];

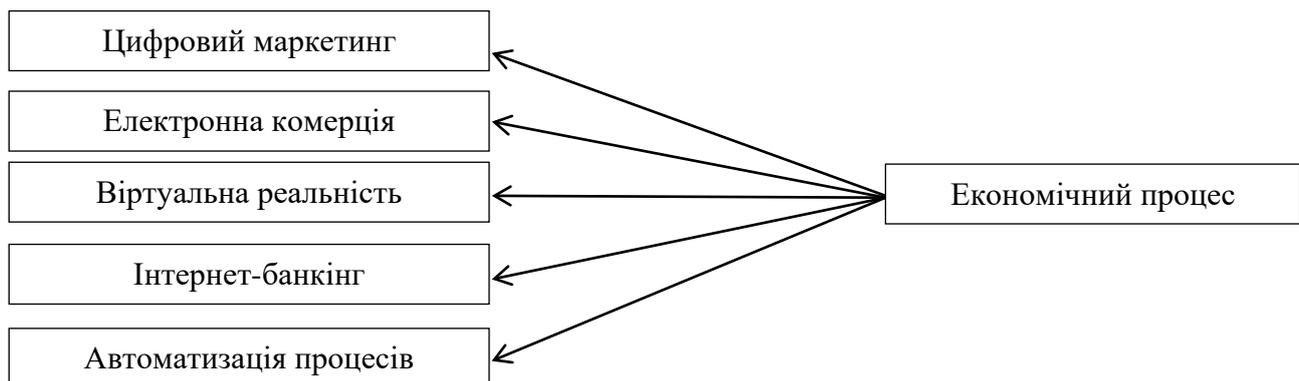
- з розвитком цифрових технологій виникають нові питання щодо законодавства, конфіденційності даних, патентів, інтелектуальної власності тощо, які потребують уваги та регулювання;

- цифрові технології дозволяють автоматизувати багато завдань, від аналізу даних до розробки прогнозів, та вдосконалювати прийняття рішень;

- цифрові технології можуть робити послуги та ресурси більш доступними, зокрема в урбанізованих та віддалених регіонах.

Цифровізація економічних процесів не тільки змінює спосіб, яким бізнес функціонує, але й впливає на всю економічну систему. Вона вимагає постійного вдосконалення та готовності адаптуватися до нових технологічних змін та вимог ринку.

Так представимо основні складові сучасного економічного процесу в цифровізованому світі (рис. 2).



Джерело: складено авторами на основі джерел [1, 2, 8, 5].

Рис. 2. Складові економічного процесу

Стан сучасного розвитку цифровізації економічних процесів швидко змінюється, і він може різнитися в різних країнах та галузях. Проте загалом можна виділити кілька ключових аспектів стану цифровізації економіки:

- цифрова інфраструктура. Розвиток цифрової інфраструктури, включає швидкі та стабільні мережі, доступність високошвидкісного Інтернету та мобільних технологій, сприяє поширенню цифрових послуг та технологій;

- зростання темпів та розвиток онлайн-торгівлі. Онлайн-торгівля зростає як у роздрібній, так і у гуртовій сферах. Пандемія COVID-19 ще більше прискорила цей процес, спонукаючи багато компаній переходити до електронної комерції;

- цифрова фінансова система. З'являються нові цифрові фінансові послуги, такі як мобільні платежі, електронні гроші та криптовалюти. Це може підвищити доступність фінансових послуг для широкого кола населення;

- використання штучного інтелекту. Штучний інтелект та машинне навчання застосовуються в різних галузях, включаючи медицину, фінанси, транспорт та багато інших. Вони допомагають автоматизувати процеси та робити більш точні прогнози;

- цифрова трансформація підприємств. Багато компаній активно впроваджують цифрові технології та перетворюють свої бізнес-процеси. Це може включати в себе впровадження облікових систем, автоматизацію виробництва та перехід до облачних рішень;

- цифровий маркетинг. Маркетинг стає все більше цифровим. Рекламодавці використовують соціальні медіа, пошукову оптимізацію та інші онлайн-канали для залучення клієнтів та побудови бренду;

- розвиток кібербезпеки. Разом з ростом цифровізації зростають і загрози кібербезпеці. Тому кібербезпека стає все більш важливою галуззю, і компанії та уряди активно працюють над захистом цифрових активів;

- цифрові регуляції. Уряди вводять нові закони та норми для регулювання цифрової економіки, включаючи питання конфіденційності даних, антимонопольних норм та інших аспектів. Регулюючі органи намагаються забезпечити рівень конкуренції та захист прав споживачів у цифровому середовищі;

- зростання обсягів даних. Обсяги цифрових даних продовжують швидко зростати. Це створює нові можливості для аналізу даних та виникнення нових послуг та продуктів;

- зростання інтернет-послуг. Послуги, пов'язані з Інтернетом, такі як стрімінгові платформи, онлайн-геймінг, дистанційне навчання та телемедицина, зростають у популярності та стають частиною повсякденного життя;

- споживач-центричний підхід. Консумери вимагають більше персоналізації та зручності в онлайн-послугах і продуктах, і компанії реагують на це, намагаючись надати більше індивідуальних рішень;

- цифрова освіта та навчання. Зростання цифрової економіки створює попит на цифрові навички. Освітні заклади та онлайн-платформи пропонують курси та програми для навчання цифровим технологіям та інформаційній грамотності;

- виклики для розвитку. Попри всі можливості, цифровізація також створює виклики, такі як нерівність в доступі до технологій, загрози кібербезпеці та проблеми, пов'язані з конфіденційністю даних. Різні країни і галузі зіткнулися з цими викликами на своєму шляху до цифрової трансформації;

- міжнародний вплив. Цифрова економіка має міжнародний характер, і вона впливає на міжнародні відносини, торгівлю, конкуренцію та інші аспекти міжнародних відносин.

Загалом, цифровізація економічних процесів залишається однією з ключових тенденцій сучасного світу. Вона впливає на всі сфери життя і бізнесу і вимагає постійного вдосконалення та адаптації. Країни та компанії, які успішно використовують цифрові можливості, можуть отримати значні конкурентні переваги, але вони також повинні бути готові до вирішення викликів, які вона створює.

Сьогодні диктує зміни економічного простору та цифровізація стає однією з важливих рушійних сил цього процесу. Цифровізація дозволяє підвищувати продуктивність, зменшувати витрати та швидше реагувати на зміни в ринкових умовах. Саме тому виділемо основні блоки з тенденцій цифровізації економічних процесів:

- освіта та навчання. Розвиток цифрової економіки вимагає нових навичок та знань. Досягнення в цифровізації потребує розвитку кадрового потенціалу та навчання персоналу. Освітні заклади та онлайн-платформи надають можливості для навчання цифрових навичок та інформаційної грамотності;

- цифрова держава. Уряди також активно цифровізують свої послуги та процеси для покращення доступності та ефективності державних послуг для громадян та підприємств. Це включає в себе електронну ідентифікацію, електронний уряд, відкриті дані та інші ініціативи [5];

- цифрова дипломатія та міжнародний вплив. Країни використовують цифрові інструменти для сприяння своїм інтересам на міжнародній арені, включаючи дипломатичну діяльність, кібербезпеку та інформаційну впливову кампанії;

- доступ до фінансових послуг. Розвиток цифрових фінансових послуг, таких як мобільні платежі, онлайн-кредитування та криптовалюти, робить фінансові послуги доступнішими для більшої кількості людей, зокрема для тих, хто живе в регіонах з низьким рівнем банківської доступності [6];

- співробітництво та консолідація. Умови цифрової економіки спонукають компанії до співробітництва та об'єднання ресурсів для досягнення спільних цілей.

- зелена цифровізація. Розвиток зелених технологій та цифровізація можуть іти пліч-о-пліч. Використання цифрових інструментів для моніторингу та оптимізації споживання ресурсів може призвести до зменшення викидів та підвищення сталості;

- вплив пандемії COVID-19. Пандемія активізувала процес цифровізації у багатьох галузях, зокрема у віддаленій роботі, електронній торгівлі, телемедицині та онлайн-освіті. Ця тенденція може залишитися і після закінчення пандемії.

Висновки. Ці тенденції показують, що цифрова трансформація стала необхідною для більшості галузей і вимагає стратегічного планування та інвестицій у цифрові технології та інфраструктуру. Компанії та країни, які успішно адаптуються до цих тенденцій, матимуть конкурентну перевагу у світі цифрової економіки.

В цілому, цифровізація економічних процесів стає невід'ємною частиною розвитку сучасного світу, її вплив на бізнес і суспільство щоразу більше зростає. Забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних, розвиток інновацій та стартапів, ефективне використання цифрових інструментів у всіх сферах життя - це ключові виклики, перед якими стоять компанії, уряди та суспільство в цілому. Правильна інтеграція цифрових технологій та урахування потреб різних груп населення допоможе забезпечити успішний розвиток цифрової економіки та інклюзивного суспільства. Саме тому подальшим її розвитком може виступити:

- онлайн-освіта та дистанційна робота. Зростання використання онлайн-освіти та дистанційної роботи стало можливим завдяки цифровізації. Це дозволяє забезпечити доступ до освіти та роботи з будь-якої точки світу, що сприяє глобальній мобільності та ефективності працівників;

- розвиток екосистеми стартапів. Цифрова економіка створює сприятливі умови для розвитку стартапів та інноваційних компаній. Нові технології дозволяють створювати інноваційні продукти та послуги, які можуть змінити сучасний бізнес;

- впровадження Big Data. Збір та аналіз великих обсягів даних (Big Data) дозволяє компаніям здійснювати аналіз ринку, зрозуміти потреби споживачів, прогнозувати тенденції та приймати обґрунтовані управлінські рішення;

- впровадження 5G мереж. Запровадження 5G мереж дозволить значно покращити швидкість та якість мережі, що сприятиме розвитку Інтернету речей, вирішенню завдань із сфери штучного інтелекту та інших цифрових технологій.

References

Література

1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Somerset: Wiley.
2. Krysovaty, A. et al. (2018) *The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph*. Ternopil: Yu.V. Osadtsa, 2018. 478 p.
3. Bozhkova, V. V., Ptashchenko, O. V., Saher, L. Yu., Syhyda, L. O. (2018). Transformatsii instrumentarii marketynhovykh komunikatsii v umovakh hlobalizatsii [Transformations of the toolkit of marketing communications in the conditions of globalization]. *Marketynh i menedzhment innovatsii = Marketing and innovation management*, No. 1, P. 73–82. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> [in Ukrainian].
4. Lehkyi, O. A., Sokhatska, O. M. (2017). Efektyvnist tsyfrovyykh marketynhovykh komunikatsii: vid postanovky mety do otsiniuvannya rezultatu [The effectiveness of digital marketing communications: from setting the goal to evaluating the result]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii = Marketing and digital technologies*, Odesa, Vol. 1, Iss. 2, P. 4–31 [in Ukrainian].
5. Manko, A. V. Suchasni tendentsii zastosuvannya internet-tekhnolohii u biznesi [Modern trends in the use of Internet technologies in business]. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html> [in Ukrainian].
6. Mozghova, V. H. (2020). Instrumenty Internet-marketynhu ta yikh perevahy dlia suchasnykh ukrainskykh pidpriemstv [Internet marketing tools and their advantages for modern Ukrainian enterprises]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, No. 14, P. 112–119 [in Ukrainian].
7. Oklander, M. A. et al. (2017). Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu KhKhI storichchia: monohrafiia [Digital marketing is a marketing model of the 21st century: a monograph]. Ed. M. A. Oklander. Odesa. 292 p. [in Ukrainian].
8. Oklander, M. A. et al. (2019). Rozvytok marketynhu v umovakh informatyzatsii suspilstva: monohrafiia [Development of marketing in the conditions of informatization of society: monograph]. Ed. V. P. Pylypchuk. Kyiv. 463 p. [in Ukrainian].
1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Somerset: Wiley, 2016.
2. Krysovaty A. etc. *The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph*. Ternopil: Yu.V. Osadtsa, 2018. 478 p.
3. Божкова В. В., Птащенко О. В., Сагер Л. Ю., Сигида Л. О. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 73–82. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
4. Легкий О. А., Сохаська О. М. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату. *Маркетинг і цифрові технології*. Одеса, 2017. Т. 1, Вип. 2. С. 4–31.
5. Манько А. В. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у бізнесі. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html>.
6. Мозгова В. Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 14. С. 112–119.
7. Окландер М. А. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія. За ред. М. А. Окландера. Одеса, 2017. 292 с.
8. Окландер М. А. та ін. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія. За ред. В. П. Пилипчука. Київ, 2019. 463 с.

9. Ptashchenko, O., Pastushenko, A., Imnadze, I., Soldatova, A. (2021). Tendentsii rozvytku hlobalnykh rynkiv v umovakh tsyfrovizatsii [Trends in the development of global markets in conditions of digitalization]. *Visnyk Skhidno-ukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, Vol. 6 (270), P. 125–128. DOI: 10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26> [in Ukrainian].
9. Птащенко О., Пастушенко А., Імнадзе І., Солдатова А. Тенденції розвитку глобальних ринків в умовах цифровізації. *Вісник Східно-українського національного університету ім. В. Даля*. 2021. Вип. 6 (270). С. 125–128. DOI: 10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26>.
10. Ruban, V. (2017). Tsyfrovyi marketynh: rol ta osoblyvosti vykorystannia [Digital marketing: role and features of use]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii = Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, Vol. 2-2 (08), P. 20–25 [in Ukrainian].
10. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20–25.

УДК 330.34:502.131.1

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.9

Олег А. Храпко

Університету імені Григорія Сковороди в Переяславі, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

В даній статті проведено аналіз функціонування підприємств енергетичної сфери. Визначено його особливості в контексті цілей сталого розвитку. Метою дослідження є теоретичне узагальнення науково-методичних і практичних підходів до вивчення особливостей функціонування підприємств енергетичної сфери в контексті цілей сталого розвитку. Методами дослідження є аналіз і синтез для вивчення засад функціонування підприємств енергетичної сфери, індукції та дедукції для аналізу особливостей їх діяльності в умовах сталого розвитку, графічний метод для наочного представлення результатів дослідження. Сталий розвиток енергетичних підприємств спрямований на логічні зміни, результатом яких є ефективний сталий розвиток енергетики держави, що складається із сталого розвитку галузей та підприємств паливноенергетичного комплексу, враховуючи системоутворюючу роль даного комплексу. Визначено, що стійкість зберігають такі системи, які під дією зовнішніх та внутрішніх обурень не змінюють свої характеристики та властивості. Вважаємо, що процес сталого розвитку підприємств енергетичної сфери має бути пов'язаний з концепцією трансформації енергетики на основі «3D» (digitalization – цифровізація, decentralization – децентралізація, decarbonization – декарбонізація). Автором пропонується доповнити цей перелік ще одним терміном – intellectualization – інтелектуалізація, що відображало б реальний стан та перспективи розвитку енергосистем майбутнього – «розумну», інтегровану енергосистему. Будь-яке промислове підприємство прагне досягнення певного рівня виробництва, прибутковості, підвищення якості послуг, зниження кількості аварійних ситуацій. При визначенні ступеня сталості розвитку основною складовою буде рівень наближення до цілей, які можуть оцінюватися кількісно чи якісно. Метою сталого розвитку енергетичних підприємств є задоволення запитів споживачів у тривалій перспективі. Для подолання дисбалансів розвитку та встановлення пропорційності структура системи повинна мати гнучкість і адаптивність, мати потенціал для вдосконалення. Для сталості і цілісності енергетичної системи важлива інтеграція та взаємозалежність елементів, їх здатність до регулювання.

Ключові слова: сталий розвиток; енергетична сфера; підприємство; енергетична безпека; енергоефективність; диверсифікація; енергетичний перехід.

Oleg A. Khrapko

Grigory Skovoroda University in Pereyaslav, Ukraine

SPECIFICATIONS OF THE FUNCTIONING OF ENERGY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE GOALS OF THE LEVEL DEVELOPMENT

This article analyzes the functioning of enterprises in the energy sector. Its features in the context of the goals of sustainable development are determined. The purpose of the research is a theoretical generalization of scientific, methodological and practical approaches to the study of the phenomena of the functioning of enterprises in the energy sector in the context of the goals of sustainable development. The research methods are analysis and synthesis for studying the principles of functioning of enterprises in the energy sector, induction and deduction for analyzing the features of their activities in conditions of sustainable development, and a graphic method for visual presentation of research results. The sustainable development of energy enterprises is aimed at logical changes, the result of which is the effective sustainable development of the state's energy

industry, which consists of the sustainable development of industries and enterprises of the fuel-energy complex, taking into account the system-forming role of this complex. It was determined that stability is maintained by such systems that do not change their characteristics and properties under the influence of external and internal disturbances. We believe that the process of sustainable development of enterprises of the energy sector should be connected with the concept of energy transformation based on "3D" (digitalization, decentralization, decarbonization). The author suggests supplementing this list with one more term – intellectualization – intellectualization, which would reflect the real state and prospects for the development of energy systems of the future – a "smart", integrated energy system. Any industrial enterprise strives to achieve a certain level of production, profitability, improve the quality of services, reduce the number of emergency situations. When determining the degree of sustainability of development, the main component will be the level of approaching the goals, which can be assessed quantitatively or qualitatively. The goal of the sustainable development of energy enterprises is to satisfy the demands of consumers in the long term. To overcome development imbalances and establish proportionality, the structure of the system must be flexible and adaptable, have the potential for improvement. For the stability and integrity of the energy system, the integration and interdependence of elements, their ability to be regulated, is important.

Keywords: steel development; energy sector; enterprise; energy security; energy efficiency; diversification; energy transition.

Постановка проблеми. Концепція сталого розвитку була прийнята на конференції ООН з питань екологічного розвитку в Ріо-де-Жанейро (1992) і не втратила своєї актуальності і донині [5]. Ця концепція являє собою модель розвитку цивілізації, за якої здійснюється збалансована взаємодія природи, суспільства та економіки. Основна економічна складова концепції сталого розвитку – оптимальне використання вуглеводневих енергоресурсів, а також використання природно-енергетичних та матеріалозберігаючих технологій. В ухваленому на конференції ООН документі «Порядок денний на XXI століття» викладено зобов'язання держав щодо забезпечення сталого розвитку, метою якого є збалансований соціально-економічний розвиток з орієнтацією на захист навколишнього середовища, раціональне використання енергоресурсів, з урахуванням при цьому життєвих інтересів майбутніх поколінь.

Світова Енергетична Рада для реалізації проектів сталої енергетики розробила концепцію «енергетичної трилеми», яка стала відповіддю на сучасне потрійне енергетичне завдання, яке полягає у підтримці безпечної, доступної та екологічно чистої енергії. «Енергетична трилема» включає:

- 1) енергетичну безпеку – ефективну організацію постачання первинної енергії з національних та зарубіжних джерел, надійність енергетичної інфраструктури та здатність постачальників енергії задовольнити поточний та майбутній попит;
- 2) енергетичну рівність – наявність та доступність енергії для населення;
- 3) екологічну сталість – визначає ефективність пропозиції та попиту енергії, а також розвиток пропозиції енергії з відновлюваних джерел та інших маловуглецевих джерел [12].

Йдеться про перехід до нової технологічної парадигми в електроенергетиці, яка представляє організацію енергопостачання як екосистему виробників та споживачів енергії, які безперешкодно інтегруються в загальну інфраструктуру та обмінюються енергією. Такий підхід, за аналогією здійснюваних взаємодій, також отримав назву «інтернет енергії» (Internet of Energy).

Аналіз сучасної літератури. Проблематика дослідження представлена в роботах таких дослідників як О.В. Фесенко, В.О. Негодуйко [9], О.О. Удод, О.Ю. Удод [8],

О.Ю. Чигрин, О.В. Люльов, С.І. Колосок, Д.О. Смоленніков, О.С. Квілінський [2], В. Бойко, І. Міскевич [1] та інші.

Метою дослідження є теоретичне узагальнення науково-методичних і практичних підходів до вивчення особливостей функціонування підприємств енергетичної сфери в контексті цілей сталого розвитку держави.

Результати дослідження. На наш погляд, при аналізі сталого розвитку енергетики доцільно застосувати підхід, який визначає, що проведення аналізу сталого розвитку необхідне не лише на рівні самого підприємства, а й у системі галузевого та державного розвитку. Таким чином, слід виділяти і досліджувати:

- сталий розвиток енергетики на міжнародному рівні;
- сталий розвиток енергетики держави;
- сталий розвиток енергетики регіону;
- сталий розвиток галузі енергетики;
- сталий розвиток підприємств енергетики.

Сталий розвиток енергетики на міжнародному рівні. На даний час світова економіка знаходиться на етапі відновлення після економічної кризи, викликаній пандемією коронавірусу нового типу і під впливом напруженості, що зберігається внаслідок російського вторгнення в Україну.

За цих умов енергетична безпека полягає не лише в безперервному доступі до енергії, а й у забезпечення енергопостачання за доступною ціною. Ця проблема набула особливого значення, і вона стала такою внаслідок глобальної енергетичної кризи, спровокованої російським вторгненням в Україну. Сплеск цін на енергоносії був досить масштабним, щоб значно погіршити глобальну економічну ситуацію, спричиняючи труднощі для домогосподарств і промисловості і спонукаючи уряди багатьох країн до перегляду своїх політичних пріоритетів.

Безпосередня увага політики зосереджена на боротьбі з впливом високої ціни енергії для споживачів і подоланням перебоїв з енергопостачанням. Багато країн вживає заходів для максимального використання існуючих електростанцій, наприклад:

- відновлення роботи ядерних реакторів;
- диверсифікація джерел постачання (європейський імпорт скрапленого природного газу);
- прискорення розгортання технологій чистої енергії;
- запровадження програми захисту споживачів від високих цін шляхом встановлення граничних цін, розширення цільової підтримки або скорочення податків на паливо [10].

Необхідність рухатися до нульових чистих викидів, щоб запобігти катастрофічним кліматичним змінам залишається такою ж важливою, як і раніше. У сценарії чистого нульового викиду до 2050 року (NZE), традиційні ризики, пов'язані з поставками нафти та газу, зменшуються, оскільки попит на викопне паливо падає, але він не зникає. Потрібні величезні додаткові інвестиції, щоб збільшити постачання чистої енергії, і вони супроводжуються значним скороченням рахунків за імпорт викопного палива в багатьох регіонах.

Енергетичні переходи вимагають додавання нової інфраструктури чистої енергії, одночасно зменшуючи залежність від вуглецю. Керівництво спільним існуванням цих систем є складним завданням. Можуть виникнути нові проблемні сфери, зокрема, масове впровадження технологій чистої енергії створює навантаження на ланцюги поставок, особливо для критичних корисних копалин, тоді як переорієнтація глобальних потоків торгівлі енергоносіями може призвести до нової геополітичної напруженості.

Зростаюча залежність від електроенергії, виробленої з відновлюваних джерел для підвищення рівня гнучкості енергосистеми, може становити певні ризики, якщо не бути обережними. Недостатня підготовленість до викликів, пов'язаних зі зміною клімату, недостатня стійкість енергетичних систем і наявні кіберзагрози можуть наразити споживачів на більш часті перебої з поставками та стрибки цін.

Крім невизначеності темпів розвитку та впровадження ресурсозберігаючих технологій, особливо виділяється питання відновлення пріоритетного значення енергетичної безпеки для країн [10].

За останні кілька років тема потреби в енергетичній безпеці переважно втратила пріоритетне значення. Однак енергетичний шок, подальші економічні труднощі, стрімке зростання цін на енергоносії, яке неможливо було уявити собі півтора роки тому, і геополітичні конфлікти – все це разом змусило багато урядів переглянути свої стратегії, внаслідок чого було визнано, що енергетичний перехід має бути нерозривним, пов'язаний з енергетичною безпекою, тобто наявністю достатньої кількості енергоносіїв за доступними цінами. Це допоможе заручитися громадською підтримкою та уникнути серйозних економічних потрясінь, які можуть мати небезпечні політичні наслідки.

Поточна світова енергетична криза почалася не з повномасштабного вторгнення РФ в Україну в лютому 2022 року, а ще наприкінці літа 2021 року. Економічне піднесення, яке відбулося після скасування обмежувальних заходів, пов'язаних з COVID-19, призвело до зростання світового споживання енергії. У другому півріччі 2021 року відбулось відновлення балансу на ринках нафти, природного газу і вугілля, що призвело до зростання цін, оскільки попит зіштовхнувся з очевидною нестачею пропозиції.

Разом з тим, скорочення інвестицій, що відзначалося останніми роками, призвело до того, що деякі виробники нафти і газу виявилися не в змозі швидко наростити видобуток для задоволення поточного попиту, навіть незважаючи на стимул у вигляді рекордно високих цін. В результаті світ може зіткнутися з серйозними труднощами відразу по двох напрямках, а саме з нездатністю забезпечити поточні енергетичні потреби та серйозним відставанням від рівня, необхідного для досягнення міжнародних цілей у сфері клімату.

У доповіді «Світові інвестиції в енергетику» 2022 року показано кілька обнадійливих тенденцій, а також безліч причин для занепокоєння. Хороша новина полягає в тому, що інвестиції на цілі переходу до чистої енергетики поступово починають зростати. Протягом п'яти років після укладання Паризької угоди 2015 року вкладення у чисті джерела енергії збільшувалися лише на 2 % на рік. Проте з 2020 року темпи зростання піднялися до 12 % на рік, що пов'язано зі збільшенням витрат на сонячну та вітрову енергетику, зокрема з рекордними показниками офшорної вітроенергетики у 2021 році [5].

За рядом інших нових напрямків, таких як виробництво водню з низьким рівнем викидів, нові акумуляторні технології, а також уловлювання, використання та зберігання вуглецю (CCUS), спостерігається суттєве зростання. Так, у 2021 році в 20 країнах було оголошено про плани реалізації приблизно 130 проєктів з уловлювання вуглецю у комерційних масштабах, а шість проєктів CCUS отримали схвалення для остаточного інвестування.

Тим часом повномасштабна війна Росії проти України призвела до посилення заходів на підтримку виробництва водню з низьким рівнем викидів, особливо у країнах Європи. А інвестиції в акумуляторні батареї для зберігання енергії досягли рекордних обсягів, які подвоюються у 2023 році.

Однак ці інвестиції зосереджені у країнах із розвинутою економікою; при цьому багато країн з ринком, що розвивається, і країни, що розвиваються, насамперед країни Африки, не мають можливості залучати необхідні їм інвестиції та фінансування в галузі

чистої енергетики, що збільшує і без того великий розрив між країнами. Витрати на чисті джерела енергії в країнах з ринком, що формується і країнах, що розвиваються, крім Китаю, зберігаються на рівні 2015 року, а це означає, що з часу укладання Паризької угоди вони не збільшилися. Завдяки зниженню вартості чистих технологій та ж сума коштів приносить більше результатів, проте їх загальний обсяг, приблизно 150 млрд доларів на рік, набагато нижчий за суму, необхідну для стійкого задоволення зростаючого попиту на енергію в країнах, що розвиваються [5].

У цих країнах на проекти в галузі стійкої енергетики і раніше виділялося небагато державних коштів, а від початку пандемії COVID-19 фінансування ще більше скоротилося. У багатьох країнах наголошується на невизначених економічних перспективах, а вартість запозичень зростає. З початку пандемії побільшало африканців, які не мають доступу до електрики, що означає, що прогрес, досягнутий у цьому важливому напрямі останніми роками, було втрачено.

Останні місяці ознаменували різкий поворот в атомній енергетиці в усіх розвинених країнах світу. Оскільки через вторгнення росії в Україну дефіцит електроенергії після пандемії перетворився на повномасштабну енергетичну кризу, атомні електростанції, закриття яких планувалося по всій Європі, отримали відстрочку. Японія оголосила, що планує перезапустити багато своїх реакторів, які простоювали після ядерної аварії на АЕС Фукусіма. Франція, яка розпочала реалізацію планів щодо зниження залежності від атомної енергії під час першого президентського терміну Е. Макрона, змінила курс і тепер планує побудувати шість нових реакторів та ще дюжину невеликих модульних реакторів. Сполучене Королівство розпочало реалізацію плану з будівництва восьми нових реакторів та 16 малих модульних реакторів. Навіть налаштована проти ядерних технологій Німеччина продовжила термін служби трьох останніх атомних електростанцій, що діють у країні [1].

Європа, яка за останні два десятиліття інвестувала трильйони у переведення свого енергетичного господарства на вітрову та сонячну енергію, була змушена замінити російську нафту та газ альтернативними джерелами викопного палива, імпортуючи скраплений природний газ із США та інших регіонів, прискорюючи реалізацію проєктів нових трубопроводів із Північної Африки та перезапускаючи законсервовані вугільні електростанції.

Сталий розвиток енергетики держави. Сталість розвитку енергетики на рівні держави залежить як від сталого розвитку галузей енергетики, так і від стійкості окремих підприємств енергетики.

У науковій літературі відсутнє визначення поняття «сталий розвиток енергетики держави». У широкому контексті, придатному для розуміння вищого рівня сталого розвитку енергетики, тобто енергетики на рівні держави, сталість розвитку енергетики розглядає Девід Л. Грін. Цей автор визначає сталість розвитку енергетики як гаранта того, щоб у майбутніх поколіннях були енергетичні ресурси, які дозволять їм досягти рівня добробуту, принаймні такого ж, як у нинішнього покоління [11]. Слід зазначити, що це визначення сталості розвитку енергетики схоже з офіційним визначенням сталого розвитку, у якому присутній акцент на врахування майбутніх потреб людства.

На основі узагальнення матеріалів аналітичних звітів, наукових статей, думок фахівців автор пропонує наступне визначення сталого розвитку енергетики регіону: сталий розвиток енергетики регіону – процес розвитку здатної до саморегулювання системи з метою досягнення енергетичної безпеки регіону при раціональному використанні енергоресурсів, забезпеченні соціальної рівності в сфері доступу до енергопослуги та збереження навколишнього середовища.

Що ж до сталого розвитку галузей енергетики, воно, з одного боку, залежить від стану підприємств енергетики, з іншого боку – визначає розвиток на рівні держави.

На наш погляд, доцільним є розгляд сталого розвитку галузі енергетики як процесу технологічного та економічного розвитку її складових в невизначених умовах, спрямованого на надійне та безперебійне енергопостачання споживачів при раціональному використанні ресурсів та мінімальному впливові на навколишнє середовище з метою підвищення ефективності функціонування окремих підприємств.

Враховуючи існуючі у світовій практиці підходи до трактування поняття сталого розвитку підприємств енергетики, автор пропонує таке визначення: сталий розвиток підприємств енергетики – це керований процес підвищення самозахисту підприємства від негативного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, на основі якого забезпечується надійне та безперебійне електропостачання споживачів, підтримується оптимальна вартість електроенергії для всіх суб'єктів електроенергетичного ринку, реалізуються інвестиції, що сприяють підвищенню енергоефективності виробництва, транспортування та розподілу електроенергії.

Для аналізу функціонування енергетичної сфери в контексті цілей сталого розвитку виділимо у його складі підсистеми, відповідальні за певний вид діяльності (енергоспоживання, виробництво електроенергії, енергопостачання).

Проведене автором дослідження дозволило виділити такі елементи підсистеми, які забезпечують сталий розвиток енергетики:

- соціальний (представляє комплекс відносин між людьми та є організаційним проявом системи);
- виробничо-технічний (представляє матеріальні засоби: технології, машини, обладнання, матеріали, інструменти, енергію);
- інформаційний (представляє інформаційні потоки, бази даних та їх взаємозв'язку);
- фінансово-економічний (представляє економічні та фінансові ресурси).

Для забезпечення сталого розвитку енергетичної сфери як системи необхідно виконання наступних умов:

1. Керованість – якщо за допомогою вхідного впливу є можливість керувати вихідними сигналами, то система керована.
2. Контрольованість - всі параметри системи, що характеризують її стан, мають бути вимірними.
3. Рівноважність – система має забезпечувати динамічну рівновагу.

Таким чином, дослідження сталого розвитку підприємств енергетики показали, що вони є складовою складної кібернетичної системи з великою кількістю підсистем та контурів управління. Складність системи проявляється у великій кількості її елементів, що мають різноманітну природу, великі обсяги циркулюючої інформації, різноманітності форм зв'язків, багатокритеріальність.

Внутрішнє середовище сталого розвитку енергетичних підприємств формується фінансовими засобами, технологіями, виробничими потужностями, організацією процесу виробництва та транспортування паливно-енергетичних ресурсів, інфраструктурою та іншими параметрами.

Зовнішнє середовище залежить від стану економіки країни та регіону, нормативно-правових актів, діяльності податкових органів, замовлення тощо. Впливи зовнішнього середовища можуть бути збурюючого та керуючого характеру. До керуючих впливів відносяться: доктрини та стратегії енергетичної безпеки, нормативно-правова основа, природні ресурси, інвестиції, інновації.

До збурювальних впливів належать: зміна податкового законодавства, зростання цін на енергоресурси, економічні кризи, посилення екологічних нормативів, природні катастрофи, вплив інших видів економічної діяльності.

Зовнішнє середовище створює обмеження для сталого розвитку підприємств: обмежений запас природних ресурсів; кількісні обмеження на можливості технологій; певний рівень інвестицій.

Внутрішні впливи на систему можуть призвести до розбалансованості її елементів, загострення протиріч у розвитку. Натомість, мета сталого розвитку системи відображає запити споживачів, які необхідно задовольняти у процесі розвитку. На всі ресурси є певні обмеження, що стримують прогресивний розвиток.

Для досягнення мети сталого розвитку необхідна система показників та критерії їхньої оцінки.

У світовій практиці є два методичних підходи до виміру сталого розвитку енергетики держави. Перший представлений у звіті Світової Енергетичної Ради «World Energy Trilemma: Time to get real – the agenda for change» [13]. У цьому звіті Світова Енергетична Рада представляє ранги країн згідно з індексом енергетичної стійкості (Energy Sustainability Index).

Індекс енергетичної сталості є першою спробою зробити комплексну оцінку енергетичної сфери в аспекті сталого розвитку у світовому масштабі. Проте слід зазначити, що є можливість поліпшення методики, запропонованої Світовою Енергетичною Радою. По-перше, тут вказуються лише ранги, а не значення індексу, що ускладнює порівняльну оцінку сталості розвитку енергетичної сфери країн. По-друге, відсутня методика розрахунку окремих індикаторів. По-третє, враховуються як показники, що характеризують розвиток енергетики лише на рівні держави, і показники, що найбільш підходять до характеристики окремих галузей і підприємств ПЕК.

Другий підхід був запропонований факультетом державної політики Технологічного інституту Джорджії, США [6]. Цією організацією було розроблено індекс енергетичної сталості з метою оцінки сталого розвитку енергетики США.

У табл. 1 представлено методику розрахунку індексу енергетичної сталості.

Таблиця 1

**Методика розрахунку індексу сталості енергетичного розвитку США
 Технологічним інститутом Джорджії**

Сфера	Показник
Надійність забезпечення нафтою	Імпорт нафти (% загального споживання нафти) Ціна на нафту (долар США на барель) Моторне паливо не нафтового походження (% від споживання енергії транспортним сектором) Середня витрата палива нових пасажирських транспортних засобів (миль на галон)
Надійність забезпечення електроенергією	Імпорт природного газу (% загального споживання природного газу) Ціна на природний газ для електроенергії (доларів США на Гігаджоуль) Роздрібна ціна на електроенергію (центів доларів США на кВт/год) Річні інвестиції у систему передачі електроенергії (млрд доларів США)
Енергоефективність	Енергоємність (кВт/год на долар США ВВП) Енергокористування на душу населення (індексоване до 1970 р.)
Якість навколишнього середовища	Викиди SO ₂ від потужностей, що виробляють електроенергію (млрд тонн) Викиди CO ₂ від енергоспоживання (млрд тонн)

Джерело: [6].

За цією методикою не виводиться комплексний індекс енергетичної сталості США, але дається індивідуальна оцінка кожного показника. З одного боку, це дозволяє простежити зміни кожного компонента сталого розвитку енергетики у поступовій динаміці, з іншого боку, це не дає можливість оцінити сталість енергетичної сфери США загалом.

У 1999 р. Міжнародне агентство з атомної енергії (МАГАТЕ) зібрало представників семи міжнародних організацій з восьми країн для розгляду існуючих та розробки попереднього набору показників сталого енергетичного розвитку. Ці показники були неофіційно випробувані на місцях у 15 країнах для оцінки якості даних та їх наявності. Потім було визначено остаточний набір з 41 показника, серед яких:

- ціни кінцевого використання енергії з податками/субсидіями та без них;
- енергоємність: обробна промисловість, транспорт, сільське господарство, комерційні та державні послуги, житловий сектор;
- кінцевий показник енергоємності окремих енергоємних продуктів;
- структура енергобалансу: кінцеве споживання енергії, виробництво електроенергії, постачання первинної енергії;
- ефективність енергопостачання: ефективність використання викопних видів палива у виробництві електроенергії;
- витрата енергії на одиницю ВВП;
- витрати енергетики: сукупні інвестиції, охорона навколишнього середовища, розвідка та освоєння родовищ вуглеводнів, НДДКР та демонстраційна діяльність, чисті витрати на імпорт енергії;
- споживання енергії душою населення;
- місцеве виробництво енергії;
- залежність від чистого обсягу імпорту енергії;
- частка наявного доходу/обсягу душевого особистого споживання, що припадає на паливо та електроенергію: у середньому в розрахунку на душу населення; у групі, яка визначається як 20% найбіднішого населення;
- частка домогосподарств: сильно залежить від некомерційних джерел енергії; не мають доступ до електрики;
- площа земель під енергетичними об'єктами/інфраструктурою;
- частка технічного використання потенціалу гідроенергії, яка використовується в даний час [12].

Однак, незважаючи на певний прогрес, всеосяжного набору показників стійкого енергетичного розвитку поки що не існує.

Вирішальну роль цьому процесі можуть зіграти інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ). Використання ІКТ в енергетичних системах безпрецедентно розширює можливості та підвищує якість моніторингу цих систем, контролю над ними та управління їх роботою як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються.

В аспекті загального доступу до енергопостачання ІКТ трансформують бізнес-моделі, призначені для надання доступу до енергії мільйонам людей. Наприклад, з допомогою ІКТ можна вдосконалити інтелектуальні лічильники, які дозволяють здійснювати оплату за фактом споживання, знизивши експлуатаційні витрати і водночас надавши гнучкі графіки оплати. Можна також звернутися до мобільних платежів, що дозволить поповнити кількість споживачів за рахунок сотень мільйонів нових клієнтів фінансових послуг; можна застосовувати засоби аналізу даних, а також використовувати потенціал комплексного управління попитом, постачанням та зберіганням, знизивши таким чином витрати на оцінку, технічне обслуговування та експлуатацію.

Висновки. Таким чином, сталий розвиток енергетики є однією з цілей сталого розвитку в цілому. Сталий розвиток енергетики прийнято характеризувати у межах економічного, екологічного та соціального компонентів. Його доцільно розглядати на п'яти рівнях:

- на міжнародному рівні;
- на рівні держави;
- на регіональному рівні;
- на рівні галузі енергетики;
- на рівні підприємств енергетики.

У світовій практиці немає єдиного підходу до визначення сталого розвитку енергетики за кожним з цих рівнів. Можна виділити два методичні підходи до оцінки сталого розвитку енергетики лише на рівні держави. Розробка методики комплексної оцінки сталості енергетики, особливо на рівні підприємства, є перспективним напрямом, який дозволить виявляти пріоритетні напрями розвитку енергетики країн, проводити більш ефективну енергетичну політику, аналізувати з позицій сталого розвитку стан галузей та підприємств енергетики.

References

Література

1. Boiko, V., Miskevych, I. *Perspektyvy atomnoi enerhetyky Ukrainy v umovakh staloho rozvytku* [Prospects of nuclear energy of Ukraine in conditions of sustainable development]. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/183395/6-Boiko.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
2. Chyhryn, O. Yu., Liulov, O. V., Kolosok, S. I., Smoliennikov, D. O., Kvilinskyi, O. S. et al. (2022). *Innovatsiini transformatsii v enerhetytsi dlia staloho rozvytku ta natsionalnoi bezpeky: smart-tekhnologii ta ekolohichna vidpovidalnist: Zvit pro naukovodoslidnu robotu* [Innovative transformations in energy for sustainable development and national security: smart technologies and environmental responsibility: research report]. Sumy: SumDU, 2022. 73 p. [in Ukrainian].
3. *Natsionalna dopovid "Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina" vid 15.09.2017 r.* [National report "Sustainable Development Goals: Ukraine" dated September 15, 2017]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> [in Ukrainian].
4. *Nasha robota nad dosiahnenniam Tsilei staloho rozvytku v Ukraini* [Our work on achieving the Sustainable Development Goals in Ukraine]. *United Nations in Ukraine*. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs> [in Ukrainian].
5. *Ofitsiynyi sait OON* [The official website of the United Nations]. URL: <https://www.un.org> [in Ukrainian].
1. Бойко В., Міскевич І. *Перспективи атомної енергетики України в умовах сталого розвитку*. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/183395/6-Boiko.pdf?sequence=1>.
2. Чигрин О. Ю., Люльов О. В., Колосок С. І., Смоленніков Д. О., Квілінський О. С. та ін. *Інноваційні трансформації в енергетиці для сталого розвитку та національної безпеки: smart-технології та екологічна відповідальність: звіт про науководослідну роботу*. Суми: СумДУ, 2022. 73 с.
3. *Національна доповідь "Цілі Сталого Розвитку: Україна" від 15.09.2017 р.* URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>.
4. *Наша робота над досягненням Цілей сталого розвитку в Україні. ООН в Україні*. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>.
5. *Офіційний сайт ООН*. URL: <https://www.un.org>.

6. Official website of the Georgia Institute of Technology. URL: <https://www.gatech.edu/>.
7. Pro Tsili staloho rozvytku Ukrainy na period do 2030 roku: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 30.09.2019 r. № 722/2019 [On the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period up to 2030: Decree of the President of Ukraine dated September 30, 2019 No. 722/2019]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> [in Ukrainian].
8. Udod, O. O., Udod, O. Yu. Otsinka stanu enerhetychnoi bezpeky rehionu [Assessment of the state of energy security of the region]. URL: <http://en.iee.kpi.ua/files/ukr/25.pdf> [in Ukrainian].
9. Fesenko, O. V., Nehoduiko, V. O. Optymalnyi vybir alternatyvnykh dzherel elektroenerhii dlia pobudovy system rozoseredzhenoї heneratsii [The optimal choice of alternative sources of electricity for the construction of distributed generation systems]. URL: <http://en.iee.kpi.ua/files/ukr/30.pdf> [in Ukrainian].
10. Energy Sustainability Index to Evaluate American Energy Policy. *Regions for sustainable change*. URL: <http://www.rscproject.org/indicators/index.php?page=school-of-public-policy-georgia-institute-of-technology>.
11. Greene, D. L. Measuring Energy Sustainability. *Chapter 20 in Linkages of Sustainability*. Eds. T. E. Graedel and E. van der Voet. The MIT Press, Cambridge, MA, November 2009. P. 354–373.
12. International Atomic Energy Agency. URL: <https://www.iaea.org/>
13. World Energy Council website. URL: <https://www.worldenergy.org/>
6. Офіційний сайт Технологічного інституту Джорджії. URL: <https://www.gatech.edu/>
7. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30.09.2019 р. № 722/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>.
8. Удод О. О., Удод О. Ю. Оцінка стану енергетичної безпеки регіону. URL: <http://en.iee.kpi.ua/files/ukr/25.pdf>.
9. Фесенко О. В., Негодуйко В. О. Оптимальний вибір альтернативних джерел електроенергії для побудови систем розосередженої генерації. URL: <http://en.iee.kpi.ua/files/ukr/30.pdf>.
10. Energy Sustainability Index to Evaluate American Energy Policy. *Regions for sustainable change*. URL: <http://www.rscproject.org/indicators/index.php?page=school-of-public-policy-georgia-institute-of-technology>.
11. Greene D. L. Measuring Energy Sustainability. *Chapter 20 in Linkages of Sustainability*. Eds. T. E. Graedel and E. van der Voet. The MIT Press, Cambridge, MA, November 2009. Pp. 354–373.
12. International Atomic Energy Agency. URL: <https://www.iaea.org/>
13. World Energy Council website. URL: <https://www.worldenergy.org/>

УДК 339

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.10

Мар`яна С. Шкода, Валерій О. Щербаков
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**АНАЛІЗ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-АЛЬЯНСІВ В УКРАЇНІ
ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ**

У статті проведено аналіз сучасних бізнес-альянсів в Україні та їх вплив на економіку країни. Проаналізовано основні види бізнес-альянсів, такі як стратегічні альянси, фінансові альянси, технічні альянси та ринкові альянси. Для кожного з них визначено переваги та недоліки та проаналізовано їхній вплив на економіку України. Для проведення дослідження використовувалися як літературні, так і інтернет джерела, а також проведені власні дослідження. В результаті було встановлено, що бізнес-альянси мають значний вплив на економіку України та є одним з основних інструментів підтримки економічного зростання країни. Проте, той же час встановлено, що для успішного використання потенціалу бізнес-альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. До необхідних заходів віднесено підтримку з боку держави, формування культури співпраці між партнерами, створення сприятливого середовища для розвитку бізнес-альянсів та розробку відповідної правової бази. Успішний розвиток бізнес-альянсів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності українських компаній та розвитку економіки країни в цілому. Доведено, що бізнес-альянси можуть стати одним з ключових інструментів розвитку економіки України, які дозволять забезпечити доступ до нових технологій, зменшити витрати та покращити якість продукції та послуг. Також вони можуть сприяти залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку. Висновки дослідження підтверджують важливість розвитку бізнес-альянсів для економіки України, та показують їх можливість як одного з інструментів для підвищення конкурентоспроможності країни.

Ключові слова: бізнес-альянси; економіка України; ринок бізнес-альянсів; післявоєнний період; сучасний період; розвиток економіки; конкурентоспроможність; інвестиції; технології; партнерство.

Mariana S. Shkoda, Valerii O. Shcherbakov
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ALLIANCES IN UKRAINE
AND THEIR IMPACT ON THE COUNTRY'S ECONOMY**

This article provides an analysis of modern business alliances in Ukraine and their impact on the country's economy. The article describes the main types of business alliances and provides an overview of the current state of the business alliance market in Ukraine. The article investigates the impact of business alliances on the Ukrainian economy both now and in the post-war period. Both literary and internet sources were used, as well as original research, to conduct this study. As a result of the work, it was determined that business alliances have a significant impact on the Ukrainian economy and are one of the main instruments for supporting the country's economic growth. In particular, it was found that business alliances provide access to new technologies and resources, help reduce costs, and improve the quality of products and services. They can also contribute to attracting investments and increasing the competitiveness of Ukrainian companies in the global market. Therefore, the conclusions of the study confirm the importance of developing business alliances for the Ukrainian economy and demonstrate their potential as one of the tools for increasing the country's competitiveness.

Keywords: business alliances; Ukrainian economy; business alliance market; post-war period; modern period; economic development; competitiveness; investments; technologies; partnership.

Постановка проблеми. Під час останніх років Україна переживає важкі економічні часи, викликані рядом проблем, таких як політична нестабільність, корупція, недостатня реформація і насамперед – війна. Однак, незважаючи на всі ці складнощі, деякі українські компанії змогли зростати та розширювати свій бізнес завдяки створенню бізнес-альянсів.

Однак, досі в Україні відсутня цілісна оцінка впливу бізнес-альянсів на економіку країни. Інформація про дані структури бізнесу не завжди доступна і не обговорюється належним чином. Відтак, постановка проблеми полягає у необхідності проведення аналізу розвитку бізнес-альянсів в Україні та їх впливу на економіку країни, що надасть змогу визначити можливості, переваги та недоліки бізнес-альянсів для українських компаній та економіки загалом.

Також, важливим аспектом постановки проблеми є необхідність порівняти роль бізнес-альянсів в післявоєнний період з їх роллю у сучасному періоді, тобто оцінити, чи зможуть зберегтися вони як важливий інструмент для підтримки економіки України.

Крім того, дослідження має на меті виявлення перспектив розвитку бізнес-альянсів в Україні та їх впливу на національну економіку в майбутньому.

Отже, постановка проблеми полягає у необхідності провести дослідження впливу бізнес-альянсів на економіку України, порівняти їх роль в післявоєнний період з їх роллю у сучасному періоді, визначити переваги та недоліки таких альянсів та оцінити їхні перспективи розвитку.

Для вирішення поставленої проблеми використовувалися як літературні, так інтернет джерела, так і власні дослідження. Для аналізу було обрано ряд українських компаній, які беруть участь в бізнес-альянсах, і проведено детальний аналіз їхньої діяльності та впливу на економіку країни.

Дослідження показало, що бізнес-альянси мають значний вплив на економіку України. Вони забезпечують доступ до нових технологій та ресурсів, допомагають зменшити витрати та покращити якість продукції та послуг. Також, вони можуть сприяти залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку.

Аналізувався також можливий вплив бізнес-альянсів на економіку України у післявоєнний період. Виявлено, що в період становлення ринкової економіки в Україні бізнес-альянси були одним з найважливіших інструментів підтримки розвитку бізнесу та економіки загалом. Вони забезпечували доступ до технологій та ресурсів, сприяли розширенню експортного потенціалу та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність теми бізнес-альянсів для економіки України підтверджена останніми дослідженнями та публікаціями. Наприклад, в статті «Стратегічні альянси як сучасні моделі бізнесу» (В. Журавльов, 2022) досліджено вплив стратегічних альянсів на підвищення конкурентоспроможності підприємств України, а також виявлено перспективи розвитку таких альянсів в Україні [4].

В науковій публікації «Оцінка економічної діяльності партнерських альянсів» (І. Чернявська, 2020) проведено дослідження впливу технічних альянсів на інноваційний розвиток українських підприємств [10].

Також, у статті «Форми інтеграції банківського та страхового капіталів» (В. Кучеренко, 2010) досліджено ефективність фінансових альянсів на українських підприємствах та виявлено основні фактори, які впливають на успішність таких альянсів [5].

Отже, останні дослідження та публікації підтверджують актуальність теми дослідження та демонструють різноманітність впливу бізнес-альянсів на розвиток національної економіки.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Один з не вирішених раніше аспектів загальної проблеми полягає у визначенні ефективних методів розвитку та підтримки бізнес-альянсів в Україні. Незважаючи на те, що бізнес-альянси є важливим інструментом для розвитку економіки країни, відомо, що вони часто зіштовхуються з різноманітними труднощами та викликами.

Одним з головних викликів є пошук потенційних партнерів для створення альянсів, зокрема з урахуванням специфіки ринку та регулятивного середовища України. Також важливим аспектом є розробка ефективної стратегії створення та управління бізнес-альянсами, яка б відповідала специфіці українського ринку та забезпечувала максимальний ефект від співпраці.

Додатковим викликом є необхідність вирішення питань щодо розподілу власності та управління в альянсах, а також вирішення потенційних конфліктів між партнерами.

Отже, не вирішеними раніше аспектами загальної проблеми є визначення ефективних методів розвитку та підтримки бізнес-альянсів в Україні, в тому числі пошук потенційних партнерів, розробка ефективних стратегій управління та вирішення питань щодо розподілу власності та управління в альянсах.

Метою цієї статті є проведення аналізу сучасних бізнес-альянсів в Україні та їх впливу на економіку країни.

Для досягнення цієї мети в статті описано основні види бізнес-альянсів та проведено огляд сучасного стану бізнес-альянсів на ринку України. Розглянуто позитивні та негативні наслідки співпраці підприємств в рамках альянсів, а також визначені головні труднощі та виклики, з якими зіштовхуються партнери під час створення та управління альянсами.

В статті проаналізовано останні наукові публікації з проблематики дослідження, що дозволило підтвердити актуальність теми та знайти нові ідеї та пропозиції щодо її розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бізнес-альянси є важливим інструментом розвитку бізнесу та економіки в цілому. За останні кілька років в Україні зросла кількість підприємств, які сформували бізнес-альянси. Бізнес-альянси можуть мати різний характер та форму, але їх спільна мета полягає в тому, щоб об'єднатися з іншими підприємствами з метою збільшення ефективності та зниження ризиків.

Одним з видів бізнес-альянсів є стратегічне партнерство, коли підприємства з'єднуються з метою отримання конкурентних переваг та доступу до нових ринків або технологій. В іншому випадку, підприємства можуть утворювати транзакційні альянси, коли вони співпрацюють на короткий термін з метою розв'язання конкретної проблеми або задачі. Найбільш розповсюдженими формами бізнес-альянсів є франчайзинг, спільний бізнес, спільне виробництво та дистрибуція.

Однією з основних переваг бізнес-альянсів є зниження ризику та витрат на бізнес, що викликано спільними інвестиціями та зменшенням конкуренції на ринку. Крім того, бізнес-альянси можуть допомогти забезпечити доступ до нових технологій та ресурсів, покращити якість продукції та послуг, залучити інвестиції для подальшого розвитку бізнесу. Такі альянси можуть сприяти залученню іноземних інвестицій та підвищувати конкурентоспроможність українських компаній на світовому ринку.

Однак, бізнес-альянси водночас можуть мати негативні наслідки, такі як втрата контролю над підприємством, складність управління спільними проєктами та співпрацею між різними культурними та економічними середовищами. Також важливо враховувати ризики прийняття рішень на рівні бізнес-альянсу та управління конфліктами між партнерами.

Для України бізнес-альянси можуть мати великий вплив на економіку країни. На сьогоднішній день, українські підприємства намагаються активно використовувати можливості, які надає формування альянсів. Це дозволяє зменшити витрати на ринку та забезпечити доступ до нових ринків та технологій.

Одним з прикладів успішних бізнес-альянсів в Україні є утворення «Метінвесту» – найбільшого металургійного альянсу в країні, який об'єднує декілька металургійних компаній. Також, існують успішні альянси у сфері енергетики, фінансів та інформаційних технологій.

Аналізуючи останні дослідження та публікації на тему бізнес-альянсів в Україні, можна зазначити, що дослідники активно вивчають та аналізують різні аспекти формування та управління альянсами. Наприклад, деякі дослідження присвячені аналізу впливу альянсів на конкуренцію на ринку, інші – аналізують переваги та ризики співпраці в рамках альянсів.

Дослідження бізнес-альянсів доводять, що підприємства, які є частиною альянсу, одержують значно більше переваг ніж ті, що функціонують самостійно. Проте, для підприємств існують і ризики, є вірогідність зазнати банкрутства, ще до того, як альянс розкриє свій потенціал. Таким чином, щоб зрозуміти, чому бізнес-альянси зазнають розпаду, слід з'ясувати мету їх формування. Є декілька причин формування бізнес-альянсів.

По-перше, це стратегічне доповнення, яке виражається в об'єднанні ринків чи набутих досвідом навичок.

По-друге, посилення позицій на ринку.

По-третє, зменшення витрат і поділ ризику [9].

Стратегічні дослідження бізнес-альянсів виявили чотири основні проблеми їх створення, або чотири причини розпаду [9]:

- 1) розмір альянсів;
- 2) якість членів системи;
- 3) внутрішня конкуренція;
- 4) проблеми управління системою альянсів.

Необхідним є розуміння того, що функціональна частина майбутнього бізнес-альянсу розробляється не на стадії підписання угод, а в процесі спільної роботи, коли стають більшою мірою відомі можливості сторін [4].

Слід зазначити, що в останні роки в Україні було запроваджено деякі реформи, які мають на меті сприяти формуванню та розвитку бізнес-альянсів. Наприклад, було ухвалено Закон України «Про стимулювання розвитку бізнесу в Україні», який передбачає підтримку та сприяння створенню бізнес-альянсів, зокрема, шляхом зменшення податкових та адміністративних бар'єрів.

Однак, незважаючи на те, що бізнес-альянси можуть мати значний вплив на економіку країни, в Україні все ще існують певні перешкоди для їх успішного розвитку. Наприклад, недостатня довіра між партнерами та недостатня культура співпраці між різними підприємствами. Також існують проблеми з розумінням та прийняттям рішень на рівні альянсу, а також в управлінні конфліктами між партнерами.

Отже, для успішного розвитку бізнес-альянсів в Україні, необхідно продовжувати працювати над усуненням перешкод та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. Також важливо забезпечити підтримку та стимулювання діяльності бізнес-

альянсів шляхом запровадження певних заходів, таких як зменшення податкових бар'єрів та спрощення адміністративних процедур.

В цілому, бізнес-альянси мають значний потенціал для підтримки розвитку економіки України та забезпечення конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку.

Якість членів бізнес-альянсу є провідним чинником успішності альянсів. Партнери мають доповнювати можливості одне одного. Результатом вдало відібраних членів бізнес-альянсу є версія Personal Digital Assistant, розроблена компанією Apple. У даному бізнес – альянсі є кілька успішних розробок: комп'ютерні комунікації, комунікаційні можливості мобільних телефонів, розмір і стиль електроніки. Дані розробки для однієї компанії були б надто затратними. Таким чином, компанія Apple запропонувала технологію Advanced risk machines – чіпи і Sharp – дизайн та надала свою торгову мережу [13]. Внутрішня конкуренція – це те, що може зламати будь-який бізнес-альянс. Але за умови правильного формування бізнес-альянсу вона не повинна виникнути – члени мають доповнювати одне одного, а не конкурувати. Так зробили компанії «Хегох» та «Fuji». «Fuji» має право використовувати технології «Хегох» тільки на ринках, які покриває альянс цих двох компаній [8].

Дослідження показують, що для успішної реалізації цього потенціалу необхідно розвивати та удосконалювати форми співпраці між підприємствами, забезпечувати підтримку з боку держави та формувати культуру співпраці між партнерами.

Для подальшого дослідження теми бізнес-альянсів в Україні можна розглянути деякі аспекти, які були не досліджені у цій роботі. Наприклад, можна проаналізувати вплив бізнес-альянсів на ринок праці та на зменшення економічної нерівності між різними регіонами України. Також можна вивчити досвід успішного формування та управління бізнес-альянсами в інших країнах та порівняти його з досвідом України.

У цілому, дослідження теми бізнес-альянсів в Україні має важливе значення для розвитку економіки країни та підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Однак, для успішного використання потенціалу бізнес-альянсів необхідно продовжувати працювати над усуненням перешкод та стимулювання діяльності альянсів за допомогою підтримки з боку держави та формування культури співпраці між партнерами.

Отже, бізнес-альянси можуть стати одним з ключових інструментів розвитку економіки України, які дозволять забезпечити доступ до нових технологій, зменшити витрати та покращити якість продукції та послуг. Також вони можуть сприяти залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на світовому ринку. Проте, для успішного розвитку бізнес-альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами.

До необхідних заходів можна віднести:

1. Підтримка з боку держави, зокрема, шляхом зменшення податкових та адміністративних бар'єрів.
2. Формування культури співпраці між партнерами та надання допомоги з управління конфліктами.
3. Створення сприятливого середовища для розвитку бізнес-альянсів та забезпечення доступу до необхідних ресурсів та технологій.
4. Розробка відповідної правової бази, яка б забезпечувала стабільність та надійність управління бізнес-альянсами.

Успішний розвиток бізнес-альянсів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності українських компаній та розвитку економіки країни в цілому. Водночас, для досягнення цих цілей необхідно продовжувати працювати над усуненням перешкод та стимулювати діяльність бізнес-альянсів шляхом забезпечення підтримки з боку держави та формування культури співпраці між партнерами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В результаті дослідження встановлено, що бізнес-альянси є одним з ключових інструментів розвитку економіки України, які дозволяють забезпечити доступ до нових технологій, зменшити витрати та покращити якість продукції та послуг. Проте, для успішного використання потенціалу бізнес-альянсів необхідно усунути перешкоди та сприяти формуванню культури співпраці між підприємствами. До необхідних заходів можна віднести підтримку з боку держави, формування культури співпраці між партнерами, створення сприятливого середовища для розвитку бізнес-альянсів та розробку відповідної правової бази. Успішний розвиток бізнес-альянсів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності українських компаній та розвитку економіки країни в цілому.

References

Література

1. Balytskyi, O. V. (2019). Biznes-aliansy yak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Business alliances as a factor in ensuring the competitiveness of enterprises. *Economi*]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu = Bulletin of the University*, P. 13–20 [in Ukrainian].
1. Балицький О. В. Бізнес-альянси як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Економічний вісник університету*. 2019. С. 13–20.
2. Honcharenko, V. I. (2015). Biznes-aliansy yak instrument stvorennia konkurentnoho perevahy pidpriemstva [Business alliances as a tool for creating a company's competitive advantage]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu = Scientific Bulletin of Kherson State University*, № 7, P. 60–64 [in Ukrainian].
2. Гончаренко В. І. Бізнес-альянси як інструмент створення конкурентного переваги підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 7. С. 60–64.
3. Yevtushenko, O. I. (2018). Biznes-aliansy yak zasib zabezpechennia staloho rozvytku pidpriemstv [Business alliances as a means of ensuring the sustainable development of enterprises]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu = Scientific Bulletin of the National Mining University*, № 6. S. 129–135 [in Ukrainian].
3. Євтушенко О. І. Бізнес-альянси як засіб забезпечення сталого розвитку підприємств. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2018. № 6. С. 129–135.
4. Zhuravlov, V. (2022). Stratehichni aliansy yak suchasni modeli biznesu [Strategic alliances as modern business models]. *Nauka – vyrobnytstvu = Science – production*, Vol. 159 [in Ukrainian].
4. Журавльов В. Стратегічні альянси як сучасні моделі бізнесу. *Наука – виробництву*. 2022. Вип. 159.
5. Kucherenko, V. (2010). Formy intehtratsii bankivskoho ta strakhovoho kapitaliv [Forms of integration of banking and insurance capital]. *Visnyk KNEU = Bulletin of KNEU*, № 3, P. 57–65 [in Ukrainian].
5. Кучеренко В. Форми інтеграції банківського та страхового капіталів. *Вісник КНЕУ*. 2010. № 3. С. 57–65.
6. Luchko, I. O. (2019). Biznes-aliansy yak instrument pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv [Business alliances as a tool for improving the efficiency of enterprises]. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu = Scientific works of the Kirovohrad National Technical University*, № 35, P. 136–142 [in
6. Лучко І. О. Бізнес-альянси як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2019. № 35. С. 136–142.

Ukrainian].

7. Palamarenko, E. V. Uchastie v strategicheskikh al'jansah malyh i srednih predpriyatij [Participation in strategic alliances of small and medium-sized enterprises]. URL: cyberleninka.ru/article/n/uchastie-v-strategicheskikh-alyansah-malyh-i-srednih-predpriyatij [in Russian].

8. Pylypenko, B. H. (2015). Venchurnyi kapital yak dzherelo finansuvannia innovatsiinykh protsesiv: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.08 [Venture capital as a source of financing innovative processes: dissertation of the candidate of economic sciences]. Kyiv. 273 p. [in Ukrainian].

9. Sydorova, O. V. (2018). Biznes-aliansy yak instrument zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstvo [Business alliances as a tool for ensuring the competitiveness of enterprises]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 16, P. 71–76 [in Ukrainian].

10. Cherniavska, I. (2020). Otsinka ekonomichnoi diialnosti partnerskykh aliansiv [Evaluation of the economic activity of partner alliances]. *Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu = Economic Bulletin of the Dnipro State Technical University*, № 1 (1), P. 53–58 [in Ukrainian].

11. Shavruk, S. A. (2005). Mezhdunarodnye strategicheskie al'jansy i mnogonacional'noe upravlenie [International strategic alliances and multinational management]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhivelno-ekonomichnoho universytetu = Bulletin of the Kyiv National Trade and Economic University*, P. 14–25 [in Russian].

12. Shypilov, A. (2006). Konkurentsiia v systemakh aliansiv [Competition in alliance systems]. *Kyievo-Mohylianska Biznes Studiiia = Kyiv-Mohyla Business Studio*, № 9 [in Ukrainian].

13. Talebi, K., Farsi, J. Y., Miriasi, H. (2017). Identifying tge Impact of Strategic Alliances on the Perfomance of SME s (Case Study: The Industry of Automative Parts Manufacturers in Iran). *International Business Research*, № 10 (6), P. 227–235.

7. Паламаренко Е. В. Участие в стратегических альянсах малых и средних предприятий. URL: cyberleninka.ru/article/n/uchastie-v-strategicheskikh-alyansah-malyh-i-srednih-predpriyatij.

8. Пилипенко Б. Г. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. К., 2015. 273 с.

9. Сидорова О. В. Бізнес-альянси як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2018. № 16. С. 71–76.

10. Чернявська І. Оцінка економічної діяльності партнерських альянсів. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2020. № 1 (1). С. 53–58.

11. Шаврук С. А. Международные стратегические альянсы и многонациональное управление. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2005. С. 14–25.

12. Шипілов А. Конкуренція в системах альянсів. *Києво-Могилянська Бізнес Студія*. 2006. № 9.

13. Talebi K., Farsi J. Y., Miriasi H. Identifying tge Impact of Strategic Alliances on the Perfomance of SME s (Case Study: The Industry of Automative Parts Manufacturers in Iran). *International Business Research*. 2017. № 10 (6). P. 227–235.

УДК 378.6:005.35

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.11

Валентина В. Яценко

*Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія»
Харківської обласної ради, Україна*

**ОБҐРУНТУВАННЯ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАСАД
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ
НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

У сучасному світі соціальна відповідальність вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг стає все більш актуальною темою, оскільки суспільство все більше вимагає від навчальних закладів не лише забезпечення якісної освіти, але й активної участі у вирішенні соціальних проблем та забезпеченні сталого розвитку. Гіпотеза цієї статті полягає в тому, що розробка і реалізація концептуальних засад соціальної відповідальності можуть позитивно вплинути на діяльність вищих навчальних закладів та сприяти забезпеченню сталого розвитку суспільства. Метою цієї статті є обґрунтування принципів Концептуальних засад соціальної відповідальності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг та їх значення для досягнення сталого розвитку. Для досягнення поставленої мети в статті були використані методи аналізу літературних джерел, синтезу і систематизації наукової інформації, аналізу законодавства та документів з питань соціальної відповідальності. В результаті аналізу були обґрунтовані принципи концептуальних засад соціальної відповідальності вищих навчальних закладів. Дослідження показали, що впровадження цих принципів в діяльність навчальних закладів сприяє покращенню взаємодії зі суспільством, розвитку студентів як громадян з активною громадською позицією, а також забезпечує сталість та ефективність освітнього процесу. Дані результати свідчать про необхідність подальшого розвитку та впровадження принципів соціальної відповідальності вищих навчальних закладів для досягнення сталого розвитку суспільства. На підставі отриманих результатів можна зробити висновок, що розроблені принципи Концептуальних засад соціальної відповідальності є важливим кроком у спрямуванні діяльності вищих навчальних закладів на досягнення сталого розвитку та вирішення соціальних проблем. Для подальшого розвитку цієї теми рекомендується проведення емпіричних досліджень з оцінки рівня соціальної відповідальності вищих навчальних закладів, аналізу впливу реалізації цих принципів на ефективність та якість освітнього процесу, а також дослідження впливу соціальної відповідальності на рейтинги та конкурентоспроможність.

Ключові слова: соціальна відповідальність; заклади вищої освіти; освітні послуги; ефективність освітнього процесу; соціальні проблеми.

Valentyna V. Yatsenko

*Municipal Establishment "Kharkiv Humanitarian-Pedagogical Academy"
of the Kharkiv Regional Council, Ukraine*

**JUSTIFICATION OF THE PRINCIPLES OF CONCEPTUAL FOUNDATIONS
FOR SOCIAL RESPONSIBILITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS
IN THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET**

In the modern world, the social responsibility of higher education institutions in the educational services market is becoming increasingly relevant, as society demands more than just quality education from educational institutions. There is an increasing expectation for active participation in addressing social issues and ensuring sustainable development. The hypothesis of this article is that the development and implementation of conceptual foundations for social

responsibility can have a positive impact on the activities of higher education institutions and contribute to sustainable societal development. The objective of this article is to justify the principles of conceptual foundations for social responsibility of higher education institutions in the educational services market and their significance in achieving sustainable development. To achieve the stated objective, this article employed methods such as literature review, synthesis and systematization of scientific information, analysis of legislation and documents related to social responsibility. The analysis has substantiated the principles of conceptual foundations for the social responsibility of higher education institutions. The research has shown that the implementation of these principles in the activities of educational institutions contributes to improved interaction with society, the development of students as active citizens, and ensures the sustainability and effectiveness of the educational process. These results underscore the need for further development and implementation of social responsibility principles in higher education institutions to achieve sustainable societal development. Based on the obtained results, it can be concluded that the developed principles of conceptual foundations for social responsibility represent a significant step towards aligning the activities of higher education institutions with sustainable development goals and addressing social issues. To further advance this field, it is recommended to conduct empirical studies to assess the level of social responsibility in higher education institutions, analyze the impact of implementing these principles on the effectiveness and quality of the educational process, and examine the influence of social responsibility on institutional rankings and competitiveness.

Keywords: *social responsibility; higher education institutions; educational services; effectiveness of the educational process; social issues.*

Постановка проблеми. У сучасному світі соціальна відповідальність вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг є надзвичайно актуальною проблемою, оскільки суспільство постійно зростає свої вимоги до цих закладів. Більше не задовольняються лише якісна освіта та навчання, а також вимагається активна участь у вирішенні соціальних проблем та сприянні сталому розвитку. Запити суспільства стосуються не лише самого процесу навчання, але й ролі закладів вищої освіти у вирішенні соціальних викликів, формуванні активної громадянської позиції студентів та сприянні сталому розвитку суспільства. Сучасні виклики, такі як зміни в суспільстві, глобальні проблеми, екологічні кризи та нестабільність, покладають на вищі навчальні заклади нові завдання та вимоги. Загальне усвідомлення та підтримка соціальної відповідальності стають необхідними для забезпечення успіху університетів у сучасному світі. Таким чином, актуальність дослідження полягає в розумінні та аналізі ролі соціальної відповідальності вищих навчальних закладів і визначенні шляхів її ефективної реалізації для досягнення сталого розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень та невирішена частина проблеми. А.В. Carroll (1999) досліджував еволюцію та визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Він встановив, що поняття корпоративної соціальної відповідальності розвивалося з плином часу, зазначивши основні компоненти цього конструкту [1]. К. Davis (1973) проаналізував аргументи як «за», так і «проти» припущення бізнесом соціальної відповідальності, визначив різні точки зору на роль бізнесу у прийнятті соціальних відповідальностей та висунув певні аргументи щодо обох позицій [2]. R.E. Freeman (1984) розглянув стратегічний підхід до управління, зосереджений на зацікавлених сторонах (стейкхолдерах), встановив, що врахування інтересів стейкхолдерів у стратегічному управлінні сприяє досягненню стійкого конкурентного переваги [3]. М.Е. Porter та М.Р. Kramer (2006) досліджували зв'язок між конкурентною перевагою і корпоративною соціальною відповідальністю, встановили, що існує позитивний зв'язок між ефективністю соціальної відповідальності і конкурентними

перевагами підприємства [4]. В оновленій стратегії ЄС щодо корпоративної соціальної відповідальності (European Commission (2011) A renewed EU strategy 2011–2014 for Corporate Social Responsibility) надається рекомендації та вказівки для просування корпоративної соціальної відповідальності в рамках Європейського Союзу [5]. M.S. Schwartz та A.B. Carroll (2003) висвітлили трьохдоменний підхід до корпоративної соціальної відповідальності, запропонували інтегровану модель, яка враховує економічний, соціальний та екологічний виміри корпоративної відповідальності [6]. A. Crane, D. Matten та L.J. Spence (2019) надали збірник читань та кейсів з корпоративної соціальної відповідальності в глобальному контексті. Їх дослідження містить широкий спектр матеріалів, які допомагають розуміти й аналізувати різні аспекти корпоративної соціальної відповідальності [7]. E. Garriga та D. Melé (2004) проаналізували теорії корпоративної соціальної відповідальності, зробили картографування основних теорій корпоративної соціальної відповідальності та надали загальну картину положень кожної з них [8]. I. Maignan та O.C. Ferrell (2004) розглядали взаємозв'язок між корпоративною соціальною відповідальністю та маркетингом. Автори запропонували інтегративну модель, що враховує роль корпоративної соціальної відповідальності у маркетингових стратегіях підприємств [9]. D.J. Wood (1991) переглянув поняття та показники корпоративної соціальної продуктивності, підтвердив важливість корпоративної соціальної відповідальності і вказав на зв'язок між цими показниками та успіхом підприємства [10]. Але автори в своїх дослідженнях не висвітлили питання впливу соціальної відповідальності вищих навчальних закладів на їх фінансову стійкість та економічну ефективність, що залишається невирішеною проблемою.

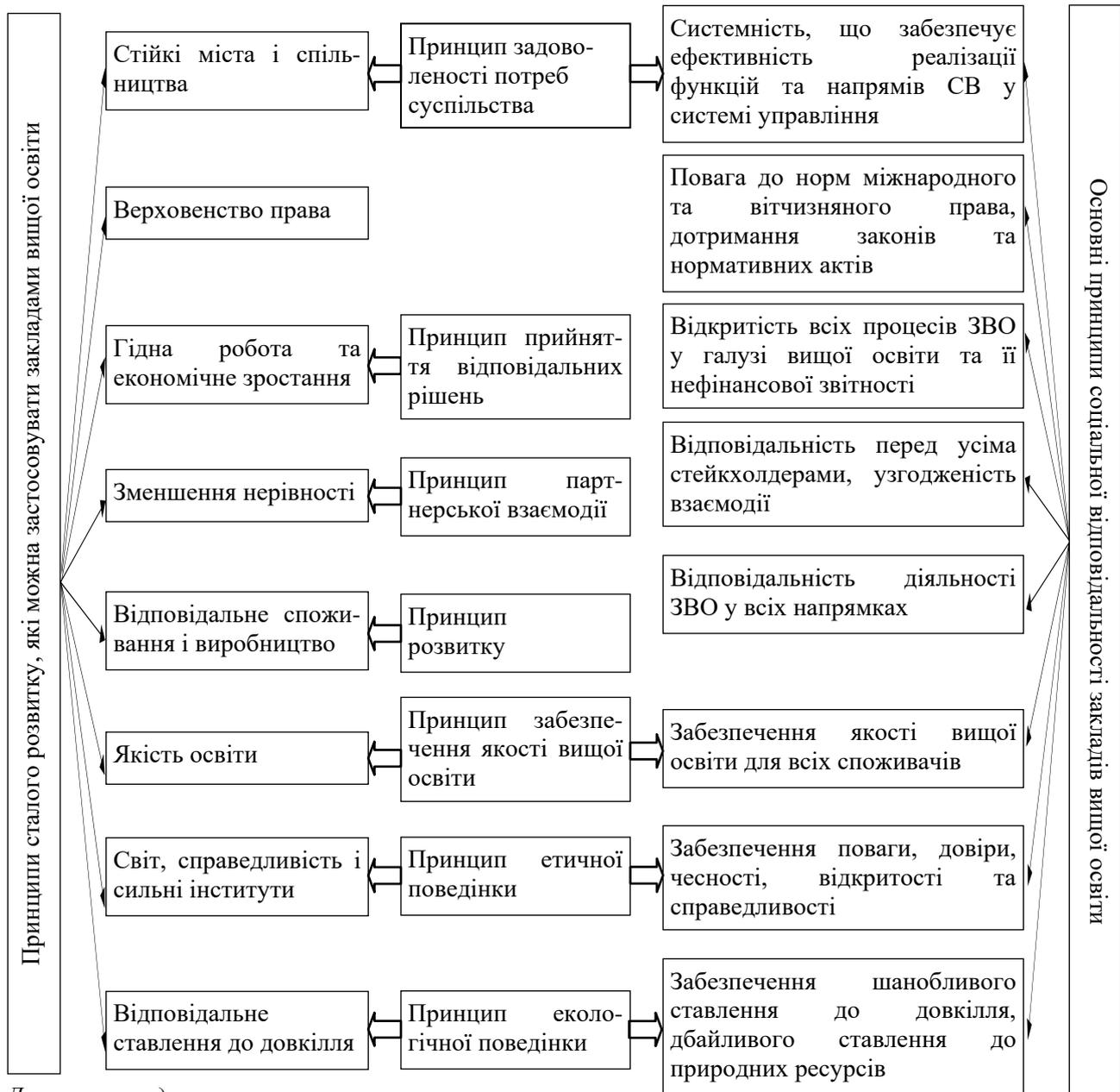
Метою даного дослідження є обґрунтування принципів соціальної відповідальності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг та вивчення їх впливу на сталість та ефективність освітнього процесу, сприяючи покращенню взаємодії зі суспільством та розвитку студентів як громадян з активною громадською позицією.

Результати дослідження. Проблематика становлення та розвитку концепції соціальної відповідальності, взаємозв'язку інтересів вищих навчальних закладів, бізнесу, суспільства та держави є предметом багатьох наукових досліджень. Однак, щодо закладів вищої освіти (ЗВО) ця проблематика залишається недостатньо дослідженою, оскільки ЗВО є складними організаційно-правовими структурами. Багато ЗВО в Україні є некомерційними організаціями, фінансовані власниками, які створені для виконання управлінських, соціально-культурних або інших функцій некомерційного характеру. Комерціалізація вищої освіти та з'явлення недержавних ЗВО стало наслідком зміни соціально-політичного устрою в Україні. Разом із цим змінилася і класична ідея університету, яка передбачає вирішення конкретних соціальних проблем держави, регіону та суспільства. Хоча деякі дослідники вважають, що концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) не застосовується до ЗВО, враховуючи їхню основну функцію, цей підхід не може бути прийнятим. Навпаки, варто враховувати, що ЗВО, будучи соціально орієнтованими організаціями, мають більш вигідне положення, незалежно від організаційно-правової форми, у порівнянні з комерційними організаціями, і виконують соціальну політику. У зв'язку з комерціалізацією вищої освіти в Україні, спричиненою зниженням виробництва, скороченням податкових надходжень та економічною кризою, держава змушена щорічно зменшувати фінансування та обсяг державного замовлення, що зводить до зменшення ролі держави як «власника» та «нормотворця». Внаслідок цього, навіть державні вищі навчальні заклади (ЗВО) змушені займатися комерційною діяльністю, збільшувати кількість студентів, які навчаються за власні кошти, та розвивати тісніші взаємодії з іншими зацікавленими сторонами («стейкхолдерами»). Деякі дослідники розглядають соціальну відповідальність у широкому контексті, як одну з соціальних функцій вищих навчальних закладів (ВНЗ), підкреслюючи

специфічну спрямованість їх діяльності на задоволення потреб суспільства в цілому та окремих громадян, включаючи територіальні та спільноти. Цей підхід ґрунтується на аналізі зарубіжних систем вищої освіти, які підкреслюють необхідність розробки «корпоративної соціальної відповідальності» вищих навчальних закладів за принципом зацікавлених сторін, відомого як «стейкхолдерський» підхід, що включає ширше тлумачення поняття «соціальна місія» вищих навчальних закладів. Очевидно, що соціально відповідальні вищі навчальні заклади сприяють розвитку регіону, зміцненню міжнародних зв'язків з партнерськими країнами, підвищенню репутації вищого навчального закладу на регіональному та міжнародному рівнях, що сприяє підвищенню капіталізації бренду, більш ефективному розвитку та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Базові складові системи соціальної відповідальності вищих навчальних закладів, згідно з автором, повинні базуватися на 17 класичних принципах сталого розвитку. У 2005 році була прийнята «Стратегія Європейської економічної комісії ООН для освіти на користь сталого розвитку», спрямована на забезпечення знань та навичок у галузі сталого розвитку, необхідних для побудови «стабільного майбутнього». У 2014 році ЮНЕСКО схвалила глобальну програму дій щодо освіти на користь сталого розвитку, яка включає п'ять пріоритетних напрямів діяльності. Освіта для сталого розвитку є критично важливою для всіх країн. У кожній країні використовуються різні концепції та підходи до організації системи освіти, враховуючи національні пріоритети, місцеві особливості та проблеми, які потребують вирішення. Відповідно, не існує універсальної моделі освіти для сталого розвитку, але для формування такої системи необхідний перехід до моделі, яка базується на широких міждисциплінарних знаннях та комплексному підході до екологічних, соціально-економічних, етичних та культурних аспектів. Використання основних принципів сталого розвитку для формування системи соціальної відповідальності вищих навчальних закладів як частини корпоративної відповідальності повинно ґрунтуватися на добровільних зобов'язаннях перед зацікавленими групами та суспільством загалом. Це включає організацію внутрішніх та зовнішніх соціальних програм, спрямованих на розвиток та підвищення репутації вищого навчального закладу, а також розширення конструктивних партнерських позицій з державою та іншими партнерами. Таким чином, соціальна відповідальність впливає на діяльність вищих навчальних закладів та враховується у їхній роботі, регулюючи поведінку в межах гібридних відносин зі стейкхолдерами. Конфігурація принципів соціальної відповідальності, процесів соціальної взаємодії, програм та результатів перетворюється в інститут, що регламентує поведінку вищих навчальних закладів та їхніх стейкхолдерів, і забезпечує їхній розвиток та співіснування у сучасних економічних умовах. Сформована політика соціальної відповідальності відображає специфіку та рівень розвитку вищих навчальних закладів і включає зобов'язання, що виконуються за рахунок власних коштів, спрямованих на організацію соціальних програм, розвиток та репутацію, а також забезпечує можливості для партнерства з державою та іншими зацікавленими сторонами. Реалізація принципів сталого розвитку для обґрунтування основних принципів соціальної відповідальності вищих навчальних закладів представлена на рис. 1.

На рисунку 1 наведено порівняльний аналіз принципів соціальної відповідальності закладів вищої освіти (ЗВО). Ліва колонка відображає принципи сталого розвитку, що є основоположними для забезпечення сталості та екологічної відповідальності. Права колонка включає принципи соціальної відповідальності, які специфічні для ЗВО та орієнтовані на вирішення соціальних проблем та взаємодію зі суспільством. Цей порівняльний аналіз демонструє, як принципи сталого розвитку та соціальної відповідальності взаємодіють та поєднуються в контексті діяльності ЗВО.



Джерело: складено автором.

Рис. 1. Порівняльний аналіз принципів соціальної відповідальності ЗВО

Висновки: В сучасному світі соціальна відповідальність вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг набуває все більшої актуальності. Суспільство вимагає від навчальних закладів не лише забезпечення якісної освіти, але й активної участі у вирішенні соціальних проблем та забезпеченні сталого розвитку.

1. Комерціалізація вищої освіти в Україні спричинена спадом виробництва, зниженням податкових надходжень та економічною кризою. Це призводить до зменшення державного фінансування та зростання необхідності в комерційній діяльності навчальних закладів.

2. Університети мають брати на себе соціальну відповідальність та активно сприяти розвитку свого регіону, зміцненню міжнародних зв'язків та підвищенню своєї репутації. Впровадження соціальної відповідальності в діяльність вищих навчальних закладів

допомагає покращити їх взаємодію зі суспільством та забезпечує сталість та ефективність освітнього процесу.

3. Базові складові системи соціальної відповідальності закладів вищої освіти повинні базуватися на принципах стійкого розвитку. Застосування принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності допомагає навчальним закладам стати більш соціально орієнтованими, покращує їх репутацію та дозволяє більш ефективно конкурувати на ринку освітніх послуг.

4. Реалізація концепції соціальної відповідальності вищих навчальних закладів повинна включати добровільні зобов'язання щодо взаємодії з зацікавленими групами та суспільством загалом. Це вимагає розробки політик, програм та механізмів, які впроваджуються в діяльність навчальних закладів і забезпечують розвиток, репутацію та партнерство зі стейкхолдерами.

Усе враховуючи, соціальна відповідальність вищих навчальних закладів є важливим аспектом сучасного освітнього середовища. Її реалізація сприяє забезпеченню сталого розвитку, покращенню якості освіти та позитивному впливу на суспільство в цілому

References

Література

- | | |
|--|--|
| 1. Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. <i>Business & society</i> , No. 38 (3), P. 268–295. | 1. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. <i>Business & society</i> . 1999. No. 38 (3). P. 268–295. |
| 2. Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. <i>Academy of Management Journal</i> , No. 16 (2), P. 312–322. | 2. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities. <i>Academy of Management Journal</i> . 1973. No. 16 (2). P. 312–322. |
| 3. Freeman, R. E. (1984). <i>Strategic management: A stakeholder approach</i> . Pitman. | 3. Freeman R. E. <i>Strategic management: A stakeholder approach</i> . Pitman, 1984. |
| 4. Porter, M. E., Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. <i>Harvard business review</i> , No. 84 (12), P. 78–92. | 4. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. <i>Harvard business review</i> . 2006. No. 84 (12). P. 78–92. |
| 5. European Commission (2011). A renewed EU strategy 2011–2014 for Corporate Social Responsibility. URL: https://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetailDoc&id=17437&no=1 . | 5. European Commission (2011). A renewed EU strategy 2011–2014 for Corporate Social Responsibility. URL: https://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetailDoc&id=17437&no=1 . |
| 6. Schwartz, M. S., Carroll, A. B. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. <i>Business Ethics Quarterly</i> , No. 13 (4), P. 503–530. | 6. Schwartz M. S., Carroll A. B. Corporate social responsibility: A three-domain approach. <i>Business Ethics Quarterly</i> . 2003. No. 13 (4). P. 503–530. |
| 7. Crane, A., Matten, D., Spence, L. J. (2019). <i>Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context</i> . Routledge. | 7. Crane A., Matten D., Spence L. J. <i>Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context</i> . Routledge, 2019. |
| 8. Garriga, E., Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. <i>Journal of business ethics</i> , No. 53 (1–2), P. 51–71. | 8. Garriga E., Melé D. Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. <i>Journal of business ethics</i> . 2004. No. 53 (1–2). P. 51–71. |

-
9. Maignan, I., Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of marketing Science*, No. 32 (1), P. 3–19.
10. Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, No. 16 (4), P. 691–718.
9. Maignan I., Ferrell O. C. Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of marketing Science*. 2004. No. 32 (1). P. 3–19.
10. Wood D. J. Corporate social performance revisited. *Academy of management review*. 1991. No. 16 (4). P. 691–718.

УДК 004:658

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.12

Володимир К. Биба

*Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського", Україна*

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ

В статті наведено визначення поняття «автоматизація прийняття маркетингових рішень» – це процес використання технологій і алгоритмів для збору та аналізу даних, що дозволяє приймати ефективні рішення щодо маркетингових програм, реклами, продажів та інших аспектів маркетингу. Метою статті є дослідження ролі автоматизації в прийнятті маркетингових рішень. Методи дослідження: огляд поняття «автоматизація прийняття маркетингових рішень», аналіз впливу автоматизації на процес прийняття рішень, визначення переваг та викликів. Впровадження автоматизованого алгоритму ціноутворення в системи управління проведенням акцій в одній з ритейл мереж. Впроваджений алгоритм на основі методів штучного інтелекту та машинного навчання забезпечив значний приріст виторгу в акцію. Забезпечене зростання в 30% від планового виторгу в перший день акції. Визначено, що впровадження систем та алгоритмів автоматизації прийняття маркетингових рішень, в тому числі на основі методів штучного інтелекту сприяють: підвищенню ефективності; покращенню аналітики ринкової ситуації; сприяють персоналізації бізнесу по відношенню до споживачів; економії часу. Виявлено проблеми: недостатня адаптація до змін; недостатня якість і точність даних; вплив на взаємодію зі споживачами; безпека даних; великі фінансові витрати. Для успішного впровадження автоматизації в маркетингові рішення важливо розробити чіткий план впровадження, забезпечити інтеграцію з існуючими системами, здійснювати постійний моніторинг і оцінку, забезпечити адекватну підтримку і навчання персоналу, бути гнучким і готовим до змін. Перспективи впровадження автоматизованих систем на основі методів штучного інтелекту та машинного навчання для прийняття автоматизованих маркетингових рішень потребують подальшого дослідження.

Ключові слова: автоматизація; маркетинг; прийняття маркетингових рішень; системи підтримки прийняття управлінських рішень; інформатизація маркетингової діяльності; штучний інтелект.

Volodymyr K. Byba

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Ukraine

AUTOMATION OF MARKETING DECISIONS

This article provides a definition of the concept of "automation of marketing decision-making," which involves the use of technology and algorithms for data collection and analysis to make effective decisions in marketing programs, advertising, sales, and other aspects of marketing. The aim of the article is to investigate the role of automation in marketing decision-making. The research methodology includes a review of the concept of "automation of marketing decision-making," an analysis of the impact of automation on the decision-making process, and the identification of advantages and challenges. An automated pricing algorithm was integrated into existing promotions management system of one of the biggest retail network of Ukraine. The implemented algorithm, based on artificial intelligence and machine learning methods, resulted in a significant increase in sales during the promotion, achieving a 30% growth in revenue compared to the planned target on the first day of the campaign. It has been determined that the implementation of systems and algorithms for automating marketing decision-making, including those based on artificial intelligence methods, contributes to the following: increased efficiency,

improved market situation analysis, personalization of business towards consumers, and time savings. However, challenges such as adaptability to changes, data quality and accuracy, impact on consumer interaction, data security, and substantial financial investments have been identified. To successfully implement automation in marketing decisions, it is crucial to develop a clear implementation plan, ensure integration with existing systems, conduct continuous monitoring and evaluation, provide adequate support and training for staff, and remain flexible and adaptable. Prospects for the implementation of automated systems based on artificial intelligence and machine learning for decision-making in marketing require further research and exploration.

Keywords: automation; marketing; marketing decision making; management decision support systems; marketing activity informatization; artificial intelligence.

Постановка проблеми. Сучасне бізнес-середовище характеризується перманентно зростаючою конкуренцією, швидкими змінами у попиту та постійною необхідністю прийняття ефективних маркетингових рішень. У цьому контексті автоматизація прийняття маркетингових рішень є потужним інструментом, здатним забезпечити ефективність та конкурентоспроможність організацій.

Виходячи з цього, представлена тема є актуальною, оскільки маркетологи регулярно стикаються зі збільшенням обсягів даних, складністю взаємодії з клієнтами та потребою у швидких та обґрунтованих рішеннях. У свою чергу це потребує ґрунтовного аналізу впливу автоматизації на маркетингову діяльність – причому не лише в результаті загальної інформатизації суспільства, але й того, яким чином «автоматизація може допомогти підприємствам залишатися конкурентоспроможними» [1, с. 100].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження в галузі автоматизації маркетингу та її впливу на процес прийняття маркетингових рішень перебувають у фокусі уваги вітчизняних та зарубіжних дослідників. Ця обумовлено необхідністю розуміння ролі автоматизації та її можливостей у поліпшенні маркетингових програм, а також визначення викликів та обмежень, пов'язаних з її впровадженням. Так, питанням використання інформаційних систем для підтримки прийняття управлінських рішень присвячені праці П. Григорука [2, 3].

Проблематика автоматизації процесу прийняття маркетингових рішень ґрунтовно відображена у працях Ю. Бондаренко та А. Доренської [4], О. Лошенко [5], Я. Сало [1], А. Körner [6], Д. Райко та Л. Лебедевої [7] та інших.

Дослідженню застосування штучного інтелекту присвячені роботи В. Євченко та Л. Тереняк [8], В. Полас, В. Раджу [9], Л. Донна, С. Хоффман, П. Моро, С. Стремерш, М. Ведель [10] та ін.

Разом з тим, незважаючи на наявність ґрунтовних наукових робіт за даною тематикою, окремі аспекти автоматизації маркетингової діяльності все ще потребують додаткового дослідження.

Невирішені частини загальної дослідження, котрим присвячується стаття. Наукове дослідження автоматизація прийняття маркетингових рішень дозволить з'ясувати, які технології та методи можуть сприяти покращенню процесу їх прийняття. Виявлення переваг та викликів, пов'язаних з автоматизацією прийняття маркетингових рішень, допоможе визначити, які можливості відкриває автоматизація, а також які можливі обмеження та ризики виникають при її застосуванні.

Аналіз впливу автоматизації на процес прийняття маркетингових рішень та його результативність дозволить проаналізувати вплив автоматизації на ефективність маркетингових програм, збільшення обсягів продажів, залучення та утримання клієнтів, а також покращення загальних показників діяльності організації.

Зв'язок цих важливих наукових та практичних завдань з проблемою автоматизації прийняття маркетингових рішень полягає в тому, що розуміння та розв'язання цих завдань допоможуть визначити оптимальні підходи до впровадження автоматизації в маркетингових програм, підвищити ефективність маркетингових рішень, забезпечити кращі результати та конкурентні переваги для організацій у сучасному бізнес-середовищі.

Метою статті є дослідження ролі автоматизації в прийнятті маркетингових рішень. Наукові та практичні завдання статті включають огляд поняття «автоматизація прийняття маркетингових рішень», аналіз впливу автоматизації на процес прийняття рішень, визначення переваг та викликів, а також розробку рекомендацій щодо ефективного впровадження автоматизації маркетингових програм.

Викладення основного матеріалу дослідження. Термін «автоматизація маркетингу» був вперше введений Джоном Д. К. Літлом у його презентації на 5-му симпозіумі з питань вибору в Каліфорнійському університеті в Берклі у 2001 році і стосується автоматизованої підтримки прийняття маркетингових рішень в Інтернеті.

Д. Літл сформулював її ключову суть у фразі «Що ми наказуємо роздрібному торговцю X робити, коли клієнт Y приходить у понеділок вранці?». Він запропонував проаналізувати цифрові сліди клієнта Y і використати відповідні моделі, щоб отримати значущі управлінські наслідки для всієї воронки покупки. Така автоматизована підтримка маркетингових рішень обіцяла підвищену продуктивність, забезпечувала краще прийняття рішень, вищу віддачу від маркетингових інвестицій, а також сприяла підвищенню задоволеності та лояльності споживачів завдяки налаштуванню маркетингової діяльності [9].

На сьогодні дослідники зазначають що автоматизація будь-яких маркетингових функцій на підприємстві обов'язково повинна передбачати наявність певної сукупності відповідних програмних модулів та інформаційних наборів даних. Водночас вона залежить «від організації маркетингової роботи на підприємстві, вибору структури управління маркетингом, розподілу завдань і обов'язків персоналу, способом передавання підрозділам підприємства маркетингової інформації аналітичного і рекомендаційного характеру, на якій базується прийняття рішень з питань асортиментної, технологічної, науково-технічної і фінансової політики підприємства» [4, с. 168].

Важливо зазначити, що йдеться не стільки про використання технологій у маркетингу, скільки про змінене мислення, яке підтримується технологіями. Тобто, автоматизація маркетингу об'єднує вміст, дані та технології для створення нового підходу до маркетингу [6].

Крім того, автоматизація процесу прийняття рішень стосується розробки експертних систем, які прийнято називати системами підтримки прийняття рішень (СППР), які представляють собою інтерактивні комп'ютерні системи, які призначені «для підтримки різних видів діяльності при прийнятті рішень із слабо структурованих або неструктурованих проблем» [11, с. 260].

У свою чергу автоматизація маркетингу (marketing automation) – це процес, який «дозволяє шляхом використання програм оптимізувати маркетингові задачі та рутинні робочі процеси. Це необхідно для кращої генерації лідів та швидкого закриття угод» [12].

Отже, на основі вищенаведених підходів можемо дати визначення автоматизації прийняття маркетингових рішень як процесу використання технологій і алгоритмів для збору та аналізу даних, що дозволяє приймати ефективні рішення щодо маркетингових програм, реклами, продажів та інших аспектів маркетингу.

Водночас основою прийняття маркетингових рішень є маркетингова інформація, яка отримується через маркетингові дослідження. У свою чергу останні включають збір, аналіз і

інтерпретацію даних про ринок, споживачів, конкурентів та інших факторів, що впливають на маркетингові дії.

Слід враховувати, що автоматизація маркетингових процесів є дуже привабливим рішенням, оскільки у поточному бізнес-ландшафті кількість маркетингових рішень, що включають складні змінні та великі обсяги даних, занадто велика для маркетологів. Завдяки службам, які відстежують, оцінюють і впроваджують цифрові маркетингові та комунікаційні послуги, ефективність останніх тепер майже не викликає сумнівів, і маркетологи можуть побачити кілька реалізованих переваг з точки зору ефективності. Щоб отримати ці переваги, «маркетологи прагнуть удосконалити внутрішні процеси, щоб отримати кращий контроль, видимість і загальну ефективність маркетингових операцій» [13]. Таким чином, вони поєднують маркетинг і науку про дані, щоб допомогти користувачам визначити свою цільову аудиторію, оптимізувати конверсію та отримати більше доходу. Таким чином, компанії можуть краще керувати витратами, скоротити періоди маркетингового циклу та покращити орієнтири для підтримки нової хвилі гіперперсоналізованого маркетингу.

Зазначимо, що маркетингові дослідження можуть бути як кількісними, так і якісними. Кількісні дослідження зазвичай включають опитування, анкетування та аналіз статистичних даних для отримання кількісних показників, таких як обсяги продажів, розмір ринку, попит, витрати тощо. Якісні дослідження використовуються для отримання глибшого розуміння споживачів, їхніх уподобань, потреб та поведінки через фокус-групи, інтерв'ю, спостереження тощо. Дослідники зазначають що «відповідно до концепції 4P, маркетингові дослідження проводяться за наступними основними напрямками: дослідження ринку; дослідження товару; дослідження ціни; дослідження просування товару» [2, с. 173].

Водночас існує чіткий зв'язок між розвитком підприємницьких можливостей і маркетинговими дослідженнями [9]. Так, маркетингове дослідження дозволяє зібрати об'єктивні дані про ринок і цільову аудиторію, оцінити потреби і попит на продукти або послуги, вивчити конкурентну ситуацію та здійснити SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози). Всі ці дані служать основою для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, включаючи розробку продуктів, ціноутворення, розподіл та промоцію.

Науковець П. Григоруk наголошує, що «враховуючи значні обсяги інформації, які необхідно переробити при виробленні маркетингового рішення, а також складність алгоритмів управління, реалізація інформаційної технології здійснюється в рамках автоматизованої інформаційної системи управління маркетингом. Програмні продукти, на базі яких створюють автоматизовані інформаційні системи, являють собою інструментарій інформаційної технології» [3, с. 27].

Останні дослідження в галузі маркетингових досліджень орієнтовані на використання передових технологій, таких як штучний інтелект, аналітика великих даних та автоматизація, для покращення якості даних, швидкості проведення досліджень і отримання більш точних та релевантних результатів.

Тож ми погоджуємось із думкою вітчизняної дослідниці Я. Сало, згідно якої «використання інструментів автоматизації в маркетинговій діяльності дозволяє значною мірою знизити транзакційні витрати, пов'язані з пошуком, обміном та зберіганням інформації, оптимізувати процеси, пов'язані зі створенням товарів та послуг, а також дозволяє забезпечити постійний зворотний зв'язок та розробку індивідуальних пропозицій, збільшити інтерес споживачів до маркетингових програм та скоротити кількість контактів зі споживачами, що радикально покращує маркетингові результати, підвищує прибутковість» [1].

Загалом стратегічні дії підприємців відображають їхні переконання та поведінку, що веде до впровадження технологічних маркетингових рішень під час пандемії COVID-19 та повномасштабного військового вторгнення. Зокрема, постійно зростає кількість компаній, які усвідомлюють довгоочікувані переваги штучного інтелекту та машинного навчання. Роль штучного інтелекту в бізнес-аналітиці зростає щодня, особливо це стало помітно під час пандемії COVID-19. Організації активно почали використовувати комп'ютерні алгоритми для визначення закономірностей і очікувань у величезних сховищах даних і приймати швидші маркетингові рішення [9, с. 104].

В цілому штучний інтелект стане наступною важливою розробкою в бізнесі, щоб покращити бізнес-практику з метою підвищення конкурентоспроможності внаслідок COVID-19. Застосування штучного інтелекту повинно дозволити організаціям ідентифікувати, розглядати та розуміти своїх цільових покупців і знати, які продукти їм можуть знадобитися в певний момент часу. Використовуючи великі дані та технології, маркетологи тепер зможуть оцінювати активність покупців і контролювати кампанії на основі даних у будь-якій катастрофічній ситуації, одержуючи вражаючі результати, які покращать їхні маркетингові рішення [9, с. 104].

На сьогодні технологічні взаємодії, методи, інновації та рамки, а також знання про ринок і маркетинг, які вони генерують, дозволяють маркетологам приймати рішення в режимі реального часу або автоматично. Допомагає їм у цьому маркетингова інформаційна система (МІС) та інформаційна система маркетингу (ІСМ) – сукупність дій щодо збору, обробки, аналізу, оцінки та поширення актуальних, точних і своєчасних даних для інформаційного забезпечення маркетингових рішень, а також необхідні для цього процесу людські та матеріальні ресурси [7, с. 151]. Вітчизняна дослідниця О.Черненко дає наступне визначення поняття «маркетингова інформаційна система», як «постійно діючої адаптивної системи взаємозв'язку персоналу, технічного та програмного забезпечення та методичних прийомів, призначеної для збору, опрацювання, генерування, та поширення релевантної, актуальної, своєчасної та достовірної інформації для здійснення маркетингового управління підприємством та реалізації комплексного маркетингового впливу на внутрішнє та зовнішнє інформаційно-комунікативне середовище, що забезпечує досягнення стратегічних цілей та розв'язання оперативних завдань підприємства» [14, с. 55].

Дослідники зазначають, що оптимізація роботи корпоративної інформаційної системи (ІС) та МІС за рахунок автоматизації розв'язує проблему обробки великих масивів даних за короткий проміжок часу, що забезпечує безперервний зв'язок із партнерами та споживачами та дає можливість оперативно реагувати на ринкові зміни, а це в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. Впровадження автоматизованої інформаційної системи на підприємстві забезпечує обґрунтованість прийнятих рішень за рахунок оперативного збору, передачі та обробки інформації; своєчасність прийнятих рішень за рахунок вчасного подання необхідної інформації керівникам усіх рівнів управління з єдиної інформаційної бази; погодження рішень, що приймаються на різних рівнях управління і в різних структурних підрозділах» [7, с. 151].

Водночас штучний інтелект починає відігравати важливу роль в автоматичному створенні індивідуальних пропозицій на основі пошукової поведінки та історії навігації окремих споживачів. Подібним чином штучний інтелект починає враховувати рішення компаній щодо розробки нових продуктів (наприклад, рішення про запуск/незапуск). Поточні дебати щодо автоматизації та розширення в штучному інтелекті свідчать про те, що є величезні можливості для дослідження типів команд, які співпрацюють між людиною та штучним інтелектом, які будуть найбільш ефективними в різних маркетингових контекстах.

Технологічні взаємодії також пропонують маркетологам можливість спостерігати за тим, як споживачі по-новому взаємодіють із продуктами, брендами, магазинами, фірмами та іншими споживачами. Ці спостереження дозволяють глибше зрозуміти стосунки та переваги споживачів і дають компаніям можливість створювати нові джерела цінності як для споживача, так і для компанії. Зокрема, персоналізація та системи рекомендацій залишатимуться ключовою сферою майбутніх досліджень. Оскільки тенденція до автоматизованого прийняття маркетингових рішень прискорюється, здається особливо важливим встановити межі все більш популярних методів машинного навчання та штучного інтелекту. Наприклад, наскільки програми машинного навчання в маркетингу чутливі до невеликих збурень (змагальних атак) вхідних даних? Наскільки добре ці системи справляються з даними/проблемами, які виходять за рамки навчання? Як можна інтерпретувати підходи машинного навчання, застосовані до маркетингових проблем? Яка роль машинного навчання у створенні причинно-наслідкових висновків на основі квазі- та неекспериментальних даних? [10, с. 4].

Основою автоматизації маркетингу є автоматичне «налаштування» або «персоналізація» діяльності комплексу маркетингу, що розвивалися у відповідності до бізнес моделі підприємства. В цілому, двома основними типами ринків в e-commerce і торгівлі загалом є B2B та B2C. Незважаючи на схожість аббревіатур, вони суттєво відрізняються. B2B та B2C-магазини мають абсолютно різні аудиторії, які сильно впливають на ведення бізнесу [15]. Так, оптова торгівля як діяльність суб'єктів на ринку B2B потребує значно менших функціональних можливостей та додаткових модулів у порівнянні із ринком B2C. Більшість операцій та форм контролю за допомогою наявного програмного забезпечення є спільними для обох типів ринків, проте на ринку B2C, де якість послуг залежить від швидкості обслуговування покупців та організації розрахункових операцій, використання спеціалізованих касових програм у поєднанні із підключенням додаткових модулів є безальтернативним варіантом [16, с. 214]. Тоді як більшість маркетологів B2B керують своїми клієнтами через продавців (за допомогою автоматизованих процесів в CRM-системах (Customer Relationship Management, автоматизована технологія управління взаємовідносинами з клієнтами), які звертаються до своїх клієнтів особисто та підтримують їхні інтереси за допомогою індивідуальних пропозицій, маркетологи, що працюють із споживачами (B2C), обмежені у застосуванні цієї дорогої персоналізованої комунікації. Застосування автоматизації маркетингу передає ключові якості моделі B2B до сфери B2C, звертаючись до клієнтів за допомогою персоналізованого контенту та індивідуальних пропозицій (наприклад, індивідуальні купони та знижки). У результаті передбачається, що клієнти виявлятимуть підвищену залученість і приділятимуть більше уваги комунікації бренду через підвищену релевантність наданої інформації. Отже, компанії, які використовують автоматизацію маркетингу, можуть підвищити свій коефіцієнт конверсії, перехресні та додаткові продажі та рівень утримання. Тому автоматизація маркетингу доповнює такі сфери, як інтерактивний або прямий маркетинг, додаючи автоматизовані процеси. Це ще більше перевершує CRM-системи (адже оптимізує усі процеси, пов'язані зі взаємодією компанії з клієнтами шляхом зберігання, структурування та керування їхніми даними) або маркетинг електронною поштою, оскільки автоматизація маркетингу має намір використовувати численні джерела даних навіть для невідомих користувачів для розробки зв'язку в режимі реального часу для всіх типів точок дотику (наприклад, веб-сайт, смартфон, електронна пошта тощо) [17, с. 130].

У свою чергу системи підтримки прийняття рішень (СППР) використовують обладнання, програмне забезпечення, дані, базу моделей і роботу менеджера з метою підтримки всіх стадій прийняття рішень у процесі аналітичного моделювання. Програмні

засоби включають комплекс різних алгоритмів підтримки рішень, базу моделей, базу даних, допоміжні та керівну програми, яка забезпечує процес прийняття рішень з урахуванням специфіки проблеми. Орієнтовані на операційне управління СППР застосовуються для виконання науково-дослідних робіт, в управлінні кадрами, виробництвом тощо [18].

Ефективне застосування СППР Marketing Expert передбачає дотримання головних правил системотехніки, а саме: «кібернетичний підхід (визначення цілі маркетингової діяльності, моделювання структури та динаміки розвитку ринкових процесів, установлення прямих і зворотних зв'язків, декомпозиція систем і модулів); відкритість, можливість доповнення та вдосконалення всього комплексу та окремих компонент; внутрішня несуперечливість на рівні даних та управлінських процедур; мінімізація паперового документообігу; максимізація ефективності функціонування всієї системи; стандартизація і раціоналізація операцій та засобів технологічного процесу [19, с. 168].

Вітчизняна дослідниця І. Подойнікова зазначає, що «СППР Marketing Expert призначається для допомоги менеджерам з маркетингу в розробці стратегічного і тактичного планів маркетингу. Програма дає можливість швидко обробляти дані стосовно зовнішнього сегменту ринку» [19, с.168].

У свою чергу вітчизняні науковці В. Євченко та Л. Тереняк [8, с.121] звертають увагу на те, що «компетенції та навички сучасних фахівців з маркетингу повинні вдосконалюватися і фахівці повинні вміти працювати у парі зі штучним інтелектом» [5]. Адже, «вивчення можливостей залучення технології штучного інтелекту є пріоритетним вектором розвитку економіки в цілому і маркетингу конкретно» [8, с. 122].

Менеджери витрачають час на виконання оперативних завдань, включаючи прийняття оперативних і стратегічних рішень, координацію з колегами-керівниками, піклування про проекти, виконання адміністративних завдань і нагляд за підлеглими. Програмне забезпечення з підтримкою штучного інтелекту надає менеджерам новий спосіб приймати рішення. Таким чином, процес прийняття рішень менеджерами є відправною точкою в розумінні потенційної співпраці з програмним забезпеченням із підтримкою штучного інтелекту в процесі прийняття управлінських рішень [20, с. 712].

Що стосується безпосередньо процесу прийняття маркетингового рішення, ми будемо розглядати його в широкому сенсі, що включає стадії підготовки рішення, власне його прийняття і реалізацію. Вітчизняний дослідник П. Григорук, зважаючи «на технології отримання, опрацювання та використання даних і формування інформаційного забезпечення», виділяє сім етапів цього процесу:

- 1) етап формування маркетингового рішення;
- 2) формулювання проблеми;
- 3) виявлення чинників, що характеризують зовнішнє та внутрішнє середовище;
- 4) збір необхідних даних;
- 5) опрацювання даних і одержання з них корисної інформації;
- 6) підготовка та ухвалення рішення;
- 7) розробка і впровадження плану [3, с. 28].

Водночас зазначимо, що автоматизація суттєво впливає на процес прийняття маркетингових рішень. Для прикладу розглянемо автоматизовану систему ціноутворення, яка дозволить менеджеру підвищити маржу. Інструмент повинен надавати можливість формувати власну комерційну політику з точки зору загальних КРІ і ринкових умов.

Передумови. Процес ціноутворення в роздрібному бізнесі пов'язаний з різними труднощами, такими як конкурентне середовище, диференціація цін, цінова чутливість та еластичність, а також динамічні ринкові умови.

Аналіз, проведений в українських роздрібних мережах (Fozzy, Сільпо, Фора) показує, що менеджер комерційної категорії стикається з трьома основними KPI:

- 1) маржа;
- 2) прибуток від продажів;
- 3) списання.

Щоб досягти вказаних KPI, менеджер використовує наступні цінові прийоми:

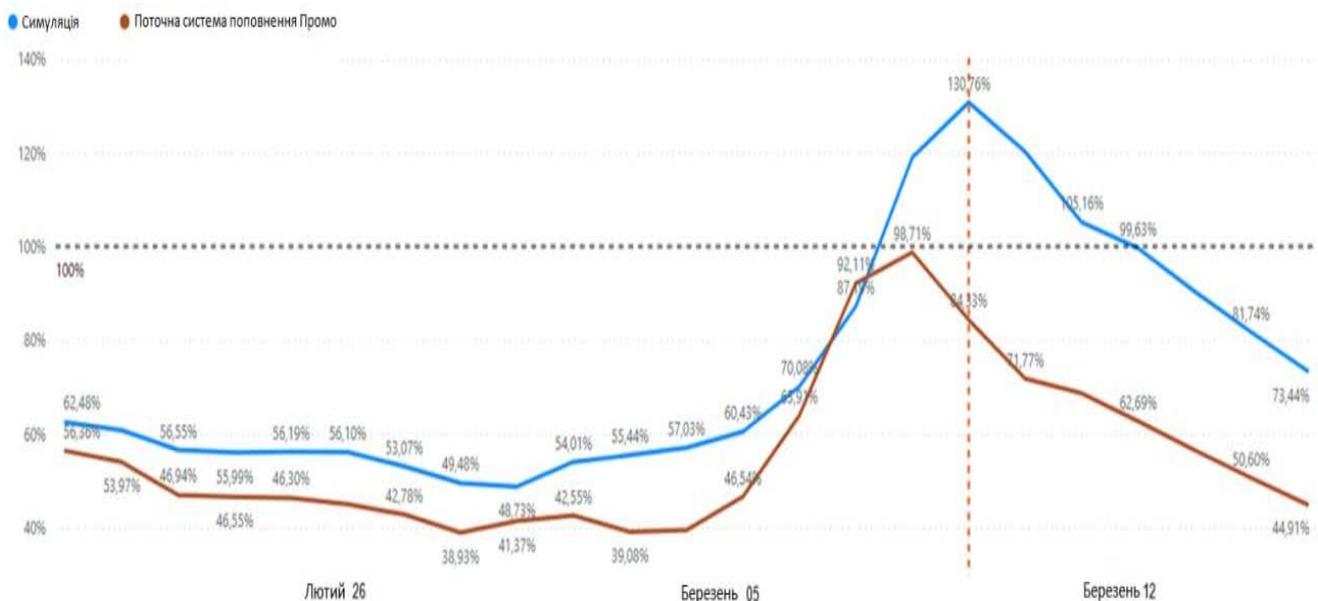
- застосовує стандартний для категорії відсоток маржі;
- застосовує знижки, щоб уникнути списання або для зменшення запасів;
- зменшує витрати, погоджуючи кращі цінові умови з постачальниками.

Для цього на основі існуючої системи ML-прогнозування алгоритм, який враховуватиме цінову еластичність, застосоване комерційне рішення та відкриті ціни конкурентів і створюватиме рекомендовану ціну, яка дозволить досягти зазначених цілей.

Вимогами для створення подібної системи будуть:

- наявність системи планування з моделями прогнозування, які використовують ціну як параметр;
- створення джерела із затвердженими цілями та ринковими межами;
- API-сервіс з інформацією про ціни.

Для перевірки гіпотези, новий алгоритм ціноутворення був застосований для визначення цін реалізації в найбільш прибутковій рекламній активності (щотижнева акція). На рис. 1 зображено порівняння запланованого виторгу на товар (тижнева активність, 09.03.2023 р. – 15.03.2023 р.), міра – «Поточна система поповнення Промо» та фактично отриманого виторгу з застосування нового алгоритму ціноутворення, міра – «Симуляція». За базу порівняння взято план виторгу першого дня проведення промо.



Джерело: розраховано автором за допомогою сервісу PowerBI.

Рис. 1. Плановий та фактичний виторг після впровадження нового алгоритму ціноутворення

Отже, результати впровадження демонструють значний вплив автоматизованого рішення на різні показники, що відображають успішність маркетингових зусиль.

1. Обсяги продажів. Проміжні результати експерименту представлені на рис.1 дозволяють зробити висновок, що впровадження автоматизованих систем прийняття маркетингових рішень сприяє збільшенню обсягів продажів. Швидший та більш точний аналіз даних дозволяє виявити нові можливості для просування продуктів та підвищення їх конкурентоспроможності.

2. Прибуток. Впровадження автоматизованих систем допомагає збільшити прибуток компанії. Оптимізація маркетингових кампаній, персоналізація пропозицій для клієнтів та більш ефективна взаємодія зі споживачами сприяють підвищенню конверсії та доходу.

3. Залучення та утримання клієнтів. Автоматизація прийняття маркетингових рішень дозволяє покращити взаємодію з клієнтами та впливає на «формування попиту на продукцію на ринку та стимулювання збуту для збільшення обсягів продажів та покращення фінансових результатів діяльності підприємства» [21, с. 7]. Персоналізовані підходи, автоматичні системи рекомендацій та програми лояльності сприяють покращенню відносин зі споживачами.

Таким чином, автоматизація прийняття маркетингових рішень має значний позитивний вплив на ефективність маркетингових програм. Вона допомагає організаціям досягати кращих результатів у сфері продажів та отримання прибутку.

Разом з тим, не слід забувати, що дослідження автоматизації прийняття маркетингових рішень включає в себе аналіз переваг та викликів, пов'язаних з використанням автоматизованих систем і інструментів.

Переваги автоматизації прийняття маркетингових рішень полягають у наступному:

1. Збільшена ефективність. Відсутність сучасної автоматичної системи відстеження поточних маркетингових показників, уповільнює реагування на відхилення фактичного результату від плану, що може призвести до великих грошових втрат [22, с. 10].

2. Покращена аналітика. Автоматизовані системи надають доступ до потужних аналітичних інструментів, таких як машинне навчання та штучний інтелект, що дозволяє проводити більш глибокий та комплексний аналіз даних і розробляти більш точні прогнози.

3. Персоналізація. Автоматизація дозволяє створювати персоналізовані маркетингові програми, забезпечуючи більш ефективну комунікацію зі споживачами та підвищуючи рівень задоволеності клієнтів.

4. Часова економія. Автоматизація дозволяє автоматично виконувати рутинні завдання, що звільняє маркетологів від повсякденних операційних обов'язків і дає можливість більше часу для інновацій.

5. Своєчасний розподіл інформації. Розподіл інформації, що отримується для прийняття управлінських рішень, «має бути організований з урахуванням потреб кожного рівня управління. Інформація повинна мати необхідний рівень агрегації та бути зручною у використанні незалежно від пристрою, за допомогою якого вона зчитується» [14, с. 55].

Водночас автоматизація прийняття маркетингових рішень також стикається з певними викликами, ключовими з яких є наступні:

1. Недостатня адаптація до змін. Інноваційні технології швидко змінюються, і організаціями може бути важко встигнути за цими змінами та швидко адаптувати свої системи автоматизації. Необхідно забезпечити гнучкість та масштабованість автоматизованих рішень, щоб вони могли ефективно працювати в змінних умовах.

2. Недостатня якість та точність даних. Автоматизовані системи прийняття маркетингових рішень ґрунтуються на якості та достовірності вхідних даних. Недостовірні або неправильно зібрані дані можуть призвести до неточних результатів та невірних дій.

3. Вплив на взаємодію зі споживачами. Іноді автоматизовані системи можуть створювати відчуття віддаленості та недостатньої персоналізації для споживачів. Важливо забезпечити баланс між автоматизацією та людським фактором у взаємодії з клієнтами.

4. Безпека даних. Збільшення використання автоматизованих систем прийняття рішень також підвищує ризик безпеки даних. Необхідно забезпечити захист і конфіденційність маркетингових даних, щоб уникнути можливих порушень та витоків інформації.

5. Великі фінансові затрати [1, с. 103].

Аналіз переваг та викликів допоможе організаціям зрозуміти потенціал автоматизації, а також розробити маркетингові програми впровадження, які б враховували ці виклики та забезпечували успішну і ефективну реалізацію автоматизованих маркетингових рішень. Це пов'язано з тим, що «автоматизації розв'язує проблему обробки великих масивів даних за короткий проміжок часу, що забезпечує безперервний зв'язок з партнерами та споживачами та дає можливість оперативно реагувати на ринкові зміни, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках» [7, с. 151].

Тож для ефективного впровадження автоматизації в маркетингові рішення, на нашу думку, важливо дотримуватися кількох правил. Передусім, мова йде про необхідність розробки докладного плану впровадження, який включатиме конкретні кроки (етапи), терміни виконання, відповідальних осіб та ресурси. Впровадження змін повинно бути поступовим, починаючи з основних функцій та поступового їх розширення. Далі важливо забезпечити інтеграцію з вже існуючими системами, враховуючи, що «CRM в основному користується як інструмент продажів, тоді як автоматизація маркетингу – інструмент залучення потенційних клієнтів та розвитку. Для ефективної роботи їх варто використовувати у тандемі» [12]. Наступним кроком є здійснення перманентного моніторингу та оцінка, що дозволить відстежувати результати впровадження автоматизації та оцінити їх ефективність (зробити це можна, зокрема, за допомогою ключових показників продуктивності (KPI) для вимірювання покращень і успіху). Також необхідно регулярно спілкуватися з користувачами та залучати їх зворотній зв'язок для удосконалення системи. Важливо також підтримувати та навчати персонал, адже максимальна віддача від програмного забезпечення залежить від його компетентності. Нарешті, слід бути гнучкими та готовими до змін, оскільки маркетингові потреби та технології постійно змінюються та вдосконалюються.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що автоматизація в прийнятті маркетингових рішень може значно полегшити процес планування та управління маркетинговими програмами, забезпечуючи доступ до більшого обсягу даних та в цілому покращує аналітичні можливості.

Системи автоматизації, такі як СПІР Marketing Expert, дозволяють здійснювати аналіз та обґрунтування варіантів рішень на основі широкого спектру інформації про ринкове середовище, конкурентну ситуацію, економічні та ресурсні фактори. Крім того, впровадження автоматизації в прийнятті маркетингових рішень може покращити ефективність маркетингових програм, збільшити обсяги продажів, прибуток, залучення та утримання клієнтів.

Для успішного впровадження автоматизації в маркетингові рішення важливо розробити чіткий план впровадження, забезпечити інтеграцію з існуючими системами, здійснювати постійний моніторинг та оцінку, надавати достатню підтримку та навчання персоналу та бути гнучкими та готовими до змін.

Що стосується перспектив подальших розробок у даному напрямі, на нашу думку вартим уваги є аналіз особливостей впровадження штучного інтелекту та машинного навчання в системи автоматизації.

References

Література

1. Salo, Ya. V. (2023). Avtomatyzatsiia marketynhovoї diialnosti yak naslidok informatyzatsii suspilstva [Automation of marketing activity as a consequence of the informatization of society]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia = Scientific view: economics and management*, No. 1 (81), P. 100–104. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/5398/1/15.pdf> [in Ukrainian].
1. Сало Я. В. Автоматизація маркетингової діяльності як наслідок інформатизації суспільства. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 1 (81). С. 100–104. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/5398/1/15.pdf>.
2. Hryhoruk, P. M. (2011). Informatsiina tekhnolohiia yak instrument pidtrymky pryiniattia marketynhovoho rishennia [Information technology as a tool to support marketing decision-making]. *Pratsi Odeskoho politekhnichnoho universytetu = Proceedings of the Odessa Polytechnic University*, No. 3, P. 170–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Popu_2011_3_29 [in Ukrainian].
2. Григорук П. М. Інформаційна технологія як інструмент підтримки прийняття маркетингового рішення. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2011. № 3. С. 170–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Popu_2011_3_29.
3. Hryhoruk, P. M. (2011). Rol ta skladovi informatsiinoї tekhnolohii v protsesi pryiniattia marketynhovoykh rishen [The role and components of information technology in the process of making marketing decisions]. *Visnyk Donetskoho universytetu, Serii V: Ekonomika i pravo = Bulletin of Donetsk University, Series B: Economics and Law, Special issue*, Vol. 1, P. 26–30 [in Ukrainian].
3. Григорук П. М. Роль та складові інформаційної технології в процесі прийняття маркетингових рішень. *Вісник Донецького університету, Серія В: Економіка і право*. 2011. Спецвип., Т. 1. С. 26–30.
4. Bondarenko, Yu. M., Dorenska, A. O. (2012). Avtomatyzovani marketynhovi systemy pidtrymky pryiniattia rishen [Automated marketing decision support systems]. *Suchasni informatsiini tekhnolohii ta prohramne zabezpechennia komp'uternykh system: Vseukrainskyi studentskyi naukovo-praktychnyi seminar = Modern information technologies and software of computer systems: All-Ukrainian student scientific and practical seminar*, Kirovohrad, P. 168–171. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84825773.pdf> [in Ukrainian].
4. Бондаренко Ю. М., Доренська А. О. Автоматизовані маркетингові системи підтримки прийняття рішень. *Сучасні інформаційні технології та програмне забезпечення комп'ютерних систем: Всеукраїнський студентський науково-практичний семінар* (м. Кіровоград, 21-23 березня 2012 року). Кіровоград, 2012. С. 168–171. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84825773.pdf>.
5. Losheniuk, O. (2022). Avtomatyzatsiia upravlinnia biznes-protsesamy pidpriemstva yak osnova hnuchkosti yoho diialnosti: kharakterystyka system upravlinnia [Automation of business process management of an enterprise as a basis for the flexibility of its activity: characteristics of management systems]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, Vol. 45. DOI: 10.32782/2524-
5. Лошенко О. Автоматизація управління бізнес-процесами підприємства як основа гнучкості його діяльності: характеристика систем управління. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 45. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-45-4610.

0072/2022-45-4610 [in Ukrainian].

6. Körner, A. (2023). Roadmap to Marketing Automation. In: Hannig, U., Seebacher, U. (eds). *Marketing and Sales Automation. Management for Professionals*. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-20040-3_3.

7. Raiko, D. V., Lebedieva, L. E. (2014). Kontseptualna model avtomatyzovanoi informatsiinoi systemy marketynhu na pidpriemstvi [Conceptual model of the automated marketing information system at the enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii = Marketing and innovation management*, No. 3, P. 142–153. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_3_142_153_0.pdf [in Ukrainian].

8. Yevchenko, V. V., Tereniak, L. V. (2022). Rol zabezpechennia informatsiieu ta vplyv shtuchnoho intelektu v protsesi pryiniattia marketynhovykh rishen [The role of information provision and the influence of artificial intelligence in the process of making marketing decisions]. *Visnyk Khersonskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu = Bulletin of the Kherson National Technical University*, No. 2 (81), P. 118–123. DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2022.2.14 [in Ukrainian].

9. Polas, V., Raju, M. R. H. (2021). Technology and Entrepreneurial Marketing Decisions During COVID-19. *Glob J Flex Syst Manag.*, Vol. 22, P. 95–112. DOI: 10.1007/s40171-021-00262-0.

10. Hoffman, D. L., Moreau, C. P., Stremersch, S., Wedel, M. (2022). The Rise of New Technologies in Marketing: A Framework and Outlook. *Journal of Marketing*, Vol. 86 (1), P. 1–6. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00222429211061636>.

11. Tkachenko, A. M., Mamenko, K. I. (2011). Metodolohichni aspekty avtomatyzatsii protsesu pryiniattia investytsiinykh rishen [Methodological aspects of automation of investment decision-making process]. *Humanitarnyi visnyk ZDIA = Humanitarian Bulletin ZDIA*, No. 46, P. 259–267 [in Ukrainian].

12. Automation Marketing: rozbyraemosia shcho take avtomatyzatsiia marketynhu [Automation Marketing: we understand what marketing automation is]. URL: <https://blog.admixer.academy/ua/automation-marke>

6. Körner A. Roadmap to Marketing Automation. In: Hannig, U., Seebacher, U. (eds). *Marketing and Sales Automation. Management for Professionals*. Springer, Cham, 2023. DOI: 10.1007/978-3-031-20040-3_3.

7. Райко Д. В., Лебедева Л. Е. Концептуальна модель автоматизованої інформаційної системи маркетингу на підприємстві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 3. С. 142–153. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_3_142_153_0.pdf.

8. Євченко В. В., Тереняк Л. В. Роль забезпечення інформацією та вплив штучного інтелекту в процесі прийняття маркетингових рішень. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2022. № 2 (81). С. 118–123. DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2022.2.14.

9. Polas V., Raju M. R. H. Technology and Entrepreneurial Marketing Decisions During COVID-19. *Glob J Flex Syst Manag.* 2021. Vol. 22. P. 95–112. DOI: 10.1007/s40171-021-00262-0.

10. Hoffman D. L., Moreau C. P., Stremersch S., Wedel M. The Rise of New Technologies in Marketing: A Framework and Outlook. *Journal of Marketing*. 2022. Vol. 86 (1). P. 1–6. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00222429211061636>.

11. Ткаченко А. М., Мащенко К. І. Методологічні аспекти автоматизації процесу прийняття інвестиційних рішень. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2011. № 46. С. 259–267.

12. Automation Marketing: розбираємося що таке автоматизація маркетингу. URL: <https://blog.admixer.academy/ua/automation-n-marketing-rozbyrayemosya-shcho-take->

- ting-rozbyrayemosya-shcho-take-avtomatyzatsiya-marketynhu/ [in Ukrainian].
13. Silva, S. C., Corbo, L., Vlačić, B., Fernandes, M. (2021). Marketing accountability and marketing automation: evidence from Portugal. *EuroMed Journal of Business*, Vol. 18, No. 1, P. 145–164. DOI: 10.1108/EMJB-11-2020-0117.
14. Chernenko, O. V. (2019). Reformuvannia marketynhovoї informatsiinoї systemy vyrobnykiv pobutovykh kotliv v umovakh tsyfrovoy ekonomiky: dysertatsiia k.e.n. [Reforming the marketing information system of manufacturers of household boilers in the conditions of the digital economy: thesis of the Doctor of Economics]. Kyiv: National Technical University of Ukraine "Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute" [in Ukrainian].
15. U chomu riznytsia mizh B2B ta B2C: 10 vidminnostei [What is the difference between B2B and B2C: 10 differences]. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/difference-between-b2b-and-b2c/> [in Ukrainian].
16. Nikulcha, V. A., Venher, Ye. I. (2023). Aktualni pytannia avtomatyzatsii torhovelnykh protsesiv [Current issues of automation of trade processes]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu imeni Dmytra Motornoho. Ekonomichni nauky = Collection of scientific works of the Dmytro Motorny Tavri State University of Agrotechnology. Economic sciences*, No. 1 (47). P. 208–219. URL: <https://oj.tsatu.edu.ua/index.php/zbirnyk/article/view/542/514> [in Ukrainian].
17. Heimbach, I., Kostyra, D. S., Hinz, O. (2015). Marketing Automation. *Bus Inf Syst Eng.*, No. 57 (2), P. 129–133. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/301364775.pdf>.
18. SPPR-systemy [SPPR systems]. URL: <https://softline.org.ua/rishennia/sppr.html> [in Ukrainian].
19. Podoinikova, I. V. (2015). Avtomatyzovani marketynhovi systemy pidtrymky pryiniattia rishen [Automated marketing decision support systems]. *Suchasnyi stan ekonomiky Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku: zb. tez dop. II Obl. nauk.-prakt. konf. uchniv. ta student. molodi = The current state of the economy of Ukraine: problems and prospects for development: coll. theses add. II Region science and practice conf. students and a student. young people,* avtomatyzatsiya-marketynhu/
13. Silva S. C., Corbo L., Vlačić B., Fernandes M. Marketing accountability and marketing automation: evidence from Portugal. *EuroMed Journal of Business*. 2021. Vol. 18, No. 1. P. 145–164. DOI: 10.1108/EMJB-11-2020-0117.
14. Черненко О. В. Реформування маркетингової інформаційної системи виробників побутових котлів в умовах цифрової економіки: дисертація к.е.н. Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2019.
15. У чому різниця між B2B та B2C: 10 відмінностей. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/difference-between-b2b-and-b2c/>
16. Нікульча В. А., Венгер Є. І. Актуальні питання автоматизації торговельних процесів. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Економічні науки*. 2023. № 1 (47). С. 208–219. URL: <https://oj.tsatu.edu.ua/index.php/zbirnyk/article/view/542/514>.
17. Heimbach I., Kostyra D. S., Hinz O. Marketing Automation. *Bus Inf Syst Eng*. 2015. No. 57 (2). P. 129–133. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/301364775.pdf>.
18. СППР-системи. URL: <https://softline.org.ua/rishennia/sppr.html>.
19. Подойнікова І. В. Автоматизовані маркетингові системи підтримки прийняття рішень. *Сучасний стан економіки України: проблеми та перспективи розвитку: зб. тез доп. II Обл. наук.-практ. конф. учнів. та студент. молоді (26 листоп. 2015 р.)*. Кіровоград, 2015. С. 174–176. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/12345>

- Kirovohrad, P. 174–176. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/5370> [in Ukrainian].
20. Leyer, M., Schneider, S. (2021). Decision augmentation and automation with artificial intelligence: Threat or opportunity for managers? *Business Horizons*, Vol. 64, Iss. 5, P. 711–724. DOI: 10.1016/j.bushor.2021.02.026.
21. Chernenko, O. V. (2017). Marketynhova informatsiia v upravlinni pidpriemstvom [Marketing information in enterprise management]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut» = Economic Bulletin of NTUU "Kyiv Polytechnic Institute"*. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108728/103675> [in Ukrainian].
22. Colntsev, S. O., Chernenko, O. V., Severyn, M. A. (2022). Permanentna modernizatsiia prohramnoho zabezpechennia marketynhovyykh informatsiinykh protsesiv vitchyznianskykh pidpriemstv [Permanent modernization of the software of marketing information processes of domestic enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut» = Economic bulletin of NTUU "Kyiv Polytechnic Institute"*. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50754/1/EV-2022-23_p176-181.pdf [in Ukrainian].
- 6789/5370.
20. Leyer M., Schneider S. Decision augmentation and automation with artificial intelligence: Threat or opportunity for managers? *Business Horizons*. 2021. Vol. 64, Iss. 5. P. 711–724. DOI: 10.1016/j.bushor.2021.02.026.
21. Черненко О. В. Маркетингова інформація в управлінні підприємством. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2017. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108728/103675>.
22. Солнцев С. О., Черненко О. В., Северин М. А. Перманентна модернізація програмного забезпечення маркетингових інформаційних процесів вітчизняних підприємств. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2022. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/50754/1/EV-2022-23_p176-181.pdf.

УДК 65.018

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.13

Світлана М. Бондаренко

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПРИНЦИПАХ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємств потрібні матеріальні ресурси, кваліфікований персонал, досконале управління, добре налагоджена організація робіт. Підприємство повинно створити дієву систему управління якістю бізнес-процесів, яка спрямовує зусилля співробітників на якісне виконання всіх здійснюваних процесів що, в свою чергу, забезпечить досягнення високого рівня якості продукції та послуг, більшої прозорості функціонування підприємства, захисту найманої праці та навколишнього природного середовища, що є основою сталого розвитку підприємства. Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних та методичних засад формування на підприємствах легкої промисловості систем управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку (СУЯБПСР). Методи дослідження, які знайшли застосування в даній роботі: системний підхід, узагальнення, індукція, дедуція, аналіз, синтез. Післявоєнне відновлення України потребує пошуку нових підходів, принципів, методів, інструментів діяльності підприємства. Одним із таких інструментів є створення системи управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку, що відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Метою цієї системи є забезпечення сталого розвитку підприємства шляхом реалізації глобальних цілей сталого розвитку та принципів Глобального договору. Цілями СУЯБПСР є задоволення вимог споживачів; підвищення якості бізнес-процесів та продукції; бережливе використання ресурсів, уникнення марнотратства, зменшення варіабельності процесів. Система управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку складається із цільової, забезпечуючої та функціональної підсистем. В умовах післявоєнної розбудови якості на підприємствах легкої промисловості повинна бути високою, тому доцільно створювати СУЯБПСР, яка є інтеграцією системи управління якістю та системи «бережливе виробництво плюс шість сигма», забезпечує високу якість пропозиції виробника, більш повне задоволення споживачів та всіх інших стейкхолдерів, зменшення варіабельності процесів, бережливе відношення та економію всіх видів ресурсів.

Ключові слова: *якість; система управління якістю бізнес-процесів; сталий розвиток; обігові кошти; бережливе виробництво; шість сигма.*

Svitlana M. Bondarenko

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

**QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES ON THE PRINCIPLES
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN FASHION INDUSTRY ENTERPRISES**

To ensure the competitiveness of enterprises, material resources, qualified personnel, perfect management, well-established organization of work are needed. The enterprise must create an effective management system for the quality of business processes, which directs the efforts of employees to the high-quality performance of all implemented processes, which, in turn, will ensure the achievement of a high level of quality of products and services, greater transparency of the functioning of the enterprise, protection of hired labor and the surrounding natural environment, which is the basis of sustainable development of the enterprise. The purpose of the research is to develop the theoretical, methodological and methodical foundations of the formation of business process quality management systems based on the principles of sustainable development

(QMSBPSD) at fashion industry enterprises. Research methods used in this work: systematic approach, generalization, induction, deduction, analysis, synthesis. The post-war recovery of Ukraine requires the search for new approaches, principles, methods, and tools for enterprise activity. One of these tools is the creation of a quality management system for business processes based on the principles of sustainable development, which meets the requirements of the international standard ISO 9001:2015. The purpose of this system is to ensure the sustainable development of the enterprise by implementing the global goals of sustainable development and the principles of the Global Compact. The goals of QMSBPSD are to meet consumer requirements; improving the quality of business processes and products; economical use of resources, avoidance of wastage, reduction of process variability. The quality management system of business processes based on the principles of sustainable development consists of target, supporting and functional subsystems. In the conditions of post-war development, the quality at fashion industry enterprises must be high, therefore it is advisable to create QMSBPSD, which is an integration of the quality management system and the "lean production plus six sigma" system, ensures high quality of the manufacturer's offer, more complete satisfaction of consumers and all other stakeholders, reduction process variability, lean attitude and economy of all kinds of resources.

Keywords: *quality; quality management system of business processes; sustainable development; working capital; lean production; six sigma.*

Постановка проблеми. Перемога у війні з Російською Федерацією не поверне Україну в довоєнний час. Після перемоги потрібно будувати нову економіку країни, яка буде значно сильнішою і стабільнішою довоєнної. Для цього якість бізнес-процесів та продукції економічних суб'єктів повинна бути високою. В умовах війни та післявоєнної розбудови забезпечення високої якості повинно стати національною ідеєю, що дозволить швидко відновити економіку України. Сучасна тенденція ринкової економіки: якісний товар повинен бути зроблений у такий спосіб, який виправданий економічно, екологічно і соціально. Тому на підприємствах доцільно створювати системи управління якістю бізнес-процесів, які будуть імплементовані в систему загального управління підприємством, інтегровані з іншими виробничими та управлінськими системами та сприятимуть сталому розвитку.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Вагомий внесок у розвиток теорії управління якістю внесли такі науковці, як А. Ваймерскірх, А.В. Вакуленко, С. Вардеман, Л.М. Віткін, Дж. Вумек, Е. Демінг, Дж. Джуран, О.М. Лівінський, В.М. Ліндсей, Д.П. Лойко, О.І. Момот, Н.Г. Салухіна, Г.А. Саранча, Г. Тагучи, Д. Теппінг, В.Г. Топольник, Р. Трікер, А. Фейгенбаум, М. Хаммар, С.Х. Хойсінгтон, Л. Холп, А.Ю. Чорний, Р.В. Шуляр, О.М. Язвінська та ін. Тематика формування та удосконалення систем управління якістю на підприємствах висвітлена в працях [4, 7, 8].

Невирішені частини дослідження. На сьогоднішній день питання розробки методологічних та методичних основ формування систем управління якістю бізнес-процесів в контексті сталого розвитку, які відповідають вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015 на підприємствах легкої промисловості розроблені недостатньо повно і потребують подальшої розробки.

Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних та методичних засад до формування на підприємствах легкої промисловості систем управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку (СУЯБПСР).

Виходячи з мети було поставлено та вирішено наступні завдання: обґрунтувати необхідність інтеграції системи управління якістю (СУЯ), яка відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001: 2015, із системою «бережливе виробництво плюс шість сигма» утворивши СУЯБПСР; розробити структурно-логічну схему СУЯБПСР на

підприємствах легкої промисловості; довести переваги від впровадження запропонованої системи для підприємств легкої промисловості.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. В Україні назріла гостра необхідність розвивати власний військово-промисловий комплекс та створювати міжнародні альянси оборонних підприємств. Це дає можливість розвитку всіх суміжних галузей, які забезпечують ВПК, в тому числі легкої промисловості. Важливим завданням для підприємств легкої промисловості в умовах війни та у післявоєнний час є забезпечення ЗСУ високоякісним обмундируванням – військовим форменим одягом, взуттям, головними уборами, касками, шлемами та ін.

Визначальною умовою побудови високорозвиненої України, захищеної від військових агресій у майбутньому, є висока якість продукції, що випускається та послуг, що надаються. Тому якість бізнес-процесів на підприємствах повинна бути високою, а самі підприємства – конкурентоспроможними. У цьому зв'язку на підприємствах доцільно створювати систему управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку, яка є інтеграцією системи управління якістю (СУЯ) і системи «бережливе виробництво плюс шість сигма». Бережливому виробництву та методології шість сигма присвятили свої праці [10–12]. СУЯ та система «бережливе виробництво плюс шість сигма» мають спільні цілі, такі як вирішальний акцент на задоволенні потреб споживачів; підвищення якості продукції; забезпечення сталого розвитку підприємства, що надає можливість їх інтегрувати. Крім того, цикли управління Е. Демінга PDCA, за яким управляється СУЯ, та цикл управління DMAIC, який має місце в управлінській системі 6 сигма, узгоджуються між собою. Інтеграція СУЯ та бережливого виробництва плюс шість сигма дозволить підсилити всеосяжне управління якістю TQM, підвищити ефективність загального управління підприємством, забезпечити сталий розвиток підприємства.

СУЯБПСР орієнтована на створення умов для підвищення якості бізнес-процесів шляхом удосконалення організації виробництва, зниження варіабельності процесів, забезпечення стабільності їх характеристик, сприяння бережливому відношенню до ресурсів підприємства, уникнення марнотратства, забезпечення відповідального ставлення виробників до охорони навколишнього природного середовища. Система забезпечує максимізацію акціонерної вартості підприємства шляхом задоволення клієнтів, зростання швидкості оборотного капіталу, зменшення витрат.

Структурно-логічна схема системи управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку на підприємстві легкої промисловості, яка відповідає вимогам ISO 9001:2015 наведена на рис. 1. В центрі моделі розміщується споживач, який для підприємств легкої промисловості має особливу важливість. На сучасному етапі розвитку техніки, технології для того, щоб перемагати у конкурентній боротьбі, задовольняти вимоги споживачів одягу та взуття, потрібно не просто повно, а на такому рівні, щоб викликати у них насолоду та захоплення. Сучасні споживачі вважають, що якісна і безпечна продукція та процес її виробництва повинні не завдавати шкоди навколишньому природному середовищу та бути моральними і етичними. Проте задовольняти потреби тільки споживачів недостатньо. На сьогоднішній потрібно збалансовано задовольняти інтереси всіх стейкхолдерів, тому до структурно-логічної схеми також внесено акціонерів, персонал, суспільство та довкілля. У балансі задоволення інтересів стейкхолдерів полягає сталий розвиток підприємства.

Система управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку, яка відповідає вимогам ISO 9001:2015, складається із цільової, забезпечуючої та функціональної підсистем.

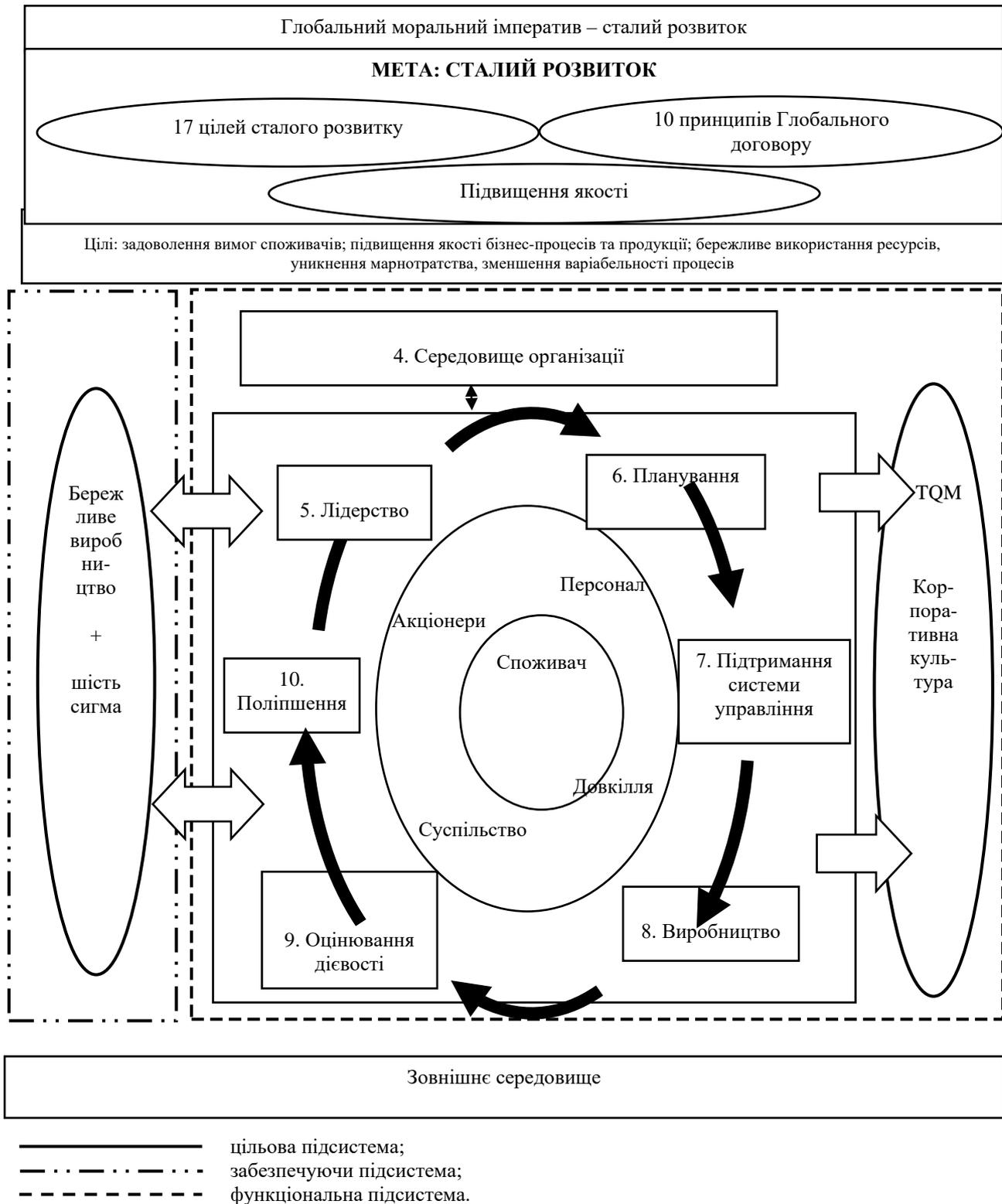


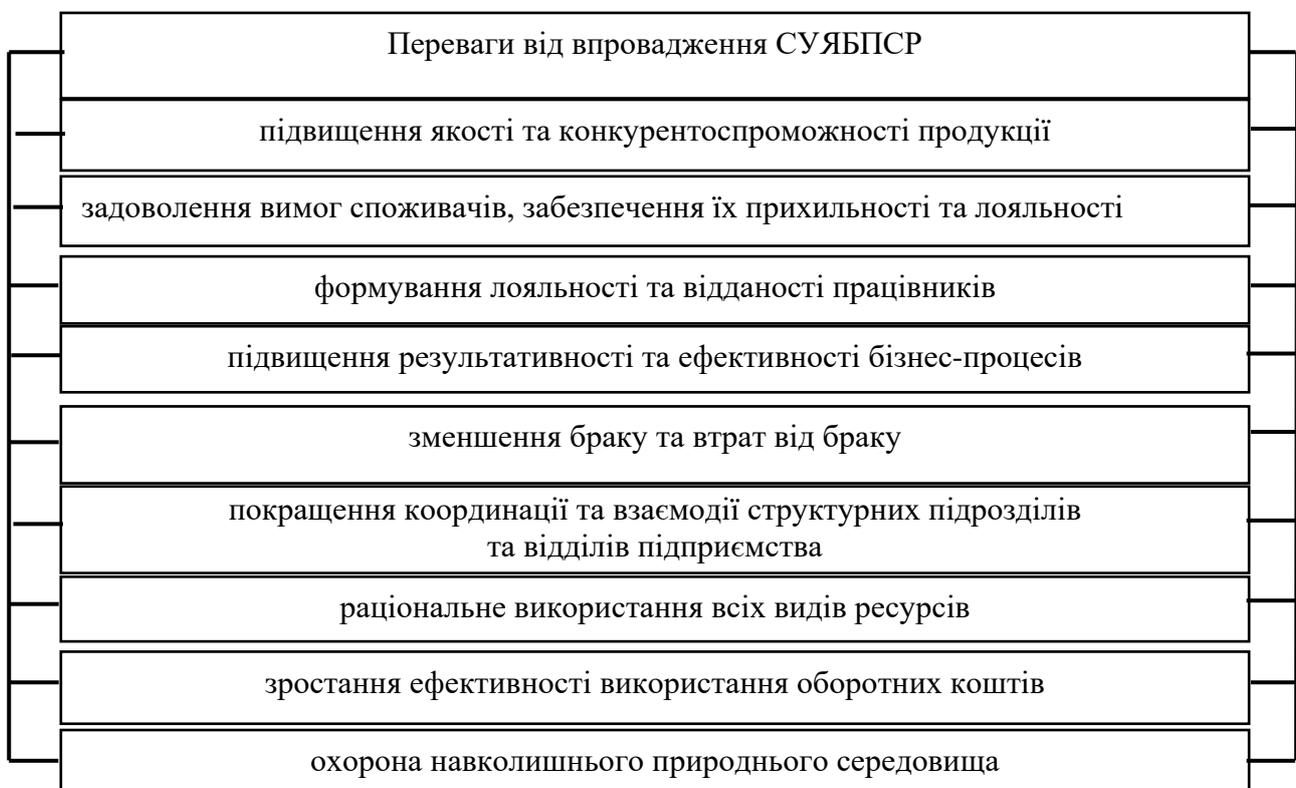
Рис. 1. Структурно-логічна схема системи управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку на підприємствах легкої промисловості, яка відповідає вимогам ISO 9001:2015

СУЯБПСР є організаційно-економічною системою і забезпечує діяльність колективу людей для досягнення визначених мети та цілей. Від їх правильної постановки залежить ефективність функціонування СУЯБПСР. В запропонованій системі передбачається управління за цілями. Останні мають ієрархічну структуру, тому виділяють мету та цілі СУЯБПСР. Метою системи є забезпечення сталого розвитку підприємства шляхом реалізації 17 цілей сталого розвитку та 10 принципів Глобального договору ООН. Цілями СУЯБПСР є задоволення вимог споживачів; підвищення якості бізнес-процесів та продукції; бережливе використання ресурсів, уникнення марнотратства, зменшення варіабельності процесів.

Функціональна підсистема представляє собою систему функцій управління якістю бізнес-процесів підприємства. Частина моделі, яка забезпечує виконання вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015 являє собою зовнішнє коло з функціями управління, які виділені в стандарті і є назвами розділів цього міжнародного стандарту. СУЯБПСР є елементом всеосяжного управління якістю TQM і сприяє підвищенню корпоративної культури підприємства, її спрямованості на високу якість всіх здійснюваних процесів та корпоративну соціальну відповідальність.

Забезпечуюча підсистема представлена матеріальними ресурсами підприємства, до яких застосовуються інструменти бережливого виробництва, такі як концепція «5S», безперервне поліпшення (кайдзен), управління потоком створення цінностей (VSM), канбан, захист від помилок (поке-ека), засоби візуального контролю та ін. Підприємство є відкритою системою, тому до складу СУЯБПСР входить зовнішнє середовище.

Переваги для підприємств легкої промисловості від впровадження СУЯБПСР наведено на рис. 2.



Джерело: розроблено автором.

Рис. 2. Переваги для підприємств легкої промисловості від впровадження СУЯБПСР

Як було сказано вище, впровадження СУЯБПСР дає змогу підвищити якість продукції, удосконалити організацію виробництва та досягти оптимізації використання ресурсів, що використовуються на підприємстві. При цьому обсяг оборотних фондів підприємства зменшується, коефіцієнт оборотності обігових коштів зростає, тривалість одного обороту обігових коштів зменшується. Зміну обігових коштів Чернігівської взуттєвої фабрики «Берегиня» до та після впровадження СУЯБПСР наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Показники обігових коштів ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня» до та після впровадження СУЯБПСР

Показник	Фактичне значення	Проект	Відхилення	
			абс.	відн., %
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	0,8105	1,5863	0,7758	95,72
Тривалість одного обороту обігових коштів, днів	450,361	230,095	-220,266	-48,91
Коефіцієнт завантаження обігових коштів в обороті	1,2339	0,6304	-0,6335	-48,91
Середній період оборотності при даному обсязі і середньому залишку обігових коштів	450,361	230,095	-220,266	-48,91
Зміна середнього періоду оборотності при даному обсязі і середньому залишку обігових коштів	-	-220,266	-	-

Джерело: розраховано автором за даними підприємства.

За рахунок оптимізації виробничих запасів, скорочення обсягів незавершеного виробництва та готової продукції досягається вивільнення обігових коштів підприємства. При цьому за умови збереження чистого доходу від реалізації продукції коефіцієнт оборотності обігових коштів зростає на 95,72% і складає 1,5863 що на 0,7758 більше від фактичного рівня. Тривалість одного обороту обігових коштів зменшується з 450,361 до 230,095 днів, тобто на 48,91%. Коефіцієнт завантаження обігових коштів в обороті також знижується до 0,6304.

Висновки. Легка промисловість – одна з найбільш впливових індустрій, яка забезпечує ВПК якісним обмундируванням, відіграє вирішальну роль у післявоєнній розбудові економіки України та досягнення нею сталого розвитку. Для цього якість бізнес-процесів і, відповідно, продукції на підприємствах легкої промисловості повинна бути високою. На підприємствах легкої промисловості доцільно створювати систему управління якістю бізнес-процесів на принципах сталого розвитку, яка є інтеграцією системи управління якістю та системи «бережливе виробництво плюс шість сигма», забезпечує високу якість пропозиції виробника, більш повне задоволення споживачів та всіх інших стейкхолдерів, удосконалення організації виробництва, зменшення варіабельності процесів, бережливе відношення та економію всіх видів ресурсів і, а це, в свою чергу, призводить до зменшення запасів (основних та допоміжних матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції), зростання оборотності обігових коштів, зменшення тривалості одного обороту обігових коштів.

References

Література

- | | |
|--|--|
| <p>1. Hobela, V. V. (2021). Ekonomiko-bezpekova ekolohizatsiia: teoriia ta praktyka [Economic and security greening: theory and practice]. Lviv: LvDUVS. 244 p. [in Ukrainian].</p> <p>2. Honcharov, Yu. V., Bondarenko, S. M. (2010). Nanoindustriia yak zasib pidvyshchennia yakosti zhyttia liudei ta konkurentospromozhnosti</p> | <p>1. Гобела В. В. Економіко-безпекова екологізація: теорія та практика. Львів: ЛьвДУВС, 2021. 244 с.</p> <p>2. Гончаров Ю. В., Бондаренко С. М. Наноіндустрія як засіб підвищення якості життя людей та</p> |
|--|--|

- natsionalnoi ekonomiky [Nanoindustry as a means of improving the quality of life of people and the competitiveness of the national economy]. *Ekonomist*, № 3, P. 26–30 [in Ukrainian].
3. Ekotsyd pid chas viiny: shche odyin zlochyn RF, yakyi ne maie zalyshytysia nepokaranym [Ecocide during the war: another crime of the Russian Federation that should not go unpunished]. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/08/15/7144923/> [in Ukrainian].
4. Yevtushevskiy, V., Makhinich, H. (2009). Suchasnyi stan ta problemy zabezpechennia yakosti produktsii na vitchyznianskykh pidpriemstvakh [The current state and problems of product quality assurance at domestic enterprises]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya: Ekonomika = Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. Series: Economy*, No. 107–108, P. 59–63 [in Ukrainian].
5. Kasych, A. O., Lytvynenko, Ya. O., Melnychuk, P. S. (2013). Alternatyvna enerhetyka: svitovyi ta vitchyzniansky dosvid [Alternative energy: global and domestic experience]. *Naukovi zapysky. Seriya Ekonomika: zbir. nauk. prats = Proceedings. Series: Economics: collection of scientific papers. Ostroh: Publishing House of the National University "Ostroh Academy"*, Vol. 23, P. 43–47 [in Ukrainian].
6. Kasych, A. O., Bondarenko, S. M. (2022). Retsyklinh yak sfera realizatsii derzhavnoho-privatnoho partnerstva ta instrument zabezpechennia tsilei staloho rozvytku [Recycling as a sphere of implementation of public-private partnership and a tool for ensuring the goals of sustainable development]. *Prychornomorski ekonomichni studii = Black Sea Economic Studies*, No. 76. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/76_2022/27.pdf [in Ukrainian].
7. Mozoliuk, V. O. (2005). Systemne upravlinnia yakistiu [System quality management]. *Mykolaiv: NUK*. 104 p. [in Ukrainian].
8. Bondarenko, S. M. (2022). Methodological foundations of creating a quality management system of business processes on the principles of sustainability at the fashion industry enterprise. *QUALITY Access to Success*, Vol. 23, No. 186, P. 252–261. URL: <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.33>.
- конкурентоспроможності національної економіки. *Економіст*. 2010. № 3. С. 26–30.
3. Екоцид під час війни: ще один злочин РФ, який не має залишитися непокараним. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/08/15/7144923/>
4. Євтушевський В., Махініч Г. Сучасний стан та проблеми забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2009. № 107–108. С. 59–63.
5. Касич А. О., Литвиненко Я. О., Мельничук П. С. Альтернативна енергетика: світовий та вітчизняний досвід. *Наукові записки. Серія: Економіка: збір. наук. праць. Острог: Видавництво Національного університету "Острозька академія"*, 2013. Вип. 23. С. 43–47.
6. Касич А. О., Бондаренко С. М. Рециклінг як сфера реалізації державного-приватного партнерства та інструмент забезпечення цілей сталого розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 76. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/76_2022/27.pdf.
7. Мозолук В. О. Системне управління якістю. *Миколаїв: НУК*, 2005. 104 с.
8. Bondarenko S. M. Methodological foundations of creating a quality management system of business processes on the principles of sustainability at the fashion industry enterprise. *QUALITY Access to Success*. 2022. Vol. 23, No. 186. P. 252–261. URL: <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.33>.

9. Kalyta, P. (2020). System management for sustainable development: models and problems. *Management*, № 2(32), P. 93–110.
10. Luyster, T., Tapping, D. (2008). *Creating your Lean future State How to Move from Seeing to Doing*. Productivity Press New York. 130 p.
11. George, M. L. (2018). *Lean Six Sigma: Combining Six Sigma Quality with Lean Speed*. Skillsoft. 360 p.
12. Levinson, W. A., Rerick, R. A. (2002). *Lean Enterprise: A Synergistic Approach to Minimizing Waste*. ASQ Quality Press. 235 p.
9. Kalyta P. System management for sustainable development: models and problems. *Management*. 2020. № 2(32). P. 93–110.
10. Luyster T., Tapping D. *Creating your Lean future State How to Move from Seeing to Doing*. Productivity Press New York, 2008. 130 p.
11. George M. L. *Lean Six Sigma: Combining Six Sigma Quality with Lean Speed*. Skillsoft, 2018. 360 p.
12. Levinson W. A., Rerick R. A. *Lean Enterprise: A Synergistic Approach to Minimizing Waste*. ASQ Quality Press, 2002. 235 p.

УДК 330.35

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.14

Ярослав М. Карпик

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

Євген Ю. Пурей

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН

Диджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін стає все більше ключовою стратегією для компаній. Це означає використання цифрових інструментів, технологій та онлайн-каналів для розробки та реалізації маркетингових стратегій. Диджиталізації маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін складається з наступного: віртуальний простір, скорочення комунікаційного каналу, аналітика та вимірювання, соціальні медіа, штучний інтелект та аналіз даних, мобільний маркетинг, електронна комерція. Основною метою представленої роботи є визначення складових процесу диджиталізації та трансформації маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін та глобалізаційного процесу. Основними методами, що використовувались в представленій роботі є: аналіз та синтез – для визначення основних тенденцій розвитку маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін, основних складових сучасного маркетингового диджиталізованого інструментарію; методи індукції та дедукції – для прогнозування подальших тенденцій розвитку диджиталізації маркетингової діяльності та визначення основних складових інноваційних змін та їх впливу на розвиток маркетингової діяльності; графічний метод – для наочного представлення отриманих результатів роботи. Основні результати роботи свідчать про те, що: використання штучного інтелекту та аналітики даних дозволяє підприємствам створювати більш ефективні маркетингові кампанії, передбачати потреби клієнтів, вдосконалювати продукти та послуги; зростання використання мобільних пристроїв спонукає компанії до розробки мобільних додатків та оптимізації веб-сайтів для мобільних пристроїв; соціальні платформи надають унікальну можливість взаємодії з аудиторією, просування продуктів і послуг, а також збільшення свідомості про бренд. Стратегії маркетингу в соціальних медіа можуть бути основним інструментом для досягнення успіху в інноваціях. Диджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін вимагає постійного вдосконалення, вивчення нових технологій і стратегій, а також гнучкості у відповіді на зміни в ринковому середовищі. Однак вона також відкриває багато нових можливостей для досягнення успіху та залучення клієнтів.

Ключові слова: *цифрова економіка; економічний процес; диджиталізація; маркетинг; маркетинговий інструментарій.*

Yaroslav M. Karpyk

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

Eugen Yu. Purey

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

DIGITALIZATION OF MARKETING ACTIVITIES IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE CHANGES

Digitalization of marketing activities in the conditions of innovative changes is increasingly becoming a key strategy for companies. This means using digital tools, technologies and online channels to develop and implement marketing strategies. Digitalization of marketing activities in the conditions of innovative changes consists of the following: virtual space, reduction of the communication channel, analytics and measurement, social media, artificial intelligence and data

analysis, mobile marketing, e-commerce. The main goal of the presented work is to determine the components of the process of digitization and transformation of marketing activity in the conditions of innovative changes and the globalization process. The main methods used in the presented work are: analysis and synthesis – to determine the main trends in the development of marketing activities in the conditions of innovative changes, the main components of modern marketing digital tools; methods of induction and deduction – for forecasting further trends in the development of digitalization of marketing activities and determining the main components of innovative changes and their impact on the development of marketing activities; graphic method – for a visual presentation of the obtained work results. The main results of the work indicate that: the use of artificial intelligence and data analytics allows enterprises to create more effective marketing campaigns, predict customer needs, improve products and services; the growing use of mobile devices encourages companies to develop mobile applications and optimize websites for mobile devices; social platforms provide a unique opportunity to engage with audiences, promote products and services, and increase brand awareness. Marketing strategies in social media can be the main tool for achieving success in innovation. Digitalization of marketing activities in the conditions of innovative changes requires constant improvement, learning new technologies and strategies, as well as flexibility in responding to changes in the market environment. However, it also opens up many new opportunities for success and customer acquisition.

Keywords: digital economy; economic process; digitalization; marketing; marketing tools.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції у розвитку маркетингової діяльності включають в себе низку інноваційних стратегій і підходів, які відповідають змінюючимся умовам ринку і поведінці споживачів. На рис. 1 представимо основні тенденції сучасного вектору розвитку маркетингової діяльності.



Джерело: представлено авторами на основі джерел [2, 5, 11, 14].

Рис. 1. Складові сучасної маркетингової діяльності

Докладніше розглядаючи кожен складову сучасної маркетингової діяльності можливо зазначити [1, 3, 4, 6, 8]:

- діджиталізація продовжує впливати на маркетингову сферу. Збільшення використання онлайн-каналів, соціальних медіа, мобільних додатків і штучного інтелекту дозволяє компаніям збирати дані, персоналізувати пропозиції та взаємодіяти з клієнтами більш ефективно;

- споживачі очікують персоналізованих пропозицій та змісту. Використання аналітики і штучного інтелекту допомагає компаніям створювати індивідуальні комунікації та продукти, які відповідають потребам кожного клієнта;

- більша увага приділяється створенню емоційного зв'язку між брендом і споживачами. Рекламні кампанії спрямовані на викликання позитивних емоцій та створення більш глибоких відносин з клієнтами;
- відео зберігає популярність і продовжує бути ефективним каналом для розкриття бренду та комунікації з аудиторією. Стрімінгові сервіси та відео на соціальних медіа розширюють можливості відео-маркетингу;
- споживачі все більше цінують екологічно чисті продукти та відповідальну виробництво. Бренди активно звертають увагу на сталий розвиток і зменшення впливу на навколишнє середовище;
- молоді споживачі, особливо покоління Z, мають свої унікальні вимоги і цінності. Маркетинг повинен враховувати їхні особливості та споживчі патерни;
- соціальні медіа залишаються важливим каналом для спілкування з аудиторією. Інфлюенсер-маркетинг і реклама в соціальних медіа продовжують зростати в популярності;
- розповідь історій стає ефективним способом залучення уваги клієнтів. Вона допомагає створити споживчий досвід та зв'язок з брендом;
- глобалізація вимагає розробки стратегій для входу на міжнародні ринки та розуміння культурних відмінностей;
- використання маркетингових автоматизованих систем дозволяє оптимізувати робочі процеси, відстежувати результати та покращувати ефективність кампаній.

Ці тенденції взаємодіють між собою і вимагають від компаній гнучкості та готовності до постійного вдосконалення стратегій маркетингу для досягнення успіху в умовах швидко змінюючогося ринку та споживацьких паттернів.

Саме тому, представлені тенденції розвитку маркетингової діяльності та сучасного інструментарію маркетингу дають постійний простір для проведення дослідження цих процесів через свою змінність та адаптацію до сучасних умов господарювання.

Аналіз сучасної літератури. Сучасні тенденції маркетингової діяльності зводяться сьогодні в бік суцільної цифровізації, що створює нові вектори розвитку сучасного підприємництва, впровадження новітніх діджитал-інструментів маркетингу та інше. Саме тому представлені тенденції знайшли своє підтвердження в роботах провідних іноземних та вітчизняних дослідників таких, як Ф. Котлер [3], С. Кемп [2], Л. Андерсон [5], А. Ааакер та інші.

Наші вітчизняні дослідники також звертаються в своїх роботах до цього питання:

- С. Гриценко розглядає основні тенденції цифровізації маркетингової діяльності з точки зору глобалізації та формування новітніх кластерів [9].
- Л. Дибчук звертає увагу на розвиток маркетингової діяльності з точки зору формування новітньої системи інтегрованого маркетингу та інтегрованих маркетингових комунікацій [10].
- М. Окландер в своїх дослідження поєднує діджиталізацію маркетингового та логістичного процесу [13, 14].
- А. Крисоватий, А. Манько, В. Морозова, І. Решетнікова, В. Рубан, О. Птащенко, М. Сагайдак, О. Сохацька – в своїй роботі роблять акцент на інформатизації маркетингового інструментарію, розвиток н Інтернет-маркетингу та сприйняттям споживачем основних змін в формування маркетингового середовища [4, 11, 12, 15, 17–19].
- Особливості споживчої поведінки в умовах інноваційних та глобалізаційних змін розглядають такі дослідники, як Н. Резнікова, О. Чугаєв, О. Птащенко, О. Іващенко [7, 16].

При цьому зазначимо, що постійні зміни в маркетинговому та глобальному просторі спонукають дослідників на подальші пошуки раціональних векторів розвитку маркетингової діяльності для прискорення та оптимізації прийняття маркетингових та управлінських рішень.

Метою представленої роботи є визначення особливостей сучасного розвитку маркетингового інструментарію та визначення основних складових діджиталізації маркетингової діяльності, а також тенденції інноваційних змін та їх вплив на маркетингову діяльність в сучасних умовах господарювання.

Результати дослідження. Діджиталізація маркетингових процесів – це перехід від традиційних маркетингових стратегій і методів до використання цифрових технологій та інтернет-ресурсів для досягнення маркетингових цілей. Цей процес дозволяє підприємствам більш ефективно взаємодіяти з клієнтами, оптимізувати ресурси та отримувати більш точні дані для прийняття рішень. Представимо кілька ключових аспектів діджиталізації маркетингових процесів:

- використання інтернет-реклами, пошукового маркетингу (SEO і SEM), маркетингу в соціальних медіа, email-маркетингу та інших цифрових каналів для просування продуктів і послуг;
- використання маркетингових автоматизаційних систем дозволяє автоматизувати багато завдань, таких як розсилка email, нуртування клієнтів, вимірювання показників продуктивності тощо;
- за допомогою цифрових інструментів можна збирати величезну кількість даних про ефективність маркетингових кампаній. Аналітичні платформи дозволяють вимірювати ROI, конверсію та інші важливі показники;
- за допомогою даних, зібраних в інтернеті, можна створювати персоналізовані пропозиції та рекламу для кожного клієнта. Це сприяє збільшенню відгуку і вірогідності покупки;
- використання мобільних додатків та збільшення системи мобільних пристроїв;
- використання соціальних медіа для спілкування з аудиторією і побудови спільноти стає все більш важливим;
- використання інтернет-аналітики, такої як Google Analytics, і інших інтернет-маркетингових інструментів допомагає зрозуміти, як користувачі взаємодіють з вашим веб-сайтом і як ви можете покращити їхній досвід [19].

Діджиталізація маркетингових процесів дозволяє підприємствам більш ефективно досягати своїх цілей, збільшити продажі та залучити більше клієнтів. Вона вимагає постійного оновлення навичок і стратегій, оскільки технології і поведінка споживачів продовжують змінюватися.

Так на основі представлення особливостей діджиталізації маркетингових процесів визначемо основні особливості діджиталізації саме маркетингом діяльності в цілому. Діджиталізація маркетингової діяльності передбачає використання цифрових інструментів та технологій для досягнення маркетингових цілей. Ця стратегія має свої особливості та вимоги. Розглянемо деякі з них та представимо на рис. 2.



Джерело: представлено авторами на основі джерел [4, 12, 13, 17].

Рис. 2. Особливості діджиталізації маркетингової діяльності

Представимо більш детальний опис компонентів:

- для діджиталізації маркетингової діяльності потрібно створювати високоякісний цифровий контент. Це включає в себе статті, відео, інфографіку, веб-сайти, додатки і багато інших форматів, які привертають увагу цифрової аудиторії;
- ефективна діджиталізація включає в себе налагодження присутності в соціальних медіа. Кожна соціальна мережа має свої унікальні особливості і аудиторію, і маркетологи повинні адаптувати свою стратегію для кожного каналу;
- однією з переваг діджиталізації є можливість збирати величезну кількість даних. Важливо вміти аналізувати ці дані і використовувати їх для прийняття рішень. Інструменти аналітики, такі як Google Analytics, допомагають вимірювати ефективність кампаній;
- Email-маркетинг залишається важливим елементом діджиталізації. Він дозволяє підприємствам спілкуватися з клієнтами, надсилати акції і новини, а також вести нуртування клієнтів [17];
- з ростом використання мобільних пристроїв важливо мати оптимізований мобільний веб-сайт і мобільні додатки. Мобільний маркетинг також включає в себе рекламу в мобільних додатках та на платформах для мобільних пристроїв;
- забезпечення видимості в пошукових системах є критично важливим для привернення органічного трафіку. SEO вимагає постійного моніторингу та оптимізації веб-сайту;
- використання маркетингових автоматизаційних платформ допомагає автоматизувати багато рутинних завдань, таких як розсилка листів або нуртування клієнтів;
- важливо будувати взаємодію з аудиторією, надаючи можливість коментувати, ділитися, голосувати та взаємодіяти з вмістом;
- зі зростанням діджиталізації важливо захищати дані клієнтів та дотримуватися правил конфіденційності, таких як GDPR;
- впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн або розширена реальність, може стати конкурентною перевагою в діджиталізації маркетингових процесів.

Діджиталізація маркетингової діяльності дозволяє підприємствам більш ефективно залучати та утримувати клієнтів у цифровому середовищі.

Інноваційні зміни мають значущий вплив на маркетингову діяльність і вимагають від маркетологів адаптації та удосконалення стратегій та підходів. Отже представимо деякі з основних способів, які інновації впливають на маркетинг:

- зміни в споживачах та їх поведінці. Інновації у виробництві і технологіях часто змінюють очікування та потреби споживачів. Маркетологи повинні слідкувати за цими змінами і адаптувати свої стратегії, щоб задовольняти нові потреби;
- діджиталізація та технологічні інновації. Розвиток цифрових технологій і засобів зв'язку створює нові можливості для маркетингу. Інтернет, соціальні медіа, мобільні додатки, штучний інтелект і аналітика дозволяють створювати більш персоналізовані та ефективні кампанії;
- зміна медіа-ландшафту. Зростання популярності онлайн-медіа і спад традиційних засобів масової інформації (таких як газети і телебачення) вимагає перегляду рекламних стратегій. Реклама в інтернеті та соціальних медіа стає все важливішою;
- персоналізація. Завдяки збільшенню доступності даних про споживачів, компанії можуть створювати більш персоналізовані пропозиції та рекламу. Інновації в аналітиці і обробці даних допомагають досягти цієї мети;
- емоційний маркетинг. Інновації в рекламному контенті дозволяють створювати емоційні зв'язки між брендом і споживачами. Створення цікавого та емоційного вмісту стає ключовим елементом маркетингових стратегій;

- соціальна відповідальність і сталість. Багато споживачів надають перевагу брендам, які проявляють соціальну відповідальність і прагнуть до сталого розвитку. Це може вимагати зміни маркетингової стратегії та способів комунікації зі споживачами;

- інновації в продукції і послугах. Зміни в продукції та послугах можуть впливати на маркетингову стратегію. Наприклад, введення нових продуктів або послуг може вимагати розробки нових кампаній;

- конкурентна боротьба і диференціація. Інновації можуть допомогти брендам виділитися серед конкурентів. Важливо розробляти унікальні продукти або послуги і відзначати це в маркетингових кампаніях.

Інновації постійно перетворюють маркетингову галузь, і підприємства, які успішно впроваджують інновації в свої стратегії, мають перевагу на ринку. Маркетологи повинні залишатися в курсі останніх тенденцій та технологій, а також бути готовими адаптувати свої підходи до змін в індустрії та поведінці споживачів.

Висновки. Таким чином, проаналізувавши особливості сучасного маркетингового процесу, діджиталізації маркетингової діяльності та складових впливу інноваційних змін на маркетингову діяльність можливо зазначити, що подальша діджиталізація маркетингової діяльності в умовах інноваційних змін є невід'ємною частиною стратегії багатьох компаній:

- цифровий маркетинг – це майбутнє. З впровадженням нових технологій і зростанням інтернет-залежності споживачів, цифровий маркетинг стає ключовим елементом ефективних маркетингових стратегій;

- персоналізація та вдосконалення клієнтського досвіду. За допомогою даних та штучного інтелекту компанії можуть створювати персоналізовані пропозиції та комунікувати з клієнтами на більш особистому рівні;

- аналітика та вимірювання стають критичними. Збільшення кількості доступних даних вимагає розвитку аналітичних навичок та використання інструментів для вимірювання результатів маркетингових кампаній;

- мобільний маркетинг набуває важливості. Оскільки все більше людей використовує мобільні пристрої для доступу до інформації та покупок, оптимізація маркетингу для мобільного середовища стає надзвичайно важливою;

- інновації в контенті. Створення оригінального, цікавого і цінного контенту залишається ключовим аспектом привертання уваги споживачів;

- збереження приватності і захист даних: У світлі зростання облікових записів та збільшення кількості особистих даних важливо забезпечувати захист приватності та дотримуватися відповідних правил і стандартів;

- сталість і соціальна відповідальність. Компанії, які демонструють свою соціальну відповідальність і відданість сталому розвитку, можуть здобути підтримку споживачів;

- обмеження і виклики. Незважаючи на всі переваги, діджиталізація також стикається з викликами, такими як кібербезпека, надмірна залежність від технологій та конкурентний тиск.

Уміння адаптуватися до інноваційних змін та впроваджувати нові технології стає ключем до успіху в маркетингу. Компанії, які будуть активно вивчати і впроваджувати нові інновації, матимуть перевагу на ринку та зможуть краще задовольняти потреби своєї аудиторії.

References

Література

1. Industry Agenda, World Economic Forum (2016). Digital Transformation of Industries. URL: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/>
1. Digital Transformation of Industries Industry Agenda, World Economic Forum. 2016. URL: <http://reports.weforum.org/>

wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-digital-transformation-2016-exec-summary.pdf.

2. Kemp, S. (2020). DIGITAL 2020: Global Digital Overview. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digitaloverview>.

3. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Somerset: Wiley.

4. Krysovaty, A. et al. (2018). The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph. Ternopil: Yu.V. Osadtsa. 478 p.

5. Andersson, L. (2017). Leadership Guidelines for the Digital Age. Leadership & Organisations. URL: <https://knowledge.insead.edu/leadership-organisations/11-leadership-guidelines-for-the-digital-age-5516>.

6. Manu, A. (2016). Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition). Kindle Edition. 264 p.

7. Reznikova, N., Bulatova, O., Ptashchenko, O., Ivashchenko, O., Panchenko, V. (2023). "Z-owning" and "Z-consumption" in the conditions of movement from shareholder to stakeholder capitalism: values as the basis of self-identification. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, № 5, C. 28–36. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.5.28>. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1189/1198>.

8. Khaminich, S., Broshkov, M., Kuznietsov, E., Ptashchenko, O., Milcheva, V., Boiko, O. (2019). Transformation of Managerial Innovations in Conditions of Digitalization of Market Relations. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, Vol. 8, Iss. 4, P. 7888–7893, DOI: 10.35940/ijrte.D9137.118419. URL: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D9137118419.pdf>.

9. Grytsenko, S. I. (2016). Tsyfrovyi marketynh – nova paradyhma rozvytku osvitynikh klasteriv v umovakh hlobalizatsii [Digital marketing is a new paradigm for

digital-transformation/wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-digital-transformation-2016-exec-summary.pdf.

2. Kemp S. DIGITAL 2020: Global Digital Overview. 2020. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digitaloverview>.

3. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Somerset: Wiley, 2016.

4. Krysovaty A. et al. The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph. Ternopil: Yu.V. Osadtsa, 2018. 478 p.

5. Andersson L. Leadership Guidelines for the Digital Age. Leadership & Organisations. 2017. URL: <https://knowledge.insead.edu/leadership-organisations/11-leadership-guidelines-for-the-digital-age-5516>.

6. Manu A. Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition). Kindle Edition, 2016. 264 p.

7. Reznikova N., Bulatova O., Ptashchenko O., Ivashchenko O., Panchenko V. "Z-owning" and "Z-consumption" in the conditions of movement from shareholder to stakeholder capitalism: values as the basis of self-identification. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 5. C. 28–36. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.5.28>. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1189/1198>

8. Khaminich S., Broshkov M., Kuznietsov E., Ptashchenko O., Milcheva V., Boiko O. Transformation of Managerial Innovations in Conditions of Digitalization of Market Relations. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. 2019. Vol. 8, Iss. 4. P. 7888–7893. DOI: 10.35940/ijrte.D9137.118419. URL: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D9137118419.pdf>.

9. Гриценко С. І. Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. *Вісник*

- the development of educational clusters in the conditions of globalization]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Herald of economic science of Ukraine*, No. 1 (30), P. 29–31 [in Ukrainian].
10. Dybchuk, L. V. (2014). Sutnist ta osoblyvosti formuvannya intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii [The essence and features of the formation of integrated marketing communications]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu = Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, No. 5, Vol. 2, P. 58–61 [in Ukrainian].
11. Manko, A. V. Suchasni tendentsii zastosuvannya internet-tekhnologii u biznesi [Modern trends in the use of Internet technologies in business]. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html> [in Ukrainian].
12. Mozghova, V. H. (2020). Instrumenty Internet-marketynhu ta yikh perevahy dlia suchasnykh ukrainskykh pidpriemstv [Internet marketing tools and their advantages for modern Ukrainian enterprises]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, No. 14, P. 112–119 [in Ukrainian].
13. Oklander, M. et al. (2017). Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu KhKhI storichchia: monohrafiia [Digital marketing is a marketing model of the 21st century: a monograph]. Ed. M. A. Oklander. Odesa. 292 p. [in Ukrainian].
14. Oklander, M. A. et al. (2019). Rozvytok marketynhu v umovakh informatyzatsii suspilstva: monohrafiia [Development of marketing in the conditions of informatization of society: monograph]. Ed. V. P. Pylypchuko. Kyiv. 463 p. [in Ukrainian].
15. Ptashchenko, O., Zyma, O., Kostina, K., Larinchenko, M. (2021). International marketing as an effective tool of increasing enterprise competitiveness. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, Vol. 3 (267), P. 128–131. <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-128-13>.
16. Reznikova, N. V., Chuhaiev, O. A., Ptashchenko, O. V., Ivashchenko, O. A. (2023). Vplyv osoblyvostei rozvytku pokolinnia Y na stanovlennia suchasnoho mizhnarodnoho rynku pratsi [The influence of the characteristics of the development of generation Y on the formation of the modern international labor market]. *Biznes Inform = Business Inform*, No. 1, P. 89–94. [https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-](https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-89-94)
- ekonomichnoi nauky Ukrainy*. 2016. № 1 (30). С. 29–31.
10. Дибчук Л. В. Сутність та особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5. Т. 2. С. 58–61.
11. Манько А. В. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у бізнесі. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html>.
12. Мозгова В. Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 14. С. 112–119.
13. Окландер М. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія. За ред. М. А. Окландера. Одеса: 2017. 292 с.
14. Окландер М. А. та ін. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія. За ред. В. П. Пилипчука. Київ, 2019. 463 с.
15. Птащенко О., Зима О., Костіна К., Ларінченко М. International marketing as an effective tool of increasing enterprise competitiveness. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2021. Вип. 3 (267). С. 128–131. <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-128-13>.
16. Резнікова Н. В., Чугаєв О. А., Птащенко О. В., Іващенко О. А. Вплив особливостей розвитку покоління Y на становлення сучасного міжнародного ринку праці. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 89–94. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-86-94>. URL: [126](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- 86-94. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-86_94.pdf [in Ukrainian].
17. Reshetnikova, I. L., Yeremenko, Yu. O. (2014). Vykorystannia internet-tekhnologii v marketynhu sfery posluh [The use of Internet technologies in the marketing of services]. *Marketynh v Ukraini = Marketing in Ukraine*, No. 5, P. 47–58 [in Ukrainian].
17. Решетнікова І. Л., Єременко Ю. О. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 5. С. 47–58.
18. Ruban, V. (2017). Tsyfrovyi marketynh: rol ta osoblyvosti vykorystannia [Digital marketing: role and features of use]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii = Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, Vol. 2-2 (08), P. 20–25 [in Ukrainian].
18. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20–25.
19. Sahaidak, M. P., Lavrenov, N. K. (2017). Vykorystannia marketynhovykh instrumentiv i tsyfrovyykh tekhnologii u prosuvanni metalurhiinoi produktsii [The use of marketing tools and digital technologies in the promotion of metallurgical products]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnologii = Marketing and digital technologies*, Vol. 1, No. 1. DOI: 10.15276/mdt.1.1.2017.6. URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/9-1-39-1-10-20171117.pdf [in Ukrainian].
19. Сагайдак М. П., Лавренюв Н. К. Використання маркетингових інструментів і цифрових технологій у просуванні металургійної продукції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. Т. 1, № 1. DOI: 10.15276/mdt.1.1.2017.6. URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/9-1-39-1-10-20171117.pdf.

УДК 339.9

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.15

Теймур А. Касумов

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В СИСТЕМІ
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасному економічному просторі, який характеризується непередбачуваністю, швидкими змінами та надзвичайною конкуренцією, одним із основних завдань підприємств є постійне удосконалення стратегій для збереження і зміцнення своєї конкурентоспроможності. У цьому контексті, інноваційні бізнес-моделі виходять на передній план як незамінний інструмент у системі управління підприємством, який допомагає адаптуватися до нових умов та забезпечувати стабільний розвиток. Стаття присвячена дослідженню ефективності інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства. Гіпотеза наукового дослідження полягає в тому, що запропонована інноваційна бізнес-модель управління конкурентоспроможністю вітчизняного підприємства може сприяти покращенню управлінню бізнес-процесами підприємства. Метою статті є дослідження ефективності інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства в умовах російсько-української війни. З метою проведення дослідження у дослідженні були використані загальнонаукові методи пізнання. Було проведено критичний аналіз наукових статей, книг та інших джерел, що стосуються оцінки та розвитку інноваційних бізнес-моделей. Використовувалися методи наукового дослідження, такі як систематизація літературних джерел, класифікація та критичний аналіз відомостей. Індуктивний та дедуктивний методи використовувалися для систематизації даних щодо етапів розвитку інноваційних бізнес-моделей протягом певного періоду. Дані з різних джерел узагальнювалися, класифікувалися та аналізувалися для будівництва бізнес-моделі управління конкурентоспроможністю вітчизняного підприємства. В результаті дослідження була створена періодизація етапів розвитку інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств. Також на підставі дослідження було запропоновано інноваційну бізнес-модель управління конкурентоспроможністю в умовах російсько-української війни. На основі аналізу було зроблено висновок, що інноваційні бізнес-моделі в системі управління конкурентоспроможністю сприяють активному розвитку прибутковості та ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: *інноваційні бізнес-моделі; конкурентоспроможність; системний підхід; управління інноваціями; поведінка споживачів.*

Tejmur A. Kasumov

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF INNOVATIVE BUSINESS MODELS
IN THE COMPANY'S COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM**

In today's economic environment, characterized by unpredictability, rapid change, and intense competition, one of the main tasks of companies is to constantly improve their strategies to maintain and strengthen their competitiveness. In this context, innovative business models are coming to the fore as an indispensable tool in the company's management system that helps to adapt to new conditions and ensure sustainable development. The article is devoted to the study of the effectiveness of innovative business models in the system of competitiveness management of a modern company. The hypothesis of the research is that the proposed innovative business model for

managing the competitiveness of a domestic company can help to improve the management of business processes of a company. The purpose of the article is to study the effectiveness of innovative business models in the system of managing the competitiveness of a modern company in the context of the Russian-Ukrainian war. In order to conduct the study, general scientific methods of cognition were used. A critical analysis of scientific articles, books and other sources related to the evaluation and development of innovative business models was carried out. Scientific research methods such as systematization of literary sources, classification and critical analysis of information were used. Inductive and deductive methods were used to systematize data on the stages of development of innovative business models over a certain period. Data from various sources were summarized, classified and analyzed to build a business model for managing the competitiveness of a company. As a result of the study, a periodization of the stages of development of innovative business models in the system of competitiveness management of Ukrainian companies was created. Also, based on the study, an innovative business model for managing competitiveness in the context of the Russian-Ukrainian war was proposed. Based on the analysis, it was concluded that innovative business models in the system of competitiveness management contribute to the active development of profitability and efficiency of the company.

Keywords: *innovative business models; competitiveness; systematic approach; innovation management; consumer behavior.*

Постановка проблеми. Значимість інноваційних бізнес-моделей для підприємств зараз проходить глибокі трансформації, до яких належать в першу чергу, технологічні прогреси, зростання складності споживацьких потреб, зміни в психології споживачів, екологічні виклики та регуляторні зміни. Функціонування бізнес-моделей під час російсько-української війни стало складним і важким завданням для багатьох підприємств в Україні. Війна та її наслідки суттєво змінили економічний ландшафт країни. У таких умовах, багато підприємств були змушені переглянути свої бізнес-моделі та адаптуватися до нових реалій. Деякі з них зосередилися на внутрішньому ринку та розвинули стратегії зміцнення імпорту. Інші почали шукати нові ринки експорту та змінили вектори своєї діяльності. Деякі підприємства звернулися до інновацій та технологічного оновлення, щоб підвищити конкурентоспроможність та зменшити залежність від імпорту. Загалом, розвиток бізнес-моделей під час війни став вимогою часу і зараз вимагає креативного та гнучкого підходу до вирішення складних завдань. Всі ці чинники, безперечно, впливають на прийняття стратегічних рішень підприємствами щодо їхньої конкурентоспроможності. Актуальність теми даного дослідження обумовлена активізацією рядом факторів, а саме:

- технологічний прогрес – сучасні технології швидко розвиваються та революціонізують різні галузі індустрії. Впровадження нових технологій стає критичним для створення інноваційних бізнес-моделей, які забезпечують конкурентну перевагу;

- зростаючий рівень конкуренції, який змушує підприємства постійно здійснювати стратегічні перетворення. Все більше сучасних підприємств визнають, що конкурентоспроможність залежить не лише від якості продуктів чи послуг, але і від внутрішніх процесів і структури бізнесу;

- зміни в поведінці споживачів, які стають більш вимогливими та свідомими. Вони шукають продукти, які відповідають їхнім особистим цінностям і мають позитивний вплив на соціальну та екологічну сфери;

- глобальні виклики, такі як зміна клімату, поступове зникнення ресурсів і соціальна нерівність ставлять підприємства перед викликом бути більш екологічно відповідальними у вирішенні цих проблем. Інноваційні бізнес-моделі можуть сприяти створенню стійкого бізнесу, який сприяє розвитку екологічної та соціальної відповідальності;

- зміни в правовому середовищі зараз відбуваються у багатьох сферах, в тому числі, і у кібербезпеки, захисту персональних даних та екологічних стандартах, що мають прямий вплив на бізнес-моделі підприємств.

Отже, можна стверджувати, що інноваційні бізнес-моделі стають важливим інструментом для досягнення і вдосконалення конкурентних переваг підприємства на ринку товарів та послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічну основу даного дослідження складають роботи та напрацювання науковців, серед яких: К.С. Бойченко, В.В. Метьолкін [1], О.А. Гавриш, І.О. Карпенко [3], О.В. Гук, О.В. Фомюк [4], Н.М. Дашенко [5], А. Краєвська, І. Шварц, А. Краєвський, Б. Кондратенко [6], М. Мудра, Ц. Цзін [8], Т. Омельченко [9], О.А. Підлісна [10], О.В. Ткаля, В.В. Кутовий [10], С.В. Позняк [11], Л. Рибалко-Рак, Н. Кужель, А. Цюпа [12], Н.Дж. Фосс та Т. Саєбі [18], М. Кенні, Д. Зісман [19], Р. Аміт, К. Зотт [20] тощо.

Автори А. Краєвська та ін. в своїй праці аналізують тенденції та чинники управління конкурентоспроможністю бізнесу в сучасних умовах, виокремлюючи також проблеми управління конкурентоспроможністю підприємств [6]. Науковці Рибалко-Рак Л. та ін. розглядають сучасні інноваційні особливості формування конкурентної стратегії підприємства та розкривають необхідність поглиблення у вивчення інноваційних бізнес-моделей. Т. Омельченко в своїй праці робить акцент на конкурентоспроможності українських підприємств в умовах війни [9]. Автори К.С. Бойченко та В.В. Метьолкін фокусуються на інноваційному розвитку бізнес-моделей вітчизняних компаній в умовах ліквідації наслідків війни [1]. О.В. Гук та О.В. Фомюк аналізують особливості інноваційного розвитку підприємств в умовах діджиталізації [4].

Особливу увагу інноваційним бізнес-моделям приділили автори Р. Аміт та К. Зотт в своїй фундаментальній та сучасній праці, де стверджують, що модифікування діяльності якогось типу, з тим щоб зробити її швидшою, дешевшою або кращою за якість – це не інновація бізнес-моделей, таким чином руйнується звичне розуміння інновації як вдосконалення. Але автори наполягають, що інновації у сфері бізнес-моделей, які ґрунтуються на способі провадження бізнесу, відкривають нові шляхи до створення цінності, що є дуже цікавим для даного дослідження. А. Аміт описує бізнес-модель, як систему взаємозалежних і взаємопов'язаних видів діяльності (дій, операцій), покликаних задовольнити потреби ринку та створити вигоди для всіх стейкхолдерів. Тобто автори розглядають бізнес-моделі з точки зору 4 вимірів [20]:

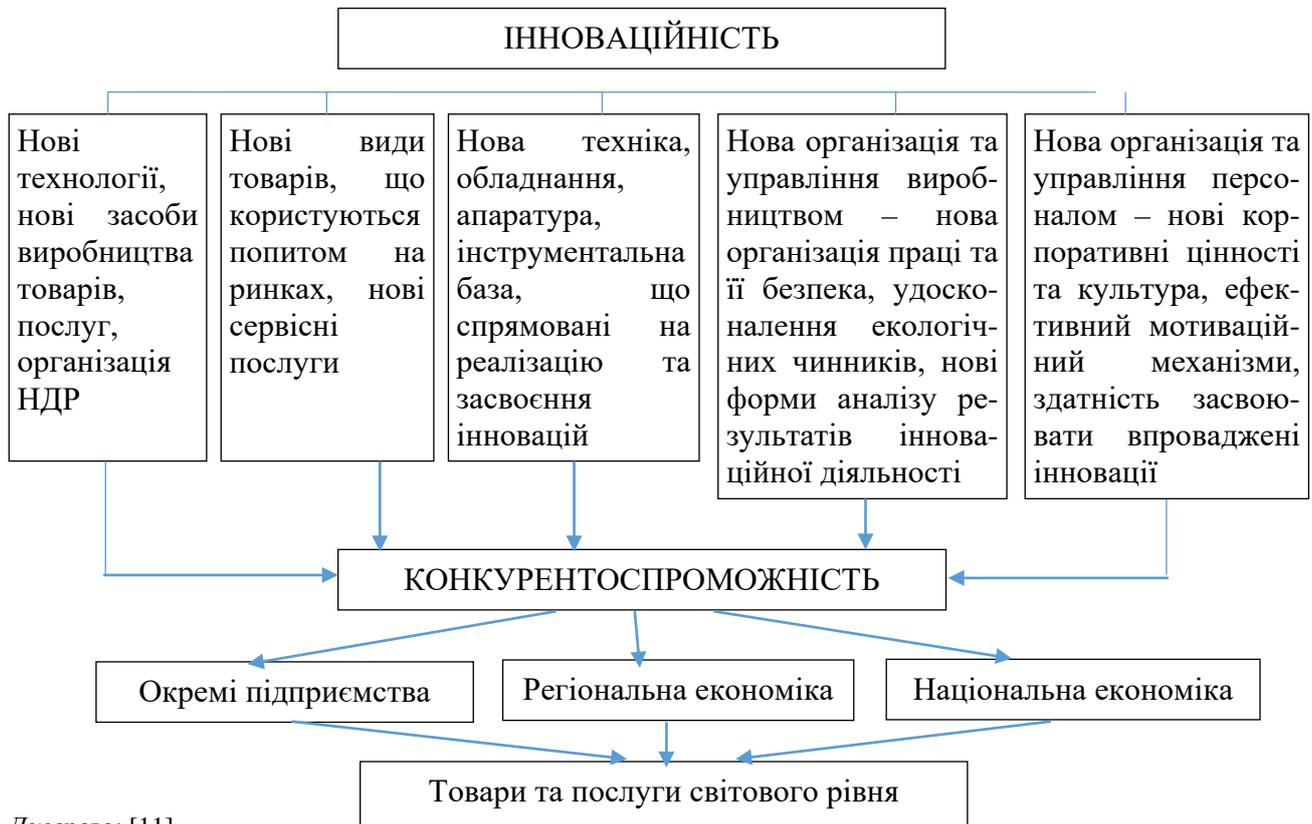
1. Види дій, які мають виконуватися в рамках певної бізнес-стратегії.
2. Послідовність виконання цих дій.
3. Суб'єкт, який виконує кожний із цих видів.
4. Значимість і цінність обраної бізнес-стратегії для всіх стейкхолдерів.

Розуміння стійких конкурентних переваг стало основним напрямком досліджень у Н. Фосса. Ґрунтуючись на припущенні, що стратегічні ресурси розподілені між компаніями неоднорідно і що ці відмінності є стабільними в часі, автор досліджує зв'язок між ресурсами компанії та стійкою конкурентною перевагою. Він пропонує чотири емпіричні показники потенціалу ресурсів компанії для створення стійкої конкурентної переваги: цінність; рідкість; імітованість; замінність.

Модель Н. Фосса застосовується для аналізу потенціалу кількох ресурсів компанії для створення стійких конкурентних переваг. Також він аналізує наслідки цієї моделі стійких конкурентних переваг для інших бізнес-дисциплін [18].

Науковець С.В. Позняк в своїй праці досліджує забезпечення конкурентних переваг вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. Автор вважає, що лише інноваційний

прогрес здатний підвищити конкурентоспроможність української продукції для успішної конкуренції на міжнародних ринках. С.В. Позняк стверджує, що ефективне впровадження інновацій може створити суттєві стратегічні переваги в найбільш конкурентних галузях. Також, важливим аспектом є візуалізація бізнес-моделі, яка ілюструє вплив інновацій на формування конкурентоспроможності системи. яку надав С.В. Позняк (рис. 1) [11].



Джерело: [11].

Рис. 1. Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможністю підприємства

Таким чином, можна визначити, що наукова спільнота має чотири основних напрями дослідження в галузі ефективного бізнес-моделювання. Проте, існують невирішені аспекти цієї загальної проблеми, які включають наступні:

По-перше, наукові дослідження не розкривали бізнес-моделі з точки зору остаточного результату, а саме успішного завершення продажу товарів споживачам, що визначає успіх або невдачу підприємства та його бізнес-моделі.

По-друге, навіть ті дослідження, які зосереджувалися на розкритті організації збуту та маркетингової діяльності в цілому, не були системними і не надавали підприємствам конкретних інструментів для дії і мали переважно поверхневий характер.

По-третє, наукові роботи в цій галузі не враховують специфічних особливостей розвитку вітчизняного бізнесу.

Четвертим недоліком є відсутність аспекту прогнозування розвитку ринку та взаємин між споживачами і постачальниками у дослідженнях, спрямованих на інноваційний аспект бізнес-моделювання. Дане врахування має допомогти підприємствам діяти передчасно, а не реагувати на ринкові виклики, особливо в умовах російсько-української війни.

Отже, автором пропонується наступне визначення інноваційних бізнес-моделей, які мають значний потенціал для покращення і оптимізації процесів збуту та забезпечення

більшої конкурентоспроможності підприємства. Інноваційна бізнес-модель – це система стратегічних рішень та дій, які спрямовані на вдосконалення традиційних методів збуту та створення нових способів продажу товарів або послуг. Інноваційна бізнес-модель із збутової точки зору, може включати в себе новаторські підходи до взаємодії з клієнтами, оптимізацію каналів продажу, зміни у стратегіях ціноутворення та рекламній діяльності.

Таким чином, варто відзначити саме чому інноваційні бізнес-моделі є корисними для збуту, з точки зору автора.

- розширення асортименту продукції чи послуг – інноваційні бізнес-моделі можуть дозволити підприємству створити нові продукти або послуги, які відповідатимуть потребам клієнтів, що призведе до збільшення продажів;

- підвищення рівня обслуговування клієнтів – інноваційні бізнес-моделі можуть допомогти підприємству вдосконалити якість обслуговування клієнтів, надаючи їм більше зручностей та персоналізованих послуг;

- оптимізація процесів замовлення та постачання – інноваційні бізнес-моделі можуть спростити процеси замовлення, доставки та постачання товарів, що полегшує взаємодію з клієнтами та, насамперед, зменшує витрати;

- зростаючий рівень цифровізації в країні – цифрові інновації дозволяють впроваджувати ефективні інструменти для взаємодії з клієнтами, відстеження продажів, аналізу даних та управління запасами;

- створення конкурентних переваг – інноваційні підходи до збуту можуть дозволити підприємству вирізнятися серед конкурентів, привертаючи клієнтів унікальними пропозиціями та послугами;

- залучення нових ринків та аудиторій – інноваційні бізнес-моделі можуть відкривати можливості для входу на нові ринки або залучення нових аудиторій, що сприяє росту обсягів продажів;

- оптимізація ціноутворення – інноваційні бізнес-моделі можуть включати в себе нові методи ціноутворення, що дозволяють підприємству максимізувати прибуток та привертати більше клієнтів

Метою даної статті є дослідження ефективності інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства в умовах російсько-української війни. Для досягнення мети в процесі дослідження виконані такі завдання:

1. Розкрито основні підходи до визначення «інноваційна бізнес-модель».

2. Надано характеристику найсучасніших інноваційних бізнес-моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

3. Запропоновано періодизація розвитку інноваційних бізнес-моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

4. Розроблено інноваційну бізнес-модель управління конкурентоспроможністю вітчизняного підприємства в умовах російсько-української війни.

Матеріали та методи. З метою проведення дослідження використовуються загальнонаукові методи пізнання. Критичний аналіз наукової літератури з теми дослідження. Було проведено критичний аналіз наукових статей, книг та інших джерел, що стосуються оцінки та розвитку інноваційних бізнес-моделей. Використовувалися методи наукового дослідження, такі як систематизація літературних джерел, класифікація та критичний аналіз відомостей. Індуктивний метод. Даний метод використовувався для систематизації даних щодо розкриття інформації стосовно найсучасніших інноваційних бізнес-моделей управління конкурентоспроможністю підприємства. Метод моделювання було використано з метою будування моделі інноваційної бізнес-моделі управління конкурентоспроможністю вітчизняного підприємства в умовах російсько-української війни.

Результати та обговорення. Як було зазначено вище, сучасне бізнес-середовище вимагає від підприємств не тільки адаптації до швидких змін, але й активного впровадження інноваційних рішень для забезпечення конкурентоспроможності. З незупинним розвитком технологій, зростаючою конкуренцією та надзвичайною турбулентністю споживчих уподобань, підприємства змушені шукати нові підходи до управління, щоб мати ефективну та прибуткову діяльність у нових реаліях. Саме тут інноваційні бізнес-моделі стають ключовим інструментом для досягнення конкурентної переваги. Вони дозволяють підприємствам не просто реагувати на зміни, але й активно формувати майбутнє, створюючи нові можливості та реалізуючи їх з успіхом [2].

Для подальшого розуміння необхідності існування та впровадження інноваційних бізнес-моделей доцільно представити найсучасніші інноваційні бізнес-моделі, які використовуються підприємствами для підвищення конкурентоспроможності. Кожна з представлених нижче, моделей, має свої особливості та принципи, але всі вони спрямовані на досягнення одного – забезпечення стабільної та успішної діяльності в умовах непередбачуваності бізнес-середовища.

Результати представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Найсучасніші інноваційні бізнес-моделі управління конкурентоспроможністю підприємства

№	Найменування БМ	Опис БМ	Зміст БМ	Практика використання
1	Модель Freemium	Дана модель використовується підприємством для надання базових продуктів або послуг безкоштовно, але із пропонуванням більш розширених функцій або додаткового функціоналу за певну плату. Це дозволяє залучити більше споживачів з метою перетворення їх на платних клієнтів.	Надавання базового продукту або послуги безкоштовно але з подальшою метою запропонування розширених функцій за плату.	Ресурс Spotify, який надає доступ до музики безкоштовно, але пропонує платні підписки для видалення реклами та отримання додаткових функцій, таких як офлайн-програвання.
2	Платформена модель	Підприємства створюють цифрові платформи, які об'єднують різні групи учасників (наприклад, покупців і продавців) і забезпечують їм можливість спільно взаємодіяти.	Створення цифрової платформи, яка об'єднує різні групи учасників та дозволяє їм взаємодіяти.	Amazon – це платформа, де продавці можуть продавати свої товари, а покупці можуть здійснювати покупки та відслідковувати їхні замовлення.
3	Green economic	Підприємства враховують сталість використання ресурсів та екологічні аспекти у своїй діяльності. Це включає в себе зменшення викидів CO ₂ , використання відновлюваних джерел енергії та зменшення відходів.	Врахування екологічних аспектів у виробництві та споживанні, з метою зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.	Tesla, яка виробляє електромобілі з метою зменшення викидів CO ₂ та інших забруднювачів.

Продовження табл. 1

№	Найменування БМ	Опис БМ	Зміст БМ	Практика використання
4	Модель Спільного споживання (Sharing Economy):	Підприємства сприяють спільному використанню ресурсів, які раніше були б приватними.	Сприяння спільному використанню ресурсів, таких як автомобілі, житло та інші, замість володіння ними.	Airbnb – платформа, яка дозволяє людям здавати в оренду своє житло тим, хто шукає тимчасове проживання.
5	Модель «Блокчейн»	Використання технології блокчейн для забезпечення безпеки, ділової прозорості та ефективності в областях, таких як фінанси, логістика та управління ланцюгом постачання.	Використання розподіленої системи реєстрації даних для забезпечення безпеки та прозорості у бізнес-процесах.	IBM Blockchain, яка надає рішення для покращення ланцюга постачання та відстеження даних.
6	Модель «Інтернету послуг» (Internet of Services – IoS)	Розширення традиційних послуг завдяки використанню інтернет-технологій та платформ для полегшення обміну інформацією і співпраці між організаціями та клієнтами.	Розширення традиційних послуг завдяки використанню інтернет-технологій та платформ для полегшення обміну інформацією і співпраці між організаціями та клієнтами.	Salesforce – платформа для управління відносинами з клієнтами (CRM), яка надає послуги в області продажів, маркетингу та обслуговування клієнтів через хмарний доступ.
7	Модель Безкоштовного монетизації (Free-Monetization)	Це бізнес-модель, в якій підприємство надає свій продукт або послугу безкоштовно для користувачів, а прибуток генерується через інші монетизаційні канали.	Основна ідея полягає в тому, що безкоштовний доступ до продукту або послуги приваблює більше користувачів, що в свою чергу збільшує можливість заробітку.	Google, який надає безкоштовний доступ до пошуку та електронної пошти і заробляє на рекламі.
8	Модель «Інноваційної платформи» (Innovation Platform)	Це бізнес-модель, в якій підприємство створює та утримує платформу або інфраструктуру, яка дозволяє іншим компаніям або розробникам створювати, розширювати і інтегрувати інноваційні продукти та послуги.	Підприємство створює платформу, на якій інші компанії можуть розробляти та запускати власні інноваційні продукти та послуги.	Apple, яка надає розвиток додатків для iOS через App Store.

Продовження табл. 1

№	Найменування БМ	Опис БМ	Зміст БМ	Практика використання
9	Модель «Доставки за запитом» (On-Demand Delivery)	Це бізнес-модель, яка передбачає надання послуги доставки товарів або послуг на запит користувачів через мобільні додатки або веб-платформи. Ця модель відповідає росту попиту на зручні та швидкі послуги доставки, які можна замовити в будь-який час і в будь-якому місці.	Платформи, які надають послуги доставки, транспортування або інші послуги за запитом через мобільні додатки.	Uber Eats, який дозволяє замовляти доставку їжі з ресторанів за запитом.

Джерело: власна розробка автора на основі [2, 7, 8, 10, 13].

Таким чином, кожна з цих моделей має свої переваги та недоліки і може бути використана в залежності від специфіки бізнесу та цілей підприємства. Важливо розуміти, які моделі найкраще підходять для конкретного бізнесу та як їх інтегрувати для досягнення успіху на ринку. Отже, інноваційні бізнес-моделі стають ключовим інструментом для адаптації до змін на ринку та забезпечення конкурентоспроможності.

Досліджуючи розвиток інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємства, автором було запропоновано розбити його на п'ять основних періодів (табл. 2).

Таблиця 2

Періоди розвитку інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємства

Назва періоду	Роки	Притаманні риси
Ринок продавця	1991–2000	1. Різке падіння вітчизняного виробництва. 2. Скорочення пропозиції. 3. Зростання грошової маси. 4. Гіперінфляція. 5. Необхідність вкладення грошової маси, що знецінюється, в будь-які товари, що ростуть в ціні.
Ринок довірливого покупця	2001–2010	1. Високий рівень довіри та лояльності споживачів. 2. Активізація можливостей маркетингу та реклами. 3. Фінансова безграмотність населення.
Ринок розгубленого продавця	2011–2020	1. Руйнування колишніх ланцюгів збуту. 2. Падіння цілих індустрій, що стали непотрібними у зв'язку перетворення інтернету в комерцію. 3. Вільний контроль та моніторинг споживачами цін. 4. перехід частини бізнесу в онлайн після появи вірусу КОВІД-19. 5. Віра бізнесу у всемогутність інтернету.
Ринок терору покупця чи ринок споживчого терору	2021–2030	1. Максимальні вимоги до якості. 2. Абсолютна конкуренція між продавцями. 3. Постійний тиск на інновації. 4. Миттєва реакція на вимоги споживачів. 5. Максимальна лояльність споживачів. 6. Абсолютна відкритість інформації.

Продовження табл. 2

Назва періоду	Роки	Притаманні риси
Ринок егоїстичного покупця	2031– 2040	1. Індивідуалізм. 2. Високий рівень раціональності. 3. Особлива увага до вартості товару, послуги. 4. Мінливість вимог. 5. Вибірковість і вимогливість.

Джерело: власна розробка автора.

Перший період доцільно назвати «ринок продавця» бо саме цей період з одного боку, характеризувався входженням України в ринкову економіку та вільний ринок, а з іншого боку мав низку характеристик, які заклали основу відставання вітчизняних бізнес-моделей.

Період «ринок продавця» – це термін, що використовується в контексті макроекономіки та маркетингу для опису ситуації на ринку, коли підприємства або продавці мають перевагу і контроль над умовами продажу своїх товарів або послуг. У цьому періоді попит на товари або послуги перевищує їхню пропозицію, і, отже, продавці можуть встановлювати вищі ціни та накладати умови на покупців.

Отже, наведена інформація щодо «ринку продавця» дозволяє зробити висновок, що певні фактори зумовили домінування на ринку постачальника, продавця, без необхідності застосування значних методичних і організаційних зусиль і витрат у розвиток збутових технологій. Період «ринку продавця» може бути корисним для підприємств, але важливо розуміти, що він може бути тимчасовим і змінюватися в залежності від різних факторів, таких як зміни в попиті, конкуренції на ринку, регулюванням та іншими чинниками. Тому, на зміну цього періоду приходить наступний – «ринок довірливого покупця» (табл. 2).

Другий період, (2001 р. до 2010 р.), відомий як «ринок довірливого покупця» розпочався з грошової реформи 1996 року та фінансової кризи у 1998 році. Однак важливо відзначити, що в цей період в активному платоспроможному віці перебувало населення, народжене в період з 1950 по 1970 роки, яке виросло в умовах планової економіки та потрапило в нове середовище відкритого ринку. Саме ця група населення має наступні характерні риси: довіра рекламі; довіра до привабливого упакування товарів і спеціального одягу (наприклад, одяг менеджера з продажу або консультанта); схильність до простих, але агресивних методів продажу; довіра банківським установам та кредити; фінансова неграмотність у веденні бюджетів як домогосподарств, так і підприємств. Таке покоління стало легкою мішенню для бізнесу, включаючи недоброчесних гравців ринку. Тому, навіть при деякому зменшенні економічного зростання порівняно з попереднім десятиріччям, бізнес не відчував необхідності розширювати межі традиційної реклами. На цьому етапі вартість споживання вимірювалася не науковими або методичними показниками, а фінансовими - на засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, друковані та зовнішні рекламні канали, і тому поділ рекламних бюджетів постійно зростав.

Основною проблемою, яку породила ця ера – орієнтація на постачальника та продавця. Відсутність методичних підходів до циклу прийняття рішень клієнтів. Дослідження та курси навчання того періоду базувалися у переважній більшості на класичній моделі «Знайомство-Презентація-Відпрацювання заперечень – Продаж» на рівні особистих продажів та «Виробництво-оптовий торговець – Роздрібний магазин – Споживач» на рівні підприємства. Відсутньою ланкою еволюції на цьому етапі виступив «Цикл прийняття рішення клієнтом».

Третій період – «ринок розгубленого продавця» (2011–2020 рр.) – це період на ринку, коли продавці стикаються з великими труднощами у веденні свого бізнесу через

невизначеність, важкість у визначенні стратегій та надзвичайний рівень конкуренції. Основні характеристики ринку бізнес-моделей у цьому періоді пов'язані безпосередньо із динамічним розвитком Інтернету.

Починаючи з початку 2010-х років, активний розвиток Інтернету призвів до руйнівного впливу на бізнес, який був абсолютно неготовий до таких змін, що стало наслідком помилкової будови бізнес-моделей конкурентоспроможності у попередніх періодах і недостатньої здатності передбачити, що станеться у майбутньому. Безліч підприємців опинилися беззахисними перед можливістю клієнтів порівнювати ціни та відмовлятися від переплачувати за товари. Багато великих і малих підприємств, які не адаптували свої бізнес-моделі до таких змін, були змушені припинити свою діяльність.

Також підприємства-посередники втратили своє місце на ринку, оскільки Інтернет скоротив ланцюжки поставок, дозволивши клієнтам безпосередньо контактувати з виробниками та постачальниками. Крім того, багато підприємств, які надавали послуги і які тепер дублювалися Інтернетом, стали під загрозою, включаючи друковані видання, пресу та фотодрукарні.

Найсуттєвішим аспектом бізнес-моделі, який було втрачено на цьому етапі, стала складність та комплексність використання всіх інструментів продажу. 2010 рік можна розглядати як точку відліку, коли продавці та постачальники втратили контроль над процесом збуту, і споживачі перейняли ініціативу в обміні товарів та грошей.

Четвертим періодом, який було зазначено в авторській періодизації виступає ера «ринку терору покупця» або ера «споживчого терору», яка характеризується подоланням домінування бізнеса над споживчим ринком. У це десятиріччя до активної життєвої фази вступає населення, якому на момент здобуття Україною незалежності було від 0 до 20 років. Тобто, після закінчення 30 років Незалежності, можна говорити про повну зміну покоління, і приходу до правління на ринку покоління, народженого у вільній країні, з новою ментальністю і характером споживання.

Отже, такий період «ринку споживчого терору» є досить екстремальним і в даному контексті використовується для опису ситуації на вітчизняному ринку, коли споживачі мають абсолютний контроль над продавцями і вимагають від них максимальних умов покупки та послуг. У такому випадку споживачі є абсолютною авторитетною силою на ринку, і їхні вимоги виконуються безумовно.

Характерними рисами цього періоду є:

1. Культура надання відгуків, де споживачі вільно та активно діляться своїми думками та враженнями.
2. Прозорість відгуків про бізнес та роботодавців, що дозволяє споживачам отримувати об'єктивну інформацію.
3. Відкритість щодо інформації про економічний стан бізнесу, що допомагає споживачам робити обґрунтований вибір.
4. Відкритість інформації щодо юридичного статусу бізнесу, що сприяє більшій довірі споживачів.
5. Культура так званих «розслідувань» у YouTube та інших платформах.

На цьому етапі бізнес продовжує отримувати удари через недооцінку важливості якості обслуговування та недосконале управління репутацією. Тепер споживачі не лише можуть вивчати та порівнювати ціни постачальників, але також можуть впливати на бізнес, завдаючи збитку великим підприємствам, що дозволяє знизити витрати на рекламу та маркетинг. Управління якістю та репутацією стає важливим аспектом ефективної бізнес-моделі на цьому етапі.

П'ятий період, що було виділено автором, виступає ера «ринку егоїстичного покупця».



Джерело: власна розробка автора.

Рис. 2. Інноваційна бізнес-модель управління конкурентоспроможністю івітчизняного підприємства

Нижче представлена інноваційна бізнес-модель управління конкурентоспроможністю підприємством з точки зору ефективності збутової політики підприємства, яка має відповідати наступним критеріям (рис. 2):

1. Модель повинна мати системний характер, охоплювати усі компоненти конструкції конкурентоспроможності, які було розглянуто в даному дослідженні.

2. Модель має охоплювати усі доступні інструменти просування на ринку, надаючи бізнесу можливість комплексного розвитку бізнесу, захищаючи підприємництво від помилок маркетингового перекосу і не роблячи його заручниками медіа монополій, таких як Google та Meta.

3. Модель повинна включати компонент управління якістю, та репутацію.

4. Модель повинна спиратися на запропоновану періодизацію з метою мінімізації помилок у майбутньому.

5. Модель має бути актуальною, та спиратись на умови сьогодення.

Побудова інноваційної бізнес-моделі для управління конкурентоспроможністю вітчизняного підприємства є ключовим фактором для досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі, особливо в умовах російсько-української війни. Загалом, побудова інноваційної бізнес-моделі вимагає систематичного та стратегічного підходу, спрямованого забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах довготривалої війни.

Отже, наведені структурні елементи є ключовими складовими моделі бізнесу, які допомагають досягти успіху та забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Інновації додають цим елементам нові можливості та сприяють покращенню їх функціонування.

Висновки. Загальний висновок по даному дослідженні полягає в тому, що інноваційне бізнес-моделювання та його наукове вивчення становлять важливий аспект сучасного підприємництва і управління конкурентоспроможністю. Сьогодні потрібно враховувати багато аспектів для налагодження управління конкурентоспроможністю. Дослідження бізнес-моделей мають більше акцентувати увагу на кінцевому результаті, а саме на успішних продажах товарів споживачам, оскільки саме це визначає успіх чи поразку підприємства та його бізнес-моделі. Дослідження в галузі організації збуту та маркетингу повинні бути більш системними та надавати підприємствам конкретні інструменти для дії, а не мати поверхневий характер. Навіть якщо дослідження орієнтовані на інноваційний аспект бізнес-моделювання, вони повинні включати аналіз прогнозування еволюції ринку та відносин між споживачами та постачальниками, що дозволило б підприємствам діяти передчасно та ефективно реагувати на зміни на ринку. Отже, усі ці аспекти показують, що бізнес-моделювання - це складна та багатогранна проблема, яка вимагає більш глибокого та системного дослідження для розвитку більш ефективних стратегій управління та підтримки підприємств у сучасному бізнес-середовищі. В результаті дослідження була створена періодизація етапів розвитку інноваційних бізнес-моделей в системі управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємства. Також на підставі дослідження було запропоновано інноваційну бізнес-модель управління конкурентоспроможністю в умовах російсько-української війни.

References

1. Boichenko, K. S., Mietiolkin, V. V. (2023). Innovatsiyni rozvytok biznes-modelei vitchyznianskykh kompanii v umovakh likvidatsii naslidkiv viiny [Innovative Development of Business Models of Domestic Companies in the Context of War Consequences Elimination]. *Svit naukovykh doslidzhen = The world of scientific research*, No. 17, P. 26–28. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4423/> [in Ukrainian].
2. Vatchenko, B. S., Sharanov, R. S. (2022). Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom v umovakh viiny [Anti-crisis management of the enterprise in the conditions of war]. *Ekonomichnyi prostir = Economic space*, No. 182, P. 38–43 [in Ukrainian].

Література

1. Бойченко К. С., Метьолкін В. В. Інноваційний розвиток бізнес-моделей вітчизняних компаній в умовах ліквідації наслідків війни. *Світ наукових досліджень*. 2023. № 17. С. 26–28. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4423/>
2. Ватченко Б. С., Шаранов, Р. С. Антикризове управління підприємством в умовах війни. *Економічний простір*. 2022. № 182. С. 38–43.

3. Havrish, O. A., Karpenko, I. O. (2023). Innovatsii yak imperatyv konkurentospromozhnosti transnatsionalnykh korporatsii na hlobalnykh rynkakh [Innovation as an imperative for the competitiveness of multinational corporations in global markets]. *Economic Synergy*, No. 1, P. 136–150. URL: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-1-11> [in Ukrainian].
4. Huk, O. V., Fomiuk, O. V. (2023). Osoblyvosti innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv v umovakh didzhitalizatsii [Features of innovative development of enterprises in the context of digitalization]. *Informatsiine suspilstvo: tekhnolohichni, ekonomichni ta tekhnichni aspekty stanovlennia = Information society: technological, economic and technical aspects of formation*, No. 79, P. 38–39. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-1226/> [in Ukrainian].
5. Dashchenko, N. M. (2020). Vprovadzhennia modeli vidkrytykh innovatsii dlia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Implementation of the open innovation model to increase the competitiveness of enterprises]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi = Problems of the systemic approach in the economy*, No. 3 (77)-1, P. 105–110 [in Ukrainian].
6. Kraievska, A., Shvarts, I., Kraievskiy, A., Kondratenko, B. (2023). Tendentsii ta chynnyky upravlinnia konkurentospromozhnistiu biznesu v suchasnykh umovakh [Trends and factors of business competitiveness management in modern conditions]. *Modeling the Development of the Economic Systems*, No. 2, P. 173–178. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-23> [in Ukrainian].
7. Kraus, K. M., Kraus, N. M., Manzhura, O. V. (2022). Blockchain yak novitnii finansovy i instytut: protsesy, stratehii, tekhnolohii ta praktyka zastosuvannia v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [Blockchain as the newest financial institution: processes, strategies, technologies and application practices in the context of digitalization of the economy]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, No. 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9883> [in Ukrainian].
8. Mudra, M., Tsiin, Ts. (2023). Suchasni tekhnolohii formuvannia stratehii marketynhovoho menedzhmentu pidpriemstv yak imperatyv yikh innovatsiinoho rozvytku [Modern technologies of forming strategies of marketing management of enterprises as an
3. Гавриш О. А., Карпенко І. О. Інновації як імператив конкурентоспроможності транснаціональних корпорацій на глобальних ринках. *Economic Synergy*. 2023. No. 1. С. 136–150. URL: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-1-11>.
4. Гук О. В., Фомюк О. В. Особливості інноваційного розвитку підприємств в умовах діджиталізації. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення*. 2023. № 79. С. 38–39. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-1226/>
5. Дащенко Н. М. Впровадження моделі відкритих інновацій для підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 3 (77)-1. С. 105–110.
6. Краєвська А., Шварц І., Краєвський А., Кондратенко Б. Тенденції та чинники управління конкурентоспроможністю бізнесу в сучасних умовах. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2023. No. 2. С. 173–178. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-23>.
7. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Blockchain як новітній фінансовий інститут: процеси, стратегії, технології та практика застосування в умовах цифровізації економіки. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9883>.
8. Мудра М., Цзін Ц. Сучасні технології формування стратегій маркетингового менеджменту підприємств як імператив їх інноваційного розвитку. *Просторовий розвиток*. 2023. No. 4. С. 176–185. URL:

- imperative of their innovative development]. *Prostorovyi rozvytok = Spatial development*, No. 4, P. 176–185. URL: <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2023.4.176-185> [in Ukrainian].
9. Omelchenko, T. (2022). Konkurentospromozhnist ukrainskykh pidpriemstv v umovakh viiny [Competitiveness of Ukrainian enterprises in the conditions of war]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia = Economics and organization of management*, № 3 (47), P. 94–103. DOI: 10.31558/2307-2318.2022.3.10 [in Ukrainian].
10. Pidlisna, O. A. (2022). Systematyzatsiia pidkhodiv do innovatsiinykh zmin u strukturi pidpriemstva pid chas relokatsii [Systematization of Approaches to Innovative Changes in the Enterprise Structure during Relocation]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut" = Economic Bulletin National Technical University of Ukraine "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"*, № 24, P. 63–69 [in Ukrainian].
11. Pozniak, S. V. (2015). Zabezpechennia konkurentnykh perevah vitchyznianykh pidpriemstv na mizhnarodnomu rynku [Ensuring competitive advantages of domestic enterprises in the international market]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/130.pdf [in Ukrainian].
12. Rybalko-Rak, L., Kuzhel, N., Tsiupa, A. (2023). Suchasni innovatsiini osoblyvosti formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstva [Modern innovative features of the formation of competitive strategy of the enterprise]. *Stratehii hlobalnoi konkurentospromozhnosti: sotsialno-ekonomichni vymiry = Strategies of global competitiveness: socio-economic dimensions*, P. 209–211 [in Ukrainian].
13. Smetaniuk, O., Tsiisar, D. (2023). Platformy yak biznes-model: zdobuttia konkurentnoi perevahy cherez ekosystemnyi pidkhid [Platforms as a business model: gaining a competitive advantage through an ecosystem approach]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu = Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, No. 3, P. 386–390 [in Ukrainian].
14. Chumak, A. S., Huk, O. V. (2022). Tsyfrova transformatsiia vitchyznianykh pidpriemstv [Digital transformation of domestic enterprises]. *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektvyu =* <https://doi.org/10.32347/2786-7269.2023.4.176-185>. 176-185.
9. Омельченко Т. Конкуренентоспроможність українських підприємств в умовах війни. *Економіка і організація управління*. 2022. № 3 (47). С. 94–103. DOI: 10.31558/2307-2318.2022.3.10.
10. Підлісна О. А. Систематизація підходів до інноваційних змін у структурі підприємства під час релокації. *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. 2022. № 24. С. 63–69.
11. Позняк С. В. Забезпечення конкурентних переваг вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/130.pdf.
12. Рибалко-Рак Л., Кужель Н., Цюпа А. Сучасні інноваційні особливості формування конкурентної стратегії підприємства. *Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри*. 2023. С. 209–211.
13. Сметанюк О., Цісар Д. Платформи як бізнес-модель: здобуття конкурентної переваги через екосистемний підхід. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 3. С. 386–390.
14. Чумак А. С., Гук О. В. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2022. С. 117.

- Business, innovation, management: problems and prospects*, P. 117. URL: https://fmm.kpi.ua/?page_id=257 [in Ukrainian].
15. Shenderivska, L. P., Huk, O. V., Mokhonko, H. A. (2022). *ransformatsiia biznes-modelei vydavnytstv v umovakh viiny ta pandemii* [Transformation of publishing business models in the context of war and pandemic]. *Ekonomichnyi prostir = Economic space*, No. 179, P. 79–85 [in Ukrainian].
16. Shostak, I. (2018). *Sharing, yak innovatsiina komponenta biznes-systemy* [Sharing as an innovative component of the business system]. *Marketynh ta menedzhment u fokusi vyklykiv novoi ekonomiky = Marketing and management in the focus of new economy challenges*, P. 340–341 [in Ukrainian].
17. Chaffey, D., Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & Francis. 690 p.
18. Foss, N. J., Saebi, T. (2017). Fifteen years of research on business model innovation. *Journal of Management*, 43, P. 200–227.
19. Kenney, M., Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), P. 61–69.
20. Amit, R., Zott, Ch. (2020). *Business Model Innovation Strategy: Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders*. 1st Edition. Publisher Wiley. 400 p.
- URL: https://fmm.kpi.ua/?page_id=257.
15. Шендерівська Л. П., Гук О. В., Мохонько Г. А. Трансформація бізнес-моделей видавництва в умовах війни та пандемії. *Економічний простір*. 2022. № 179. С. 79–85.
16. Шостак І. Sharing, як інноваційна компонента бізнес-системи. *Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки*. 2018. С. 340–341.
17. Chaffey D., Smith P. R. Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Taylor & Francis, 2022. 690 p.
18. Foss N. J., Saebi T. Fifteen years of research on business model innovation. *Journal of Management*. 2017. Vol. 43. P. 200–227.
19. Kenney M., Zysman J. The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 2016. No. 32 (3). P. 61–69.
20. Amit R., Zott Ch. Business Model Innovation Strategy: Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders. 1st Edition. Publisher Wiley, 2020. 400 p.

УДК 332.1

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.4.16

Мар`яна С. Шкода, Яна І. Онофрійчук
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
БІБЛІОГРАФІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ
«КЛАСТЕРООБ`ЄДНАНІ ПІДПРИЄМСТВА»

В статті досліджено економічну сутність поняття «кластерооб`єднані підприємства». Виділено, що в процесі свого розвитку кластерна теорія застосовувалася для вирішення наступних завдань: при аналізі конкурентоспроможності промисловості, країн та регіонів; як основа промислової політики; як механізм стимулювання інноваційної діяльності; як основа для підтримки та дослідження взаємодій між великим та малим бізнесом. Це дозволило обґрунтувати, що на сучасному етапі кластери є інноваційною формою резервних систем модернізації національної економіки та фактором її сталої конкурентоспроможності. Для уточнення економічної сутності поняття «кластерооб`єднаних підприємств» прийнято використати бібліографічний аналіз, вивчення співвідношень споріднених понять, а також міждисциплінарний підхід. Провівши бібліографічний аналіз поняття «кластерооб`єднані підприємства» протягом 2020–2023 років підкреслено, що дане поняття зустрічається у 94 наукових публікаціях. Для чіткого визначення тенденцій досліджень, щодо досліджуваного поняття, було обрано публікації, що проіндексовані міжнародною базою даних CrossRef. В процесі аналізу виділено 6 кластерів, серед найвагоміших підкреслено перші три. Кластер 1 – найсильніші зв`язки тут спостерігаються з такими близькими за змістом понятійними категоріями як «альянс», «хайтек технології», «інноваційне управління», «економіка знань», «шерінг знань» та ін.; Кластер 2 – найсильніші зв`язки з «бізнес-кластер», «кластерний розвиток», «промислова організація», «економічна система» та ін.; властивістю Кластеру 3 є «Економічний простір». У зв`язку з проведеним бібліографічним аналізом визначено, що атрибутивні характеристики поняття «кластерооб`єднані підприємства» як взаємодії суб`єктів господарювання функціонують у межах трьох просторів – географічного, економічного та інноваційного, що взаємовпливають та взаємодоповнюють один на одного.

Ключові слова: кластер; кластерооб`єднані підприємства; бібліографічний аналіз; інтегровані структури; кластерна теорія; програма VOSviewer.

Mariana S. Shkoda, Yana I. Onofriichuk
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
BIBLIOGRAPHICAL STUDY OF THE ECONOMIC ESSENCE OF THE CONCEPT
"CLUSTER-UNITED ENTERPRISES"

The article examines the economic essence of the concept of "cluster-united enterprises". It is highlighted that during its development, the cluster theory was used to solve the following tasks: when analyzing the competitiveness of industry, countries and regions; as the basis of industrial policy; as a mechanism for stimulating innovative activity; as a basis for supporting and researching interactions between large and small businesses. This made it possible to substantiate that at the current stage, clusters are an innovative form of reserve systems for the modernization of the national economy and a factor in its sustainable competitiveness. To clarify the economic essence of the concept of "cluster-united enterprises" it is customary to use bibliographic analysis, the study of the relationships of related concepts, as well as an interdisciplinary approach. After conducting a bibliographic analysis of the concept of "cluster-united enterprises" during 2020–2023, it was emphasized that this concept is found in 94 scientific publications. Publications indexed by the international CrossRef database were selected for a clear definition of research

trends regarding the researched concept. In the process of analysis, 6 clusters were identified, among the most important, the first three are emphasized. Cluster 1 – the strongest connections are observed here with such conceptual categories as "alliance", "high-tech technologies", "innovative management", "knowledge economy", "knowledge sharing", etc.; Cluster 2 – the strongest connections with "business cluster", "cluster development", "industrial organization", "economic system", etc.; the property of Cluster 3 is "Economic Space". In connection with the conducted bibliographic analysis, it was determined that the attributive characteristics of the concept of "cluster-united enterprises" as the interaction of business entities function within three spaces – geographical, economic and innovative, which mutually influence and complement each other.

Keywords: cluster; cluster-united enterprises; bibliographic analysis; integrated structures; cluster theory; VOSviewer program.

Постановка проблеми. Незважаючи на кризові явища у світовій економіці, важливість розвитку інновацій і наукомістких технологій лише посилюється рік у рік. Ще у 2009 р. у розроблених ОЕСР стратегічних рекомендаціях приділялася увага не тільки загальним заходам якнайшвидшої стабілізації економіки, а й розвитку інновацій та збільшення інвестицій в людський капітал як найважливіші фактори сталого зростання в довгостроковій перспективі.

У сучасному світі існує тенденція до взаємодії та об'єднання зусиль і ресурсів різних підприємств з метою підтримки та посилення їх конкурентоспроможності, що зумовлює взаємозалежність економічних суб'єктів. В той же час, в останні два десятиліття підприємства різних типів у галузі взаємодії мають схильність до формування гнучких структур, що передбачають рівноправне об'єднання та поєднання підпорядкованості спільним цілям і завданням із господарською самостійністю всіх учасників.

Найбільш поширеною на сучасному етапі розвитку структурою є кластер.

Феномен утворення кластерів пов'язаний із зміною парадигми, адаптацією до умов глобалізації, і навіть різко збільшеним динамізмом середовища, тобто, економічний світ, переходить до нового, мережного порядку функціонального синтезу ієрархічного та ринкового, а світова економіка та всі її підсистеми стратифікуються до кластерно-мережових структур – набагато гнучкіших, ніж модель ієрархії, і одночасно більш інтегрованих, ніж традиційна модель ринку [45].

Очевидно, що кластери поступово стануть головною структуротворчою ланкою світового ринкового простору, виконуючи ту об'єднуючу роль, яку раніше виконували галузі [54].

Таблиця 1

Кількісні параметри діючих кластерів в Україні

Рік	Кількість діючих кластерів	Вид економічної діяльності	Частка
2020	50	ІТ	31%
		АПК	16%
		Деревообробна та меблева промисловість	13%
		Енергетика	10%
		Аерокосмічна галузь та ін.	6%

Джерело: за даними [77].

Аналіз літературних джерел. Проблеми теорії та практики розвитку кластеризації в економіці активно почали вивчатися порівняно недавно – кілька десятиліть тому назад, але ідея кластерного підходу не нова, процеси кластеризації зустрічалися ще в давні віки. Відтак, на початку можна відзначити об'єднання людей у древніх містах (полісах), часто з

подібними інтересами. З розвитком науково-технологічного прогресу виникають перші промислові кластери, тим самим відбувалося формування різних територіальних промислових утворень, які притягували до себе значну кількість людей, відбувався розвиток інфраструктури, різних наукових установ і цим самим формувалися агломерації [45].

Варто зазначити, що розвиток кластерної теорії розпочався з написання англійським економістом А. Маршалом своєї книги «Принципи економічної науки» (1983 р.) в якій він розглядає специфічні особливості географічних регіонів, де люди, які мають загальні практичні навички, об'єднуються в замкнуті промислові вузли (вузли Маршалла) [26]. На його думку, «подібні вузли міжгалузевих взаємозв'язків», демонструють стійку стабільність у часі та сприяють вилученню прибутків від позитивних екстерналій, внаслідок кооперації [26]. Незважаючи на те що А. Маршалл охарактеризував такі концентрації у термінах зовнішніх тріада економії і назвав їх індустріальними регіонами, він не концертував увагу на терміні «кластер», що міцно увійшов до понятійного апарату вкрай пізніше, у зв'язку з вивченням промислових районів у наукових працях італійських науковців [26].

Поняття «кластер» уперше ввів у економічну науку М. Портер, американський науковець та діючий професор кафедри ділового адміністрування Гарвардської школи бізнесу. Проаналізувавши конкурентні можливості понад 100 галузей в десятках країнах, М. Портер дійшов висновку, що найбільш конкурентоспроможні транснаціональні компанії зазвичай не розкидані безсистемно по різних країнах, а мають тенденцію концентруватися в одній, а іноді навіть у одному регіоні країни. Пояснення цього явища таке: одне або кілька підприємств, досягаючи конкурентоспроможності на світовому ринку, розширюють свій позитивний вплив на найближче оточення: постачальників, споживачів та конкурентів. А успіхи оточення, у свою чергу, надають вплив на подальше зростання конкурентоспроможності даної компанії. В результаті такої взаємовигідної співпраці формується «кластер» – співтовариство підприємств, фірм, організацій, тісно пов'язаних галузей, що взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного. М. Портер визначає кластер як групу географічно сусідніх взаємопов'язаних підприємств та пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері, характеризуються спільною діяльністю та взаємодоповнюють один одного, що відносить його до представників «Кластерної теорії» [32].

У роботах М. Портера вперше досліджуються знаки освіти індустріальних (Конкурентні переваги нації, 1992) та регіональних (Конкуренція, 1983) кластерів, які можуть впливати на рівень конкурентоспроможності території трьома способами: підвищенням продуктивності компаній у кластері; ініціюванням інновацій; стимулюванням розвитку нових бізнес-напрямів [33, 34].

Теорія М. Портера отримала розвиток у працях багатьох західних економістів, у тому числі:

- Е. Дахмена, який, досліджуючи структуру національної економіки, вивчав взаємозв'язки великих шведських багатонаціональних корпорацій. Тут кластери підміняються поняттям блоку розвитку, формується поетапно по «вертикалі дій» у межах однієї галузі, пов'язаної з іншими галузями [9];

- Д. Майлата, що вивчає процеси, що відбуваються в кластері, із синергетичних позицій. На підставі цього він зробив висновок, що регіон має розглядатися не як географічні рамки, а як складна система, що має економічну і технологічну складові [23, 24];

- П. Кругмана, що висунув концепцію «з загальної причинної обумовленості», суть якої полягає в тому, що фірми прагнуть найбільш концентрованого економічного простору, а простір має тенденцію до концентрації в місця найбільшого розташування фірм [18, 19];

- Дж. Арбія, Б. Роберте та А. Муррей розробили моделі, що дозволяють аналізувати життєвий цикл фірми в умовах концентрації промисловості та капіталу [2, 34];
- М. Енрайта та С. Гостца, С. Розенфельда, що розглядали процеси кластеризації з позицій мережевої економіки. М. Енрайт, довів, що внутрішня мережна взаємодія підприємств є важливим елементом індивідуальної конкурентоспроможності. Докладніше принципи мережевої організації регіональної економіки досліджувалися С. Гостцом, котрий, ринок праці розглядав з позицій теорії промислових кластерів [11, 12, 35];
- Е. Фезера, що досліджує кластери з позиції інноваційної економіки. Він визначав їх як спосіб інноваційного розвитку регіону [14];
- Ст. Фельдмана, який, проводячи великі емпіричні дослідження диверсифікованих форм у різних країнах, дійшов висновку, що диверсифікація часто слідує матриці «витрати випуск» або контактам між галузями, пов'язаними відносинами постачання та придбання. Це узгоджується з механізмами, які ведуть до утворення кластерів. Більш того, найбільш життєздатні кластери інноваційної активності формуються на основі диверсифікації [3].

Систематизуючи ці дослідження, можна сказати, що в процесі свого розвитку кластерна теорія застосовувалася для вирішення наступного кола завдань: при аналізі конкурентоспроможності промисловості, країн та регіонів; як основа промислової політики; як механізм стимулювання інноваційної діяльності; як основа для підтримки та дослідження взаємодій між великим та малим бізнесом. Це дозволяє нам обґрунтувати, що на сучасному етапі кластери є інноваційною формою резервних систем модернізації національної економіки та фактором її сталої конкурентоспроможності.

Багато дослідників робили спроби структурування основних теоретичних передумов створення кластерної теорії.

М. Енрайт зазначає зв'язок спостережуваної просторової кластеризації з теоріями бізнес-екстерналій, економії від агломерації, трудових об'єднань та переливами знань. Він розробив основні принципи та форми державної підтримки формування кластерів [11–13].

М. Дунфорд виділяє основні групи причинних механізмів формування теорії кластерів (традиційні питання забезпеченості ресурсами; зміна ролі організаційних структур і, особливо, міжорганізаційних взаємозв'язків; підвищення ролі інновацій, інноваційних систем, знання, індивідуального та колективного навчання, креативності) [10].

Е. Бергман та Е. Фезер виділяють такі основні теоретичні концепції, що «підтримують і живлять кластерну теорію»: зовнішні ефекти; інноваційне оточення; конкуренція (кооперативна та міжфірмова); залежність від попереднього шляху розвитку [7, 14].

Таким чином, у рамках проведеного дослідження вдалося виділити три тимчасові етапи формування феномену кластера (рис. 1).

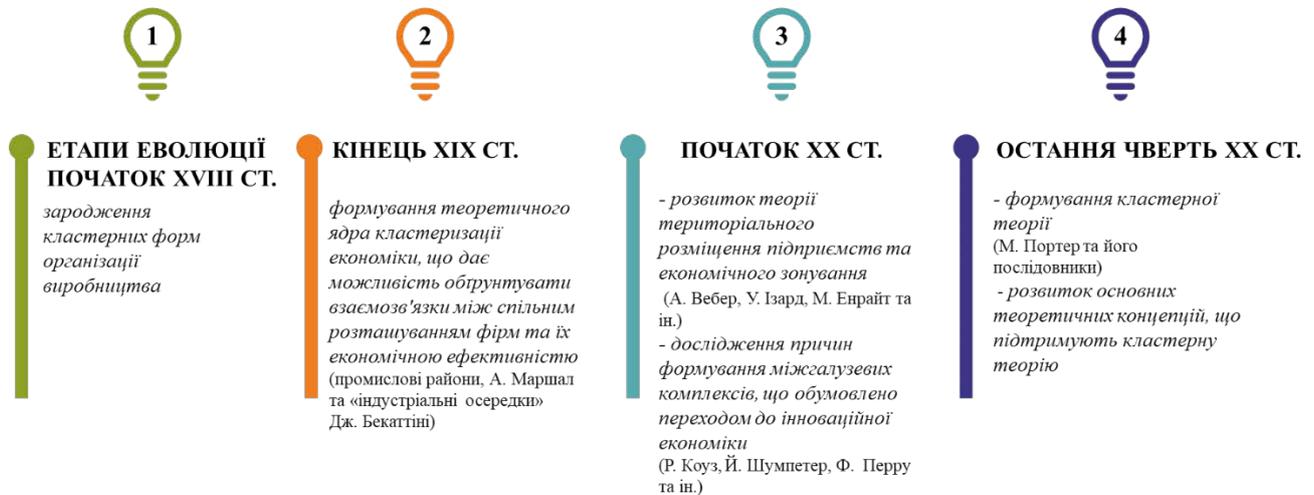
Аналізуючи еволюцію кластерної теорії можна зробити висновок, що якщо в XIX столітті її розвиток відбувався в рамках індустріального підходу, то сьогодні центральна ідея – зростання конкурентоспроможності та інноваційності даної системи.

Однією з основних проблем кластерної теорії є нечіткість визначення поняття «кластер» та складність виявлення його кордонів у просторі.

На сьогоднішній момент в економічній науковій літературі не систематизовано, як атрибутивні ознаки кластерів, так і їх видові особливості, що дає можливість дослідникам інтерпретувати дуже широко як поняття кластер, так і його види в залежності від цілей та завдань свого дослідження.

Мета статті. Дослідити економічну сутність поняття «кластерооб'єднаних підприємств».

Результати дослідження. Розглянемо ступінь вивченості проблематики дослідження та спрямованість наукового фокусу вітчизняних та зарубіжних учених-економістів.



Джерело: сформовано автором на основі [2, 3, 7, 9–12, 14, 23, 24, 26, 32–35].

Рис. 1. Еволюція наукових поглядів щодо розвитку та формування кластерної теорії

Так, частка авторів виділяють економічні [18, 57], геополітичні [2, 15, 23], соціальні кластери [44, 65, 75], за ознакою виникнення – індустріальний кластер [5, 7, 23, 36, 64], віртуальний кластер [62], за характером зв'язків між кластерами – інноваційні кластери [29], за ринковою поведінкою учасників кластера – захисні кластери, агресивні кластери [52, 78], за розміром кластера (малий – число учасників до 10, кількість зайнятих до 100), середній кластер – число учасників до 15, кількість зайнятих до 1000, великий кластер – число учасників понад 15, кількість зайнятих понад 1000) [54, 61, 63], за рівнями економічної системи – регіональний, національний, глобальний [10, 11, 12, 13, 16, 34,], міжгалузевий (внутрішньогалузевий) кластер [54, 65, 69], інноваційний кластер [21, 59, 70, 71], промисловий кластер [45, 54, 58, 67], бізнес-кластер [14, 35] тощо.

Зокрема, поняття «об'єднання підприємств» як об'єкт наукових економічних досліджень має досить різні методологічні основи, що визначають різноманітні атрибутивні характеристики процесів кластерного об'єднання господарюючих суб'єктів. Деякі науковці формулюють теоретичні концепції щодо використання таких дотичних понять, як: «інтегрована бізнес-група» [51, 60, 68, 83], «група підприємств» [46–48, 52, 64], «інтегрована підприємницька структура» [53]; «корпорація» [37, 49, 55, 72, 76, 79, 81], «інтегрована структура» [50, 55, 61, 78, 84, 85], «стратегічні партнерства» [62]; «великомасштабна економіко-виробнича система» [45, 73]; «метасистема» [81] тощо.

Для уточнення економічної сутності поняття «кластерооб'єднаних підприємств» прийнято використати бібліографічний аналіз, вивчення співвідношень споріднених понять, а також міждисциплінарний підхід.

Провівши бібліографічний аналіз поняття «кластерооб'єднані підприємства» протягом 2020–2023 років дане поняття зустрічається у 94 наукових публікаціях (рис. 2).

Серед українських вчених, хто досліджував поняття «кластерооб'єднаних підприємств» можна виділити класиків української школи кластерної теорії: М. Войнаренко [54], Л. Ганущак-Єфіменко та М. Єрмошенко [64], І. Гнатенко [59] та ін.

М. Босовська зазначає, що первинним, щодо розвитку кластерооб'єднання підприємств вважає термін «взаємовідносини», який розглядається як консолідоване управління ресурсним потенціалом учасників для досягнення певної реакції учасників на ринку (укладання контрактів, спільні трансакції) і як формування та розвиток відносин між ринковими суб'єктами, тобто взаємовідносини можуть існувати без взаємодії.

Взаємовідносини, формуючи взаємодію, сприяють формуванню та розвитку процесів з участю суб'єктів господарювання на ринку і спрямовують їх поведінку. Взаємовідносини, формуючи взаємодію, сприяють формуванню і розвитку процесів усіх видів з участю суб'єктів ринку та спрямовують їх майбутню поведінку [50].

Create map

Verify retrieved documents

94 documents have been retrieved.

cted	Authors	Title ^
	A.I. Пляскіна	FORMATION OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY ON THE BASIS O...
	Yuan F. Zheng; Mark Vlaso...	Formation of the optimal model of the industrial cluster of Chinese gar...
	Huiting Hua; Lingle Wang	Game Analysis of Industry Chain Cluster Reconfiguration Mechanism
	Olga Iermakova; Božena Ka...	Glocalization of regional innovation development
	Lin Lu; Songbai Xue; Song ...	Green transition in manufacturing: Dynamics and simulation
	Xiaoxu Zhang; Rongxue Jin	Has local government debt crowded out enterprise innovation?
	Fan Yang	Impact of agricultural modernization on agricultural carbon emissions ...
	Juecen Wu	IMPACT OF EXTERNAL TECHNOLOGY ACQUISITION ON THE EFFICIEN...
	Shan Xu; Yu Zhang	Impact of Manufacturing Agglomeration on the Green Innovation Effic...
	Juanli Lan; Bingxuan Wang...	Impact of psychological contract in knowledge sharing: A case study fr...
	Alexey Fadeev; Sergey S. V...	Industrial Support of the Energy Projects as a Part of the Blue Economy...
	Elena V. Barasheva	Information Tools For Regional Economic Development
	Iryna Hnatenko; Ihor Kuksa...	INNOVATION CLUSTER AS A MECHANISM FOR ENSURING THE ENTER...
	Nina I. Larionova; Tatyana ...	Integrated Economic and Mathematical Approach to Regulation of Clu...
	Andrea Valenzuela-Ortiz; Jo...	Location factors and agglomeration economies in the hotel industry: t...
	Peng Liu; Qianqian Wang	Logistics Outsourcing of Fresh Enterprises Considering Fresh-Keeping ...
	Andrii Mykhailov; Valerii Ili...	Management of the innovative economy in the context of the sustaina...
	Henryk Sobolewski; Jacek ...	MARKET AND REGULATORY RISK IN CREATIVE INDUSTRIES

< Back Next > Finish Cancel

Джерело: систематизовано автором за допомогою програми VOSviewer.

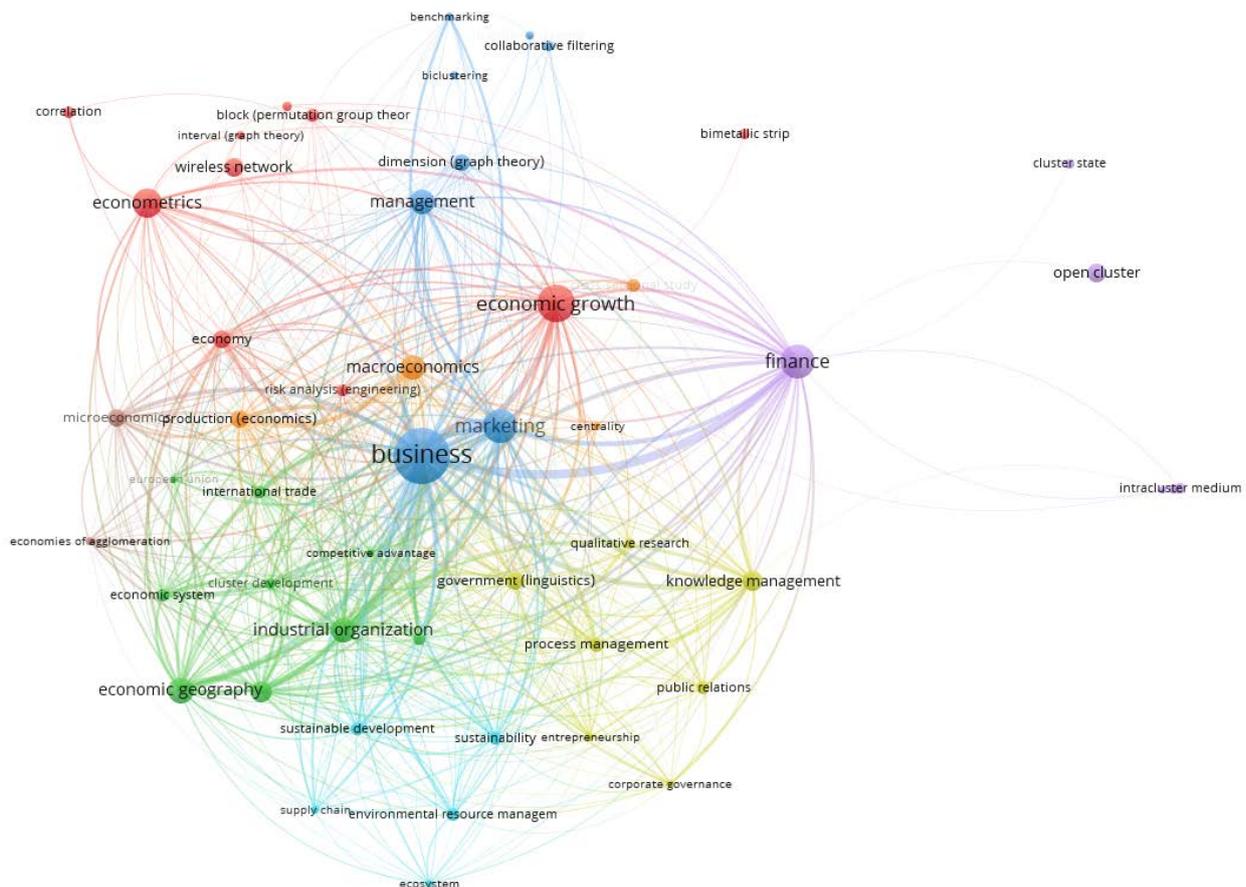
Рис. 2. Аналіз наукової літератури щодо дослідження
поняття «кластерооб'єднані підприємства»

Л.М. Ганущак-Єфіменко та М. Єрмошенко в монографії «Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств» зазначають, що: «кластерооб'єднані підприємства – це специфічні економічні утворення у формі неформального об'єднання різних структур заради спільної мети» [64].

М. Войнаренко, який присвятив значну частину життя дослідженням кластерних структур, визначає кластерні об'єднання, як неформальне об'єднання організацій і підприємств, пов'язаних між собою технологічно й економічно за ознакою географічної близькості [54].

О. Богма в своїх працях, виділяє, що найбільш ефективною формою економічного й інноваційного розвитку суб'єктів господарювання в основі якої є інтеграція в сьогоденні умовах можна вважати кластери підприємств, під якими Олена Богма розуміє: «форму підприємницької діяльності у вигляді добровільного об'єднання пов'язаних спільними цілями підприємств та інституцій, яке має спрямованість, насамперед, на виробництво взаємопов'язаних та доповнюючих товарів спільними зусиллями з метою отримання синергетичного ефекту завдяки міжфірмовому поділу праці та поглибленню спеціалізації при обов'язковій організації довготривалих відносин на плановій основі й використанні досягнень науково-технічного прогресу» [47].

Як основний метод бібліографічного аналізу за допомогою програми «VOSviewer», обрано метод «со-осцигенсе». Даний метод кластеризує ключові слова за ступенем того, як часто вони зустрічаються одночасно в одній науковій роботі. Таким чином, ключові слова утворюють тематичні кластери. На інтерактивних картах, що відображені в роботі, кластери зазначаються різним відтінком, а розмір ключового слова зазначається показником total link strength, що містить в собі, сили зв'язку даного ключового слова з усіма іншими, а лінії кластеру відображають зв'язки між двома окремими ключовими словами. Таким чином, провівши бібліографічний аналіз наукових досліджень поняття «кластер» (рис. 3) та поняття «кластерооб'єднанні підприємства» (рис. 5) складено спеціальний тезаурус, щоб об'єднати схожі терміни та усунути помилки у ключових словах.



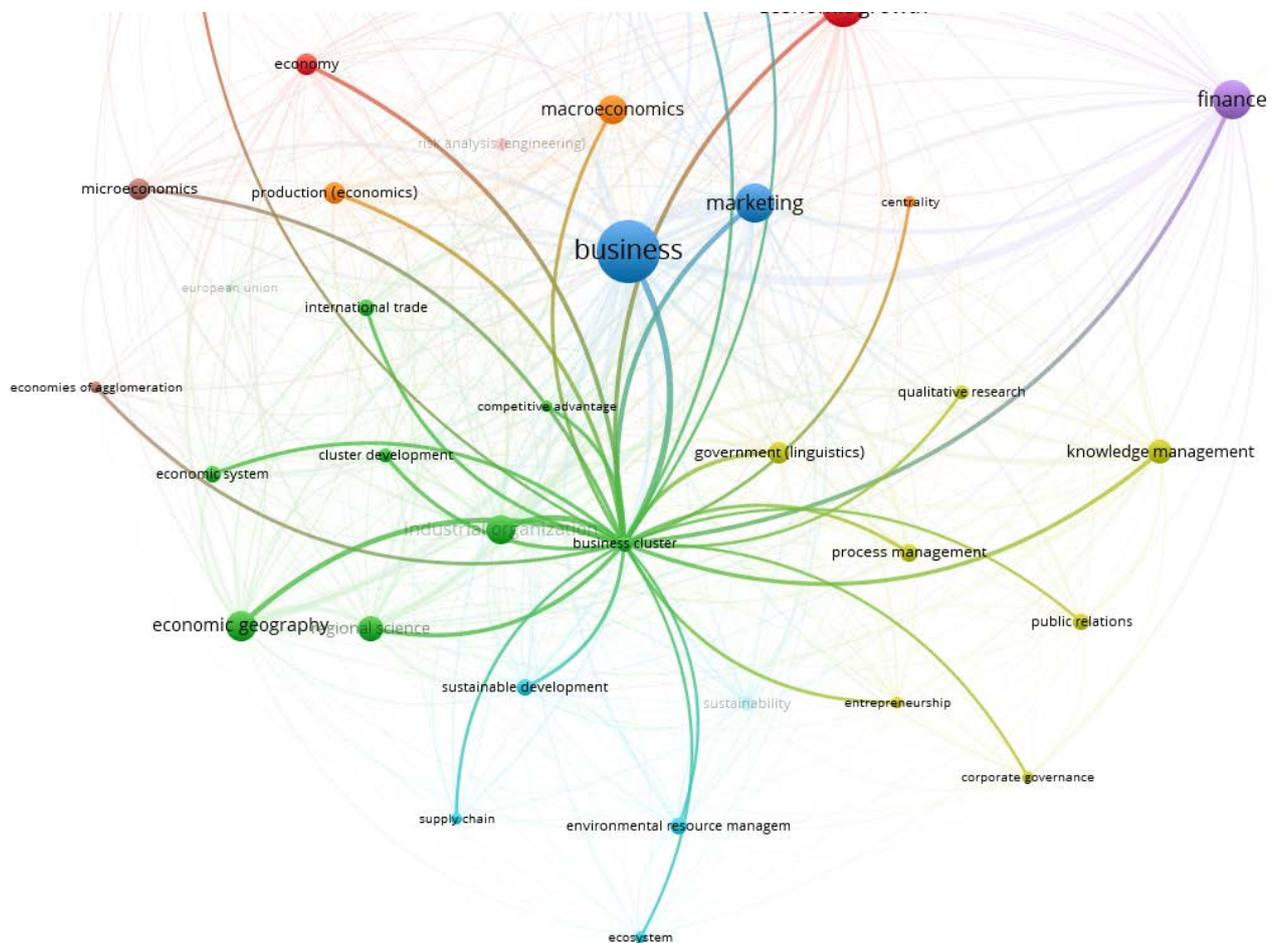
Джерело: сформовано автором за допомогою програми VOSviewer.

Рис. 3. Інтерактивна візуалізація взаємозв'язків наукових досліджень поняття «кластер»

Для чіткого визначення тенденцій досліджень, щодо досліджуваних понять, було обрано публікації, що проіндексовані міжнародною базою даних CrossRef.

До об'єкта аналізу поняття «кластер» ввійшли 50000 наукових публікацій за пошуковим запитом «cluster», проіндексованих базою CrossRef протягом 1990–2023 рр.

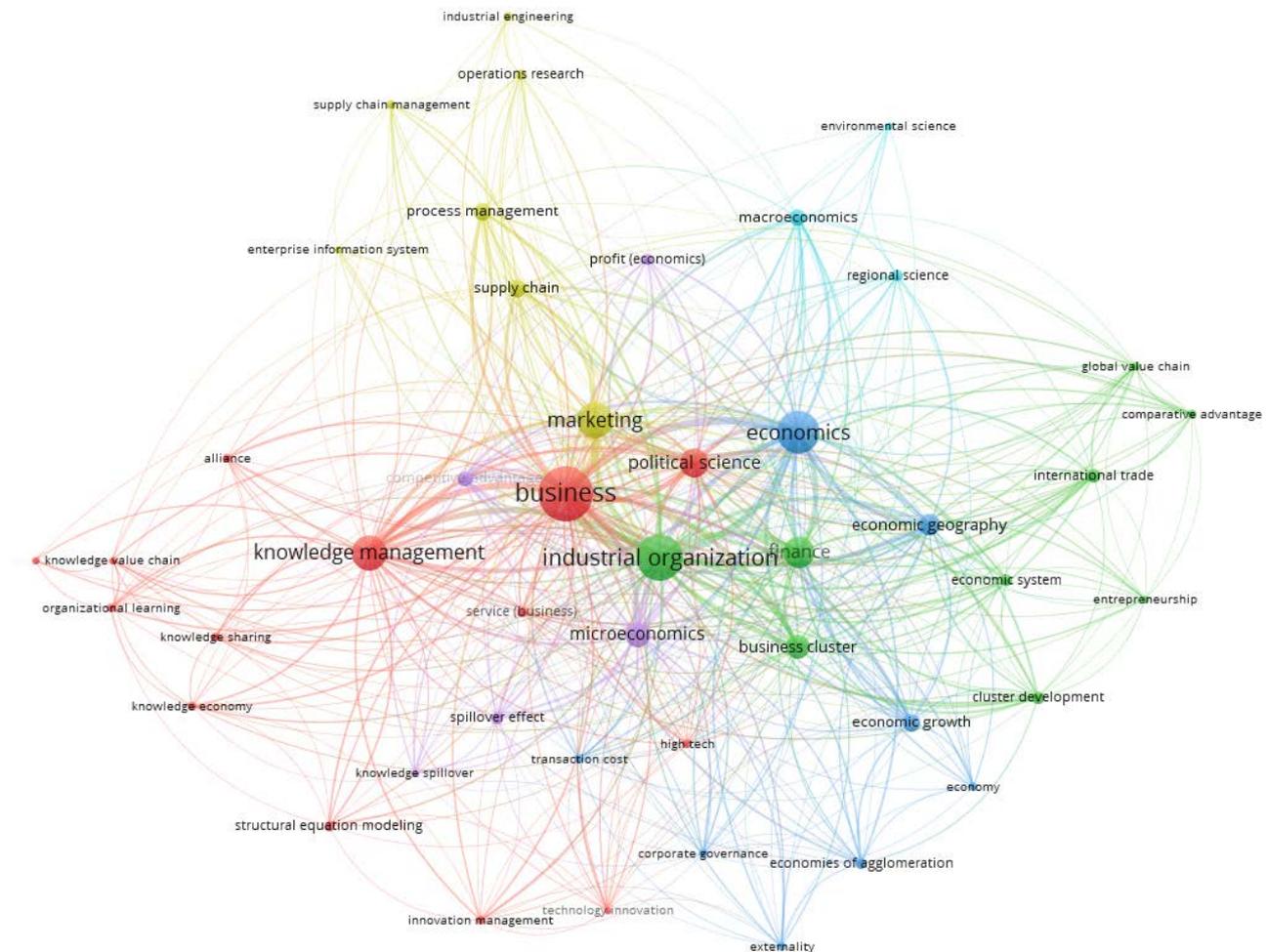
Для побудови наукометричної карти ми взяли лише ті ключові слова, які зустрічаються у вибірці не менше ніж 28 раз, свідомо виключаючи терміни запиту, оскільки вони присутні майже у всіх документах і спотворюють кластеризацію. Таким чином, остаточний вибір ключових слів для поняття «кластер» складається із 52 термінів та 8 кластерів, що відображають загальну силу зв'язків («total link strength»), а ширина ліній – силу зв'язку («link strength») між термінами. Відтак, особливістю кластера 1 відображає силу зв'язків між дев'ятьма поняттями, найчастіші зв'язки з поняттями «бізнес-кластер», «промислова організація», «кластерний розвиток», «економічна географія» та ін. (рис. 4).



Джерело: сформовано автором за допомогою програми VOSviewer.

**Рис. 4. Міжкластерні взаємозв'язки наукових досліджень,
присвячених дослідженню поняття «кластер»**

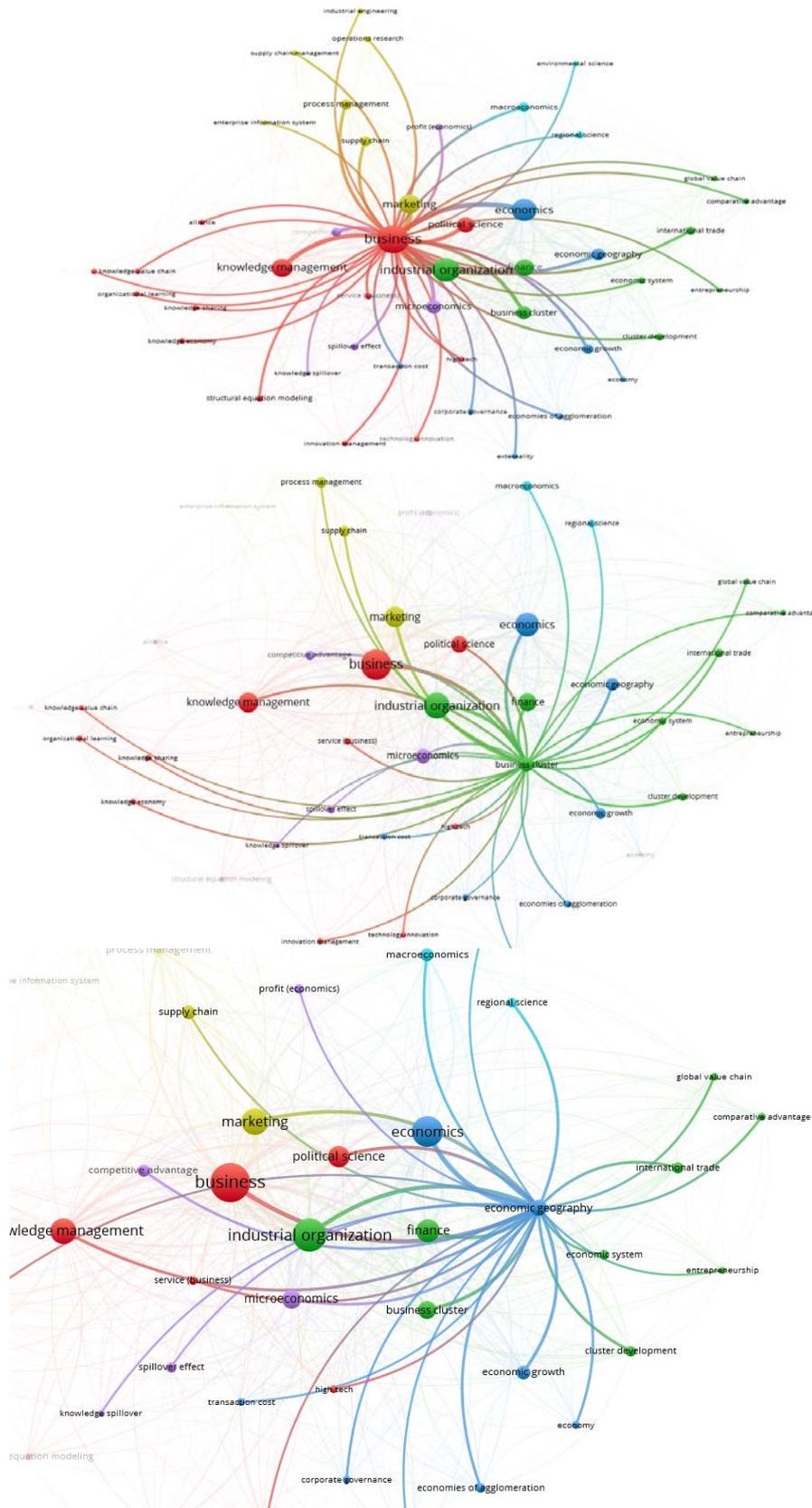
За результатами інтерактивної візуалізації бібліографічних мереж, що включає бібліографічне з'єднання із поняттям «кластерооб'єднаних підприємств» (рис. 5), до аналізу якого ввійшли 19654 наукових публікацій за пошуковим запитом «cluster – united enterprises», проіндексованих базою CrossRef протягом 1990–2023 рр.



Джерело: сформовано автором за допомогою програми VOSviewer.

**Рис. 5. Інтерактивна візуалізація взаємозв'язків наукових досліджень
поняття «кластеро`єднані підприємства»**

Аналіз включав наукові дослідження 881 автора та 41 ключовий термін, зокрема, в процесі аналізу виділено 6 кластерів, серед найвагоміших слід підкреслити перші три. Кластер 1 можна виділити за ознакою «Інноваційного простору», найсильніші зв'язки тут спостерігаються з такими близькими за змістом понятійними категоріями як «альянс», «хайтек технології», «інноваційне управління», «економіка знань», «шерінг знань» та ін.; Кластер 2 сформувався за атрибутом «Промислового простору» найсильніші зв'язки з «бізнес-кластер», «кластерний розвиток», «промислова організація», «економічна система» та ін.; властивістю Кластеру 3 є «Економічний простір»: «економічна географія», «економічне зростання», «економіка агломерації» та ін. (рис. 6).



Джерело: сформовано автором за допомогою програми VOSviewer.

Рис. 6. Міжкластерні взаємозв'язки наукових досліджень, присвячених дослідженню поняття «кластероб'єднані підприємства»

У зв'язку з проведеним бібліографічним аналізом можна виділити, що атрибутивні характеристики кластерооб'єданих підприємств як взаємодії суб'єктів господарювання функціонують у межах трьох просторів – географічного, економічного та інноваційного, що взаємовпливають та взаємодоповнюють один на одного.

Висновок. В ході дослідження, щодо економічної сутності поняття «кластерооб'єданих підприємств», виділено, що останні як взаємодія суб'єктів господарювання функціонують у межах трьох просторів – географічного, економічного та інноваційного, що взаємовпливають та взаємодоповнюють один на одного. Згідно з наведеними економічними концепціями, кластерооб'єднані підприємства здатні прискорити інноваційні процеси, які ініціюються в сучасному суспільстві, оскільки самі схильні до новаторства, що визначає напрям подальших досліджень.

References

Література

1. Adler, P. S. (1999). Market, Hierarchy, and Trust: The Knowledge Economy and the Future of Capitalism.
2. Arbia, G. (2001). Modelling the geography of economic activities on a continuous space. *Papers in Regional Science*, Vol. 80, P. 411–424.
3. Audretsch, D. B., Feldmann, M. P. (1996). Innovative Clusters and the Industry Life Cycle. *Review of Industrial Organization*. 256 p.
4. Aziz, K. A., Norhashim, M. (2008). Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness. *Review of Policy Research*, 25, P. 349–375.
5. Becattini, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. In: *Industrial Districts and Interfirm Cooperation in Italy*. Pyke F., Becattini G., Sengenberger W. (eds.). Geneva: International Institute for Labour Studies. Pp. 37–51.
6. Bellandi, M. (1989). The Industrial District in Marshall. *Small Firms and Industrial Districts in Italy*. Goodman E. and Bamford J. (eds.). New York: Routledge. Pp. 136–152.
7. Bergman, E. M., Feser, E. J. (1999). Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications, Regional Research Institute, WVU. 403 p.
8. Brusco, S. (1982). The Emilian Model: Productive Decentralization and Social Integration. *Cambridge Journal of Economics*, No. 6, P. 167–184.
1. Adler P. S. Market, Hierarchy, and Trust: The Knowledge Economy and the Future of Capitalism. 1999.
2. Arbia G. Modelling the geography of economic activities on a continuous space. *Papers in Regional Science*. 2001. Vol. 80. P. 411–424.
3. Audretsch D. B., Feldmann M. P. Innovative Clusters and the Industry Life Cycle. *Review of Industrial Organization*. 1996. 256 p.
4. Aziz K. A., Norhashim M. Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness. *Review of Policy Research*. 2008. 25. P. 349–375.
5. Becattini G. The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. In: *Industrial Districts and Interfirm Cooperation in Italy*. Pyke F., Becattini G., Sengenberger W. (eds.). Geneva: International Institute for Labour Studies, 1990. Pp. 37–51.
6. Bellandi M. The Industrial District in Marshall. *Small Firms and Industrial Districts in Italy*. Goodman E. and Bamford J. (eds.). New York: Routledge, 1989. Pp. 136–152.
7. Bergman E. M., Feser E. J. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications, Regional Research Institute, WVU. 1999. 403 p.
8. Brusco S. The Emilian Model: Productive Decentralization and Social Integration. *Cambridge Journal of Economics*. 1982. No. 6. P. 167–184.

9. Dahmen, E. (1950). Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919–1939. Stockholm. 276 p.
10. Dunford, M. (2003). Theorising regional economic performance and the changing territorial division of labour. *Forum de la regulation*, Paris, Vol. 37.8, P. 839–854.
11. Enright, M. J. (1993). Regional clusters and economic development: a research agenda. Boston: Harvard Business School. 756 p.
12. Enright, M. (1996). Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda. *Business Networks: Prospects for Regional Development*. Staber U., Schaefer N. and Sharma B. (eds.). Berlin: Walter de Gruyter. Pp. 190–213.
13. Enright, M. (2000). Survey on Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper. Institute of Economic Policy and Business Strategy, Competitiveness Program, University of Hong Kong. P. 16.
14. Feser, E. J., Sweeney, S. H. (2002). Theory, methods, and a cross-metropolitan comparison of business clustering. *Industrial Location Economics*. Ed. P. McCann. Cheltenham. P. 222–259.
15. Freeman, C. (1987). Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter. 155 p.
16. Ketels, C. (2013). Recent research on competitiveness and clusters: what are the implications for regional policy? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, No. 6, P. 269–284.
17. Ketels, C., Lindqvist, G., Sölvell, Ö. (2006). Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies. Stockholm: Center for Strategy and Competitiveness.
18. Krugman, P. (1995). Development, geography and economic theory. Cambridge: MIT Press. P. 651–667.
19. Krugman, P. (1996). The Self-Organizing Economy. Cambridge: Blackwell Publishers. 122 p.
9. Dahmen E. Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919–1939. Stockholm, 1950. 276 p.
10. Dunford M. Theorising regional economic performance and the changing territorial division of labour. *Forum de la regulation*. Paris, 2003. Vol. 37.8. P. 839–854.
11. Enright M. J. Regional clusters and economic development: a research agenda. Boston: Harvard Business School, 1993. 756 p.
12. Enright M. Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda. *Business Networks: Prospects for Regional Development*. Staber U., Schaefer N. and Sharma B. (eds.). Berlin: Walter de Gruyter, 1996. Pp. 190–213.
13. Enright M. Survey on Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper. Institute of Economic Policy and Business Strategy, Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000. P. 16.
14. Feser E. J., Sweeney S. H. Theory, methods, and a cross-metropolitan comparison of business clustering. *Industrial Location Economics*. Ed. P. McCann. Cheltenham, 2002. P. 222–259.
15. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan. London: Pinter, 1987. 155 p.
16. Ketels C. Recent research on competitiveness and clusters: what are the implications for regional policy? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. 2013. No. 6. P. 269–284.
17. Ketels C., Lindqvist G., Sölvell Ö. Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies. Stockholm: Center for Strategy and Competitiveness, 2006.
18. Krugman P. Development, geography and economic theory. Cambridge: MIT Press, 1995. P. 651–667.
19. Krugman P. The Self-Organizing Economy. Cambridge: Blackwell Publishers, 1996. 122 p.

20. Lindqvist, G., Ketels, C., Solvell, O. (2013). The Cluster Initiative Greenbook 2.0. Stockholm: Ivory Tower Publishers. P. 55.
21. Lundvall, B. A. (1992). National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London, Printer. 404 p.
22. Lundvall B., Johnson B. (1994). The Learning Economy. *Journal of Industry Studies*, No. 1, P. 23–42.
23. Maillat, D. (1988). Economic and territorial conditions for indigenous revival in Europe's industrial regions. *High Technology Industry and Innovative Environments*. Andover: Routledge. P. 97–108.
24. Maillat, D. (1991). The innovation process and the role of the milieu. *Regions Reconsidered: Economic Networks, Innovation, and Local Development*. London: Mansell. P. 110–113.
25. Margasova, V. (2021). Insights into international best practices in integrated cluster management. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dizainu. Serii: Ekonomichni nauky = Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic Sciences*. 2021. № 1 (155). С. 37–44.
26. Marshall, A. (1920). Principles of Economics. 8th Edition. London: Macmillian and Co Ltd. 71 p.
27. Matthews, R. C. (1986). The Economics of Institutions and Sources of Growth. *Economic Journal*, Vol. 96, No. 12, P. 903–910.
28. Myrdal, G. (1957). Economic theory and under – developed regions. N. Y. P. 34.
29. Nelson, R. (ed.) (1993). National Innovation Systems: A Comparative Analysis. New York, Oxford University Press. 560 p.
30. OECD / European Union (2018). Accounting in 2018: Indicators of Immigrant Integration. OECD Publishing, Paris; European Union, Brussels. URL: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264307216-en>.
20. Lindqvist G., Ketels C., Solvell O. The Cluster Initiative Greenbook 2.0. Stockholm: Ivory Tower Publishers, 2013. P. 55.
21. Lundvall B. A. National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London, Printer, 1992. 404 p.
22. Lundvall B., Johnson B. The Learning Economy. *Journal of Industry Studies*. 1994. No. 1. P. 23–42.
23. Maillat D. Economic and territorial conditions for indigenous revival in Europe's industrial regions. *High Technology Industry and Innovative Environments*. Andover: Routledge, 1988. P. 97–108.
24. Maillat D. The innovation process and the role of the milieu. *Regions Reconsidered: Economic Networks, Innovation, and Local Development*. London: Mansell, 1991. P. 110–113.
25. Margasova V. Insights into international best practices in integrated cluster management. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2021. № 1 (155). С. 37–44.
26. Marshall A. Principles of Economics. 8th Edition. London: Macmillian and Co Ltd., 1920. 71 p.
27. Matthews R. C. The Economics of Institutions and Sources of Growth. *Economic Journal*. 1986. Vol. 96, No. 12. P. 903–910.
28. Myrdal G. Economic theory and under – developed regions. N. Y., 1957. P. 34.
29. Nelson R. (ed.). National Innovation Systems: A Comparative Analysis. New York: Oxford University Press, 1993. 560 p.
30. Accounting in 2018: Indicators of Immigrant Integration. Paris: OECD Publishing; Brussels: European Union, 2018. URL: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264307216-en>.

31. Polanyi, M. (1968). Sensegiving and Sensereading, Intellect and Hope. Essays in the Thought of Michael Polanyi. Durham.
32. Porter, M. (1998). The Competitive Advantage of Nations. US: Free Press. 592 p.
33. Porter, M. (2008). On Competition, Updated and Expanded Edition. 278 p.
34. Roberts, B., Murray, A. (2002). National and regional corporate spatial structure. *The Annals of Regional Science*, Vol. 36, P. 347–368.
35. Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*, № 5 (1), P. 3–23.
36. Scott, A. (1988). New Industrial Spaces. Pion, London. 185 p.
37. Van Durme, J., Brodie, R., Redmore, D. (2003). Brand equity in cooperative business relationships: exploring the development of a conceptual model. *Marketing Theory*, Vol. 3, № 1. P. 37–57.
38. Wang, T. N., Leung, C. W., Mak, K. L., Fung, R. Y. (2006). Integrated process planning and scheduling/rescheduling – an agent-based approach. *International Journal of Production Research*, London, Vol. 44, Iss. 18/19, P. 36–27.
39. Williamson, O. (1985). The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press.
40. Williamson, O. E. (1979). Transaction – Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, P. 233–261.
41. Commons, J. R. (1931). Institutional Economics. *American Economic Review*, Vol. 21, No. 4, P. 649–672.
42. Woolfe, R., Dryden, W. (1996). The Nature of Counselling Psychology. Handbook of Counselling Psychology. London: Sage. P. 3–20.
43. Zenger, T. R., Hesterly, W. S. (1997). The Disaggregation of Corporations: Selective Intervention, High-Powered Incentives, and Molecular Units. *Organization Science*, Vol. 8, Nr. 3, P. 209–222.
31. Polanyi M. Sensegiving and Sensereading, Intellect and Hope. Essays in the Thought of Michael Polanyi. Durham, 1968.
32. Porter M. The Competitive Advantage of Nations. US: Free Press, 1998. 592 p.
33. Porter M. On Competition, Updated and Expanded Edition. 2008. 278 p.
34. Roberts B., Murray A. National and regional corporate spatial structure. *The Annals of Regional Science*. 2002. Vol. 36. P. 347–368.
35. Rosenfeld S. A. Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*. 1997. № 5 (1). P. 3–23.
36. Scott A. New Industrial Spaces. London: Pion, 1988. 185 p.
37. Van Durme J., Brodie R., Redmore D. Brand equity in cooperative business relationships: exploring the development of a conceptual model. *Marketing Theory*. 2003. Vol. 3, № 1. P. 37–57.
38. Wang T. N., Leung C. W., Mak K. L., Fung R. Y. Integrated process planning and scheduling/rescheduling--an agent-based approach. *International Journal of Production Research*. London. Sept. 15, 2006. Vol. 44, Iss. 18/19. P. 36–27.
39. Williamson O. The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press, 1985.
40. Williamson O. E. Transaction – Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics*. 1979. Vol. 22. P. 233–261.
41. Commons J. R. Institutional Economics. *American Economic Review*. 1931. Vol. 21, No. 4. P. 649–672.
42. Woolfe R., Dryden W. The Nature of Counselling Psychology. Handbook of Counselling Psychology. London: Sage, 1996. P. 3–20.
43. Zenger T. R., Hesterly W. S. The Disaggregation of Corporations: Selective Intervention, High-Powered Incentives, and Molecular Units. *Organization Science*. 1997. Vol. 8, Nr. 3. P. 209–222.

44. Amosha, M. I., Nekrasova, K. V. (2005). Formuvannia klasternoi modeli sotsialno-ekonomichnoho rozvytku mista [Formation of a cluster model of socio-economic development of the city]. *Ekonomika budivnytstva i miskoho hospodarstva = Economics of construction and urban economy*, № 1, P. 13–18 [in Ukrainian].
44. Амоша М. І., Некрасова К. В. Формування кластерної моделі соціально-економічного розвитку міста. *Економіка будівництва і міського господарства*. 2005. № 1. С. 13–18.
45. Aref'ieva, O. V. (1998). Metodolohichni problemy upravlinnia ta orhanizatsii funktsionuvannia intehrovanykh vyrobnychykh system: aftoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.06.02 [Methodological problems of management and organization of the functioning of integrated production systems: abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Economic Sciences]. Kharkiv. 40 p. [in Ukrainian].
45. Ареф'єва О. В. Методологічні проблеми управління та організації функціонування інтегрованих виробничих систем: афтореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.06.02. Харків, 1998. 40 с.
46. Bielousov, Ya. I. (2009). Ob'iednani pidpriemstva: stratehii intehratsii [Joint ventures: integration strategies]. *Visn. Skhidnoukr. nats. un-tu imeni Volodymyra Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl*, No. 10 (140), Part 1, P. 17–20 [in Ukrainian].
46. Белоусов Я. І. Об'єднані підприємства: стратегії інтеграції. *Вісн. Східноукр. нац. ун-ту імені Володимира Даля*. 2009. № 10 (140). Ч. 1. С. 17–20.
47. Bohma, O. S. (2007). Synerhetychnyi efekt yak odna z naivazhlyvishykh skladovykh protsesu stvorennia klasteriv [Synergistic effect as one of the most important components of the cluster creation process]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo = State and regions. Series: Economy and entrepreneurship*, No. 1, P. 43–45 [in Ukrainian].
47. Богма О. С. Синергетичний ефект як одна з найважливіших складових процесу створення кластерів. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2007. № 1. С. 43–45.
48. Boiko, M. H., Mykhailichenko, H. I. (2013). Klastery yak innovatsiina forma ekonomichnoho rozvytku rehioniv [Clusters as an innovative form of economic development of regions]. *Visn. DITB = Bulletin of DITB*, No. 16, P. 16–25 [in Ukrainian].
48. Бойко М. Г., Михайліченко Г. І. Кластери як інноваційна форма економічного розвитку регіонів. *Вісн. ДІТБ*. 2013. № 16. С. 16–25.
49. Bondar, I. K. (2007). Innovatsiini tekhnolohii upravlinnia korporatsiiamy [Innovative technologies of corporate management]. *Korporatyvnyi kapitalizm: peredumovy stanovlennia: kol. Monohrafiia = Corporate capitalism: prerequisites for formation: a collective monograph*. Kyiv: Publishing house «Korporatsiia». 456 p. [in Ukrainian].
49. Бондар І. К. Інноваційні технології управління корпораціями. *Корпоративний капіталізм: передумови становлення: кол. монографія*. К.: Вид. дім «Корпорація», 2007. 456 с.
50. Bosovska, M. V. (2015). Intehratsiini protsesy v turyzmi: monohrafiia [Integration processes in tourism: monograph]. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics. 832 p. [in Ukrainian].
50. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
51. Brusiltseva, H. M. (2007). Teoretychni ta praktychni aspekty formuvannia stratehii intehratsii
51. Брусильцева Г. М. Теоретичні та практичні аспекти формування стратегії

- promyslovykh pidpriemstv [Theoretical and practical aspects of the formation of the strategy of integration of industrial enterprises]. *Ekonomika rozvytku = Development economics*, No. 2, P. 114–116 [in Ukrainian].
52. Burdak, I. H., Klymovych, T. A., Rud, Yu. L. (2009). Upravlinnia stratehichnoiu vzaiemodiieiu pidpriemstva iz sub'iektamy zovnishnoho seredovyscha [Management of the enterprise's strategic interaction with external entities]. *Novi tekhnologii: nauk. visn. KUEITU = New technologies: scientific bulletin of KUEITU*, No. 1 (23), P. 105–109 [in Ukrainian].
53. Buriak, P. Yu. (2003). Intehrovani pidpriemnytski struktury: perspektyvy rozvytku Ukraini [Integrated business structures: development prospects for Ukraine]. L.: Lohos. 564 p. [in Ukrainian].
54. Voinarenko, M. (2008). Klasteri yak poliusy zrostannia konkurentospromozhnosti rehioniv [Clusters as poles of regional competitiveness growth]. *Ekonomist*, No. 10, P. 27–30 [in Ukrainian].
55. Harafonova, O. I. (2006). Orhanizatsiyni mekhanizm restrukturyzatsii intehrovanykh korporatyvnykh struktur: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.06.01 – Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy [The organizational mechanism of the restructuring of integrated corporate structures: abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of Economic Sciences]. Kyiv. 21 p. [in Ukrainian].
56. Heiets, V. M. Rozroblennia mekhanizmv vprovadzhennia pryvatno-publichnoho partnerstva (PPP) v sferi zhytlovo-komunalnoho hospodarstva Ukrainy: Nauk. zvit (promizhnyi) z nauk.-doslid. Roboty [Development of mechanisms for the implementation of private-public partnership (PPP) in the field of housing and communal services of Ukraine: Scientific report (interim) on scientific research work]. URL: <http://zhkh.kpi.ua/DocLib1/Forms/AllItems.aspx> [in Ukrainian].
57. Heiets, V. M. (2008). Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv: monohrafiia: u 2 ch. [Priorities of national economic development in the context of globalization challenges: monograph: in 2 parts]. Ed. V. M. Heiets, A. A. Mazaraki. Kyiv: Kyiv
- інтеграції промислових підприємств. *Ekonomika rozvytku*. 2007. № 2. С. 114–116.
52. Бурдак І. Г., Климович Т. А., Рудь Ю. Л. Управління стратегічною взаємодією підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. *Нові технології: наук. вісн. KUEITU*. 2009. № 1 (23). С. 105–109.
53. Буряк П. Ю. Інтегровані підприємницькі структури: перспективи розвитку України. Л.: Логос, 2003. 564 с.
54. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст*. 2008. № 10. С. 27–30.
55. Гарафонова О. І. Організаційний механізм реструктуризації інтегрованих корпоративних структур: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. К., 2006. 21 с.
56. Геєць В. М. Розроблення механізмів впровадження приватно-публічного партнерства (ППП) в сфері житлово-комунального господарства України: Наук. звіт (проміжний) з наук.-дослід. роботи. URL: <http://zhkh.kpi.ua/DocLib1/Forms/AllItems.aspx>.
57. Геєць В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія: у 2 ч. За ред. В. М. Геєця, А. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008.

- National University of Trade and Economics [in Ukrainian].
58. Heorhiadi, N. H. (2009). *Intehrovani systemy upravlinnia ekonomichnym rozvytkom mashynobudivnykh pidpriemstv: monohrafiia* [Integrated management systems of economic development of machine-building enterprises: monograph]. Lviv: Publishing House of the National University "Lvivska Politekhnik". 336 p. [in Ukrainian].
58. Георгіаді Н. Г. *Інтегровані системи управління економічним розвитком машинобудівних підприємств: монографія*. Львів: Вид-во нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2009. 336 с.
59. Hnatenko, I. A. (2018). *Vyznachennia innovatsii yak instrumentarii natsionalnoho pidpriemnytstva* [Definition of innovation as a tool of national entrepreneurship]. *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu imeni I.I. Mechnykova. Seriya: Ekonomika = Scientific Bulletin of the Odessa National University named after I.I. Mechnikova. Series: Economy*, Tom 23, Vol. 5 (70), P. 38–42 [in Ukrainian].
59. Гнатенко І. А. *Визначення інновацій як інструментарію національного підприємництва*. *Науковий вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія: Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 5 (70). С. 38–42.
60. Honcharova, N. V. (2003). *Napriamy rozvytku intehratsiinykh protsesiv u sferi finansovoi pidtrymky maloho pidpriemnytstva* [Development directions of integration processes in the field of financial support of small businesses]. *Finansy Ukrainy = Finances of Ukraine*, No. 7, P. 70–78 [in Ukrainian].
60. Гончарова Н. В. *Напрями розвитку інтеграційних процесів у сфері фінансової підтримки малого підприємництва*. *Фінанси України*. 2003. № 7. С. 70–78.
61. Horbatov, V. M. (2006). *Teoretychni osnovy konkurentospromozhnosti ta rozvytku intehrovanykh struktur biznesu: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.06.01 – Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy* [Theoretical foundations of competitiveness and development of integrated business structures: dissertation author's abstract for obtaining the scientific degree of Doctor of Economic Sciences]. Kharkiv. 40 p. [in Ukrainian].
61. Горбатов В. М. *Теоретичні основи конкурентоспроможності та розвитку інтегрованих структур бізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.06.01 – Економіка, організація та управління підприємствами*. Харків, 2006. 40 с.
62. Hrebeshkova, O. M., Makhova, H. V. *Proektnyi pidkhid do formuvannia stratehichnykh partnerstv pidpriemstv* [Project approach to the formation of strategic partnerships of enterprises]. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Znpchdtu/./4_Grebeshkova.pdf [in Ukrainian].
62. Гребешкова О. М., Махова Г. В. *Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств*. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Znpchdtu/./4_Grebeshkova.pdf.
63. Hrynova, V. M., Popov, O. Ye. (2003). *Orhanizatsiino-ekonomichni osnovy formuvannia systemy korporativnoho upravlinnia v Ukraini: monohrafiia* [Organizational and economic foundations of the formation of the corporate governance system in Ukraine: monograph]. Kharkiv: Publishing House KhDEU. 324 p. [in Ukrainian].
63. Гриньова В. М., Попов О. Є. *Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні: монографія*. Харків: Вид-во ХДЕУ, 2003. 324 с.

64. Yermoshenko, M. M., Hanushchak-Iefimenko, L. M. (2010). Mekhanizm rozvytku innovatsiinoho potentsialu klasteroob'iednanykh pidpryemstv: monohrafiia [Mechanism of development of innovative potential of cluster-united enterprises: monograph]. Kyiv: National Academy of Management. 236 p. [in Ukrainian].
65. Yerokhin, S. A. (2002). Strukturna transformatsiia natsionalnoi ekonomiky: teorykometodolohichniy aspekt: monohrafiia [Structural transformation of the national economy: theoretical and methodological aspect: monograph]. Kyiv: Svit Znan. 528 p. [in Ukrainian].
66. Zhalilo, Ya. A. (2009). Teoriia ta praktyka formuvannia efektyvnoi ekonomichnoi stratehii derzhavy: monohrafiia [Theory and practice of forming an effective economic strategy of the state: monograph]. Kyiv: NISD. 336 p. [in Ukrainian].
67. Zhdanov, V. V. (2006). Upravlinnia diialnistiu promyslovykh pidpryemstv v protsesi intehratsii: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.01 [Management of the activities of industrial enterprises in the process of integration: dissertation of the candidate of economic sciences]. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia Institute of State and Municipal Administration. 177 p. [in Ukrainian].
68. Zhukov, Yu. Ye. (2006). Intehrovane upravlinnia hrupamy pidpryemstv: dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.06.01 [Integrated management of groups of enterprises: dissertation of the candidate of economic sciences]. Kharkiv. 254 p. [in Ukrainian].
69. Zhukov, Yu. Ye. (2000). Rozrobka systemy upravlinnia aliansamy [Development of an alliance management system]. URL: <http://www.eprints.ksame.kharkov.ua/2537/1/.pdf> [in Ukrainian].
70. Yozef Shumpeter ta problemy reformuvannia ekonomiky Ukrainy [Joseph Schumpeter and problems of reforming the economy of Ukraine]. Kyiv: Takson. 244 p. [in Ukrainian].
71. Fedulova, L. I., Aleksandrova, V. P., Bazhal, Yu. M. et al. (2005). Innovatsiinyi rozvytok ekonomiky: model, systema upravlinnia, derzhavna polityka [Innovative development of the economy: model, management system, state policy]. Ed. L. I. Fedulova. Kyiv: Osnova. 550 p. [in Ukrainian].
72. Kyzym, M. O., Pylypenko, A. A., Yaldin, I. V. (2007). Upravlinnia stvorenniam i rozvytkom vydatnoi korporatsii: monohrafiia [Management of the
64. Єрмошенко М. М., Ганущак-Єфіменко Л. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: монографія. К.: Нац. акад. управ., 2010. 236 с.
65. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки: теоретикометодологічний аспект: монографія. К.: Світ Знань, 2002. 528 с.
66. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: монографія. К.: НІСД, 2009. 336 с.
67. Жданов В. В. Управління діяльністю промислових підприємств в процесі інтеграції: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Запоріжжя: Запорізь. ін-т держ. та муніципал. упр., 2006. 177 с.
68. Жуков Ю. Є. Інтегроване управління групами підприємств: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01. Х., 2006. 254 с.
69. Жуков Ю. Є. Розробка системи управління альянсами. URL: <http://www.eprints.ksame.kharkov.ua/2537/1/.pdf>
70. Йозеф Шумпетер та проблеми реформування економіки України. К.: Таксон, 2000. 244 с.
71. Федулова Л. І., Александрова В. П., Бажал Ю. М. та ін. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика. Ред. Л. І. Федулова. К.: Основа, 2005. 550 с.
72. Кизим М. О., Пилипенко А. А., Ялдин І. В. Управління створенням і розвитком видатної корпорації: монографія. Харків:

- creation and development of an outstanding corporation: a monograph]. Kharkiv: INZhEK. 208 p. [in Ukrainian].
73. Kyzym, M. O. (2001). Mekhanizmy orhanizatsii, stiikoho funktsionuvannia i rozvytku velykomasshtabnykh ekonomiko-vyrobnychkykh system: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.06.01 – Ekonomika pidpriemstva i orhanizatsiia vyrobnytstva [Mechanisms of organization, sustainable functioning and development of large-scale economic and production systems: abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Economic Sciences]. Kyiv. 40 p. [in Ukrainian].
74. Kouz, R. H., Demzets, H., Khart, O. D. (2002). Pryroda firmy: pokhodzhennia, evoliutsiia, rozvytok [The nature of the firm: origin, evolution, development]. Ed. O. Viliamson, S. Dzh. Vinter; translation from English V. A. Kulykov. Kyiv: A.S.K. 335 p. [in Ukrainian].
75. Minchenko, M. V., Chyzhov, L. P., Froiakov, A. V. (2004). Planuvannia ta prohnozuvannia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv [Planning and forecasting of socio-economic development of regions]. Sumy: Universyt. knyha. 442 p. [in Ukrainian].
76. Nazarova, H. V. (2004). Orhanizatsiini struktury upravlinnia korporatsiiami: nauk. vyd. [Organizational structures of corporate management]. Kharkiv: Publishing House KhDEU, 2004. 408 s. [in Ukrainian].
77. INDUSTRY4 UKRAINE (2020). Natsionalna prohrama klasterneho rozvytku do 2027. Kontseptsiiia. Oriientyry rozvytku. Rekomendatsii [National program of cluster development until 2027. Concept. Landmarks of development. Recommendations]. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyektnaczionalnoyi-programy-klasternogorozvytku-do-2027/> [in Ukrainian].
78. Pylypenko, A. A., Yaroshenko, I. V. (2007). Orhanizatsiia upravlinnia intehrovanymy strukturamy biznesu v konteksti zbalansovanoi systemy pokaznykiv: monohrafiia [Organization of management of integrated business structures in the context of a balanced system of indicators: monograph]. Kharkiv: INZhEK. 152 p. [in Ukrainian].
79. Ponomarenko, V. S., Horbatov, V. M., Kyzym, N. A. (2007). Korporatsii ta intehrovani struktury: ІНЖЕК, 2007. 208 с.
73. Кизим М. О. Механізми організації, стійкого функціонування і розвитку великомасштабних економіко-виробничих систем: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.06.01 – Економіка підприємства і організація виробництва. К., 2001. 40 с.
74. Коуз Р. Г., Демзетц Г., Харт О. Д. Природа фірми: походження, еволюція, розвиток. За ред. О. Вільямсон, С. Дж. Вінтер; пер. з англ. В. А. Куликов. К.: А.С.К., 2002. 335 с.
75. Мінченко М. В., Чижов Л. П., Фрояков А. В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів. Суми: Університ. книга, 2004. 442 с.
76. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями: наук. вид. Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. 408 с.
77. Національна програма кластерного розвитку до 2027. Концепція. Орієнтири розвитку. Рекомендації. INDUSTRY4 UKRAINE. 2020. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyektnaczionalnoyi-programy-klasternogorozvytku-do-2027/>.
78. Пилипенко А. А., Ярошенко І. В. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2007. 152 с.
79. Пономаренко В. С., Горбатов В. М., Кизим Н. А. Корпорації та інтегровані

- problemy nauky ta praktyky [Corporations and integrated structures: problems of science and practice]. Kharkiv: INZhEK. 344 p. [in Ukrainian].
80. Pro zatverdzhennia polozhennia (standartu) bukhgalterskoho obliku 20: Nakaz M-va finansiv Ukrainy vid 07.07.99 zi zminamy ta dopovn. [On the approval of the regulation (standard) of accounting 20: Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 07.07.99 with changes]. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0553-99> [in Ukrainian].
81. Rudenko, L. V. (2004). Upravlinnia potokamy kapitaliv u suchasniy biznes-modeli funktsionuvannia transnatsionalnykh korporatsii: monohrafiia [Management of capital flows in the modern business model of the functioning of transnational corporations: monograph]. Kyiv: Kondor. 478 p. [in Ukrainian].
82. Simenko, I. V. (2009). Yakist system upravlinnia pidpriemstvamy: metodolohiia, orhanizatsiia, praktyka: monohrafiia [Quality of enterprise management systems: methodology, organization, practice: monograph]. Donetsk: DonNUET. 394 ps. [in Ukrainian].
83. Umantsiv, H. V. (2002). Kholdynhovi kompanii ta finansovo-promyslovi hrupy u suchasniy ekonomitsi [Holding companies and financial and industrial groups in the modern economy]. Kyiv: VIRA-R. 429 p. [in Ukrainian].
84. Umantsiv, Yu. (2012). Instytutsiini osnovy formuvannia intehrovanykh korporatyvnykh struktur [Institutional foundations of the formation of integrated corporate structures]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/et/2012_2/6_uman.pdf [in Ukrainian].
85. Fedulova, L. I. (2005). Transformatsiia korporatyvnykh struktur: teoretychnyi aspekt [Transformation of corporate structures: theoretical aspect]. *Ekonomichna teoriia = Economic theory*, No. 3, P. 45–59 [in Ukrainian].
- структури: проблеми науки та практики. Х.: ІНЖЕК, 2007. 344 с.
80. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 20: Наказ М-ва фінансів України від 07.07.99 зі змінами та доповн. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0553-99>.
81. Руденко Л. В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій: монографія. К.: Кондор, 2004. 478 с.
82. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. 394 с.
83. Уманців Г. В. Холдингові компанії та фінансово-промислові групи у сучасній економіці. К.: ВІРА-Р, 2002. 429 с.
84. Уманців Ю. Інституційні основи формування інтегрованих корпоративних структур. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/et/2012_2/6_uman.pdf.
85. Федулова Л. І. Трансформація корпоративних структур: теоретичний аспект. *Економічна теорія*. 2005. № 3. С. 45–59.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ЩОДО ПОДАННЯ РУКОПISУ СТАТЕЙ наукового фахового видання

«ЖУРНАЛ СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ» (JOURNAL OF STRATEGIC ECONOMIC RESEARCH)

Редакційна колегія видання «Журнал стратегічних економічних досліджень» (далі – Журнал) приймає до розгляду наукові статті авторів за матеріалами досліджень і науково-технічних розробок. Подані статті розглядаються редакційною колегією Журналу і після отримання позитивної рецензії приймаються до публікації.

ПРАВИЛА ПОДАННЯ РУКОПISІВ СТАТЕЙ

Для публікації автори подають в редакцію Журналу:

(ЕТАП 1) Подаються 2 електронних файли рукопису на електронну адресу econ-vistnyk@knutd.edu.ua:

– один файл – в текстовому редакторі *Microsoft Word for Windows* (версії 97/2000/XP/2003).

Назва файлів: *Прізвище_statja_ukr.docx* та *Прізвище_statja_ukr.pdf*

В темі листа обов'язково вказується: Стаття у «Журнал стратегічних економічних досліджень».

- Другий файл – сканована копія заяви на перевірку на ознаки академічного плагіату.

Після отримання електронного примірника рукопису наукової статті, редакція направляє підтвердження щодо прийняття матеріалів на анонімне рецензування (у разі результату на ознаки академічного плагіату менше 9,99% схожості у Системі «Unicheck»). У разі необхідності редакція направляє автору (-ам) пропозиції врахувати зауваження при підготовці статті та доопрацювати її.

(ЕТАП 2) Остаточо, після доопрацювання, до редакції подаються:

1) 1 узгоджений електронний варіант статті (файл – Word формату). Назва файлу: *Прізвище_statja_ukr.docx*;

2) відомості про автора (-ів) (укр. та англ. мовами): ПІБ, вчений ступінь та звання, місце роботи (навчання), посада, місто, телефон, e-mail.

Назва файлу: *Прізвище_vidom.docx*;

3) угоду про публікацію з автором (-ами) статті про авторські права;

4) оригінал платіжного документа, який засвідчує оплату за публікацію. **ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ПІСЛЯ ВНУТРІШНЬОГО РЕЦЕНЗУВАННЯ ТА ПРИЙНЯТТЯ СТАТТІ ДО ДРУКУ.**

Відсутність зазначеного вище, а, також, відсутність підписів авторів або узгоджуваних віз, невідповідність вимогам засобу комунікації, наявність орфографічних, граматичних та стилістичних помилок, нехтування необхідністю дотримання лексичних, граматичних і стилістичних норм мови перекладу – є підставою для відмови в опублікуванні статті.

Датою надходження рукопису статті в редакцію вважається дата надсилання її **кінцевого варіанту**. Номер журналу, в якому публікуються подані матеріали, визначається редакцією Журналу. До друку приймаються рукописи, які раніше не були опубліковані в друкованих та електронних виданнях. Передрук та інше використання публікацій журналу здійснюється тільки за погодженням з редакцією та обов'язковим посиланням на джерело.

ПОСЛІДОВНІСТЬ СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СТАТТІ:

УДК: Times New Roman, кегль – 12 pt, без абзацу, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по лівому краю, прописними літерами;

Український анотаційний блок:

ІМ'Я по-БАТЬКОВІ ПРІЗВИЩЕ автора (-ів): Times New Roman, кегль – 12 pt, без відступу, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по ширині;

Назва установи (закладу): Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, без відступу, вирівнювання по ширині;

НАЗВА СТАТТІ: Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, прописні, напівжирні, без відступу, вирівнювання ширині.

Анотація не менше 1800 знаків: Times New Roman, кегль – 11 pt, курсив, з абзацним відступом – 1,25 см, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по ширині.

Ключові слова: назва – *напівжирний курсив*, Times New Roman, кегль – 11 pt, міжрядковий інтервал – 1, з абзацним відступом – 1,25 см; перелік ключових слів: 5–6 слів чи словосполучень, Times New Roman, кегль – 11 pt, вирівнювання по ширині.

Порожній рядок.

Основний текст статті: Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, з абзацним відступом – 1,25 см, вирівнювання по ширині.

Наукова стаття передбачає таку **послідовність** структурних елементів **текстової частини**:

- постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх публікацій по проблемі; невирішені частини дослідження, мета дослідження, виклад основних результатів та їх обґрунтування; висновки та перспективи подальших досліджень;

- всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом;
- всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела;
- всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела;
- посилання на підручники та науково-популярну літературу є небажаними;
- посилання на власні публікації є небажаними і допускаються лише в разі нагальної потреби;

- якщо в огляді літератури або далі по тексту Ви посилаєтесь на прізвище вченого – його публікація має бути у загальному списку літератури після статті;

- вторинне цитування не дозволяється! Якщо Ви цитуєте Адама Сміта – то посилання має бути саме на Сміта, а не на автора, який читав Сміта;

- всі нетекстові об'єкти мають бути побудовані із застосування засобів Microsoft Word (Microsoft Excel Chart, Microsoft Equation тощо). При побудові графіків майте на увазі, що журнал є чорно-білим;

- у формулах – лише найрозповсюдженіші символи із стандартного набору;
- таблиці мають бути пронумеровані, кожна повинна мати назву;
- всі рисунки та графіки мають бути пронумеровані та мати назву;
- список джерел – не менше 10 позицій, мовами оригіналу, оформляється згідно з ДСТУ 8302:2015. У тексті рукопису посилання на літературу ставляться в квадратні дужки. Окремо подається References списку літератури, оформленого за вимогами: транслітерація з укр – <http://www.slovnuk.ua/services/translit.php>; транслітерація з рос. – <https://translit.net/>)

Застосування автоматичного перекладу наукового тексту (статті, анотації, тощо) НЕ ДОПУСКАЄТЬСЯ. Переклад (статті, анотації, тощо) має бути належної якості.

Остаточний висновок щодо публікації схвалює редакційна колегія журналу та повідомляє автора (-ів) телефонним дзвінком або повідомленням по електронній пошті.

Редакція лишає за собою право на незначне редагування та скорочення, зберігаючи при тому головні висновки та авторську стилістику. **Статті, оформлені без дотримання зазначених вимог, розглядатися не будуть.**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



Алієв Ельман Шавгатович

аспірант, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0003-2965-6863>

E-mail: Aliev_88@ukr.net



Бекетов Олександр Валерійович

аспірант, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0000-0839-919X>

E-mail: beketov44a@gmail.com



Біба Володимир Костянтинівич

аспірант факультету менеджменту та маркетингу, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського", Україна

<http://orcid.org/0009-0005-1358-7773>

E-mail: vkbyba@gmail.com



Бондаренко Світлана Михайлівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та смарт-інновацій, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-7183-1395>

Scopus Author ID: 57218097533

Researcher ID: AAJ-1471-2020

E-mail: sm.bondarenko4610@ukr.net



Волошин Роман Володимирович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет,

<https://orcid.org/0000-0001-9425-1406>

ResearcherID: G-7076-2017

E-mail: roman_vol@ukr.net



Ганущак Галина Тимофіївна

майстер виробничого навчання, Державний професійно-технічний навчальний заклад «Мазурівський аграрний центр професійно-технічної освіти», Вінниця, Україна

E-mail: ggt@ukr.net



Камінська Тамара Василівна

аспірант, кафедра міжнародної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна

<https://orcid.org/0000-0002-2788-5393>

E-mail: toskalyuk@ukr.net



Карпик Ярослав Михайлович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0008-7940-1806>



Касумов Теймур Анатолійович

аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

E-mail: mutabor777@ukr.net



Красніков Дмитро Олександрович

аспірант, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0008-0247-5890>

E-mail: correct.cooperation@gmail.com



Онофрійчук Яна Іванівна

аспірант, асистент кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0009-0007-7897-1850>

E-mail: yana_onofrijchuk@ukr.net



Приятельчук Олена Анатоліївна

доктор економічних наук, професор, Професор кафедри міжнародного бізнесу, Навчально-науковий інститут міжнародних відносин, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://orcid.org/0000-0002-5222-452X>

Scopus Author ID: 57211180723

E-mail: pryyselchuk@gmail.com



Птащенко Олена Валеріївна

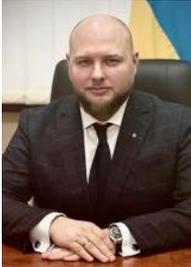
доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<http://orcid.org/0000-0002-2413-7648>

Scopus Author ID: 57215814236

ResearcherID: ABF-3947-2020

E-mail: helenavaleriya@gmail.com



Розумний Олександр Михайлович

аспірант, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0002-6984-7907>

E-mail: razumnyy.a@ukr.net



Храпко Олег Андрійович

аспірант кафедри економіки, Університету імені Григорія Сковороди в Переяславі, Україна

<https://orcid.org/0009-0002-0768-5199>

E-mail: loleg170@gmail.com



Шкода Мар'яна Сергіївна

доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-7356-4320>

Scopus Author ID: 53864082500

ResearcherID: P-9801-2016

E-mail: mlomova@ukr.net



Яценко Валентина Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради, Україна

E-mail: valya.yatsenko.1982@gmail.com

ЖУРНАЛ
стратегічних економічних досліджень

Комп'ютерний набір та макетування

КРИВОНОС Олена

Технічний редактор

ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО Людмила

Відповідальний за поліграфічне виконання

ОВЕЧКІНА Лілія

Підп. до друку 27.09.2023. Формат 60×84 1/8.
Ум. друк. арк. 19,52. Облік. вид. арк. 15,28. Наклад 100 пр. Зам. 1960.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, 01011, Україна.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 24821-14761 ПР від 19.04.2021.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.

JOURNAL
of strategic economic research

Computer Typesetting & Modeling

Kryvonos Olena

Technical Editor

Hanushchak-Yefimenko Liudmyla

Responsible for printing

Ovechkina Liliia

Printing proof 27.09.2023. Format 60×84 1/8.
Conditional sheet 19.52. Calculated sheet 15.28. Circulation 100 copies. Order N 1960.
KNUTD Instant Printing Department.
Mala Shyianovska Street, 2, Kyiv, 01011, Ukraine.

Certificate KB № 24821-14761 ПР, 19.04.2021.

Certificate ДК № 993, 24.07.2002.